



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

# **Westfield Hamburg- Überseequartier**

Verträglichkeitsanalyse zu den  
Auswirkungen der Handelsnutzung



## **Endbericht**

Im Auftrag der HafenCity Hamburg GmbH  
Hamburg, 03.03.2021





**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

## **Westfield Hamburg– Überseequartier**

### Verträglichkeitsanalyse zu den Auswirkungen der Handels- nutzung

Projektnummer: 21DLP2954

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: [REDACTED]

Bearbeitet unter Mitarbeit von: [REDACTED]

Im Auftrag der

**HafenCity Hamburg GmbH**

**Osakaallee 11**

**20457 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

Königsstraße 10c, 70173 Stuttgart

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 separat 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-setzung oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



# Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	VIII
	Tabellenverzeichnis	XIII
<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	2
<b>2</b>	<b>Allgemeine Trends der Einzelhandelsentwicklung</b>	<b>6</b>
2.1	Demografischer Wandel	6
2.2	Betriebsformenwandel	7
2.3	Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung	9
2.4	Der Online-Handel erobert die Märkte	12
2.5	Entwicklungstendenzen im Einzelhandel im Lichte der Covid-19-Pandemie	15
2.6	Prognose zur Entwicklung des Online-Handels	19
<b>3</b>	<b>Analyse von Mikrostandort und Vorhaben</b>	<b>27</b>
3.1	Mikrostandort	27
3.2	Vorhabenkonzeption	31
3.3	Verkaufsflächenstruktur des Überseequartiers	34
3.3.1	Ableitung der Prüfflächen	34
3.3.2	Geplante Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur	36
<b>4</b>	<b>Rahmendaten des Makrostandort</b>	<b>38</b>
4.1	Lage im Raum	38
4.2	Sozioökonomische Rahmendaten	40
<b>5</b>	<b>Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial</b>	<b>44</b>
5.1	Methodische Vorbemerkungen	44
5.2	Wettbewerb im Raum	45



5.3	Herleitung des Einzugsgebiets	47
5.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	50
5.5	Tourismuspotezial	51
<b>6</b>	<b>Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum</b>	<b>54</b>
6.1	Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur	54
6.1.1	Bekleidung/Schuhe, Lederwaren	56
6.1.2	Sport/Spiel/Hobby	58
6.1.3	Elektrobedarf/Technik	60
6.1.4	Sonstige zentrenrelevante Hartwaren	62
6.1.5	Periodischer Bedarf	65
6.2	Vorhabenrelevante Planvorhaben	68
6.3	Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen	70
6.3.1	Innenstadt Hamburg	71
6.3.2	Innenstadt-Überseequartier	76
6.3.3	Innenstadt-Großneumarkt	78
6.3.4	Hauptzentrum Altona	80
6.3.5	Hauptzentrum Harburg	82
6.3.6	Hauptzentrum Bergedorf	84
6.3.7	Hauptzentrum Wandsbek	86
6.3.8	Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee	88
6.3.9	Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf	90
6.3.10	Zentrum des urbanen Marktplatzes Fuhlsbüttler Straße	92
6.3.11	Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße	94
6.3.12	Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße	96
6.3.13	Stadtteilzentrum Billstedt	98
6.3.14	Stadtteilzentrum Blankenese	100
6.3.15	Stadtteilzentrum Bramfeld	102
6.3.16	Stadtteilzentrum Eidelstedt	104
6.3.17	Stadtteilzentrum Farmsen	106
6.3.18	Stadtteilzentrum Langenhorn	108
6.3.19	Stadtteilzentrum Neugraben	110



6.3.20	Stadtteilzentrum Niendorf	112
6.3.21	Stadtteilzentrum Osdorf	114
6.3.22	Stadtteilzentrum Poppenbüttel	116
6.3.23	Stadtteilzentrum Rahlstedt	118
6.3.24	Stadtteilzentrum Volksdorf	120
6.3.25	Stadtteilzentrum Wilhelmsburg	122
6.3.26	Innenstadt Ahrensburg	124
6.3.27	Innenstadt Buchholz	126
6.3.28	Innenstadt Buxtehude	128
6.3.29	Innenstadt Elmshorn	130
6.3.30	Innenstadt Geesthacht	132
6.3.31	Innenstadt Pinneberg	134
6.3.32	Innenstadt Wedel	136
6.3.33	Innenstadt Glinde	138
6.3.34	Innenstadt Reinbek	140
6.3.35	Ortskern Wentorf	142
6.3.36	Innenstadt Winsen (Luhe)	144
6.3.37	Innenstadt Norderstedt (Garstedt)	146
6.3.38	Seevetal (Ortskern Maschen)	148
6.3.39	Seevetal (Ortskern Hittfeld)	149
6.3.40	Seevetal (Ortskern Meckelfeld)	150
6.3.41	Nahversorgungszentrum Rothenburgsort	152
<b>7</b>	<b>Vorhabenprognose</b>	<b>154</b>
7.1	Vorbemerkungen	154
7.2	Marktanteils- und Umsatzprognose 2024	155
7.2.1	Marktanteilsprognose	155
7.2.2	Tourismusinduziertes Streuumsatzpotenzial	156
7.2.3	Umsatzprognose	157
7.2.4	Umsatzherkunft	159
7.3	Zur Plausibilisierung der Flächenproduktivitäten	161
<b>8</b>	<b>Wirkungsprognose</b>	<b>165</b>



8.1	Vorbemerkungen	165
8.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen	172
8.2.1	Bekleidung/Schuhe, Lederwaren	172
8.2.2	Sport/Spiel/Hobby	175
8.2.3	Elektrobedarf/Technik	178
8.2.4	Sonstige zentrenrelevante Hartwaren	181
8.2.5	Periodischer Bedarf	184
9	<b>Bewertung des Vorhabens</b>	<b>186</b>
9.1	Zu den Bewertungskriterien	186
9.2	Zu den Auswirkungen innerhalb der Hamburger Innenstadt	189
9.2.1	Mönckebergstraße/Spitalerstraße (City Ost)	190
9.2.2	Passagenviertel (City West)	197
9.2.3	Großneumarkt	201
9.2.4	Überseequartier	202
9.3	Zu den Auswirkungen auf die Hamburger Hauptzentren	204
9.3.1	Hauptzentrum Altona	204
9.3.2	Hauptzentrum Wandsbek	206
9.3.3	Hauptzentrum Harburg	208
9.3.4	Hauptzentrum Bergedorf	210
9.4	Zu den Auswirkungen auf die Hamburger Stadtteilzentren	213
9.4.1	Blankenese	213
9.4.2	Volksdorf	214
9.4.3	Neugraben	215
9.4.4	Wilhelmsburg	216
9.4.5	Rahlstedt	217
9.4.6	Bramfeld	218
9.4.7	Langenhorn	219
9.4.8	Niendorf	220
9.4.9	Eidelstedt	221
9.4.10	Poppenbüttel	223
9.4.11	Osdorf	224
9.4.12	Farmsen	225



	9.4.13	Billstedt	226
9.5		<b>Zu den Auswirkungen auf die Zentren des Urbanen Marktplatzes in Hamburg</b>	<b>228</b>
	9.5.1	Eppendorf	228
	9.5.2	Hoheluftchaussee	229
	9.5.3	Fuhlsbüttler Straße	230
	9.5.4	Hamburger Straße	232
	9.5.5	Osterstraße	233
9.6		<b>Zu den Auswirkungen auf sonstige zentrale Versorgungsbereiche in Hamburg</b>	<b>235</b>
9.7		<b>Zu den Auswirkungen auf die Innenstädte der Umlandzentren</b>	<b>236</b>
9.8		<b>Zu den Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung</b>	<b>243</b>
	9.8.1	NVZ Rothenburgsort	243
	9.8.2	NVL Sieldeich	244
	9.8.3	NVL Brauerknechtgraben	244
9.9		<b>Zur Kompatibilität mit den Hamburger Einzelhandels- und Zentrenkonzepten</b>	<b>246</b>
	9.9.1	Hamburger Zentrenkonzept	247
	9.9.2	Nahversorgungskonzept Bezirk Hamburg-Mitte	248
	9.9.3	Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel	250
<b>10</b>		<b>Fazit</b>	<b>257</b>
<b>11</b>		<b>Anhang</b>	<b>261</b>
11.1		<b>Detaillierte Ergebnisse der Gravitationsmodelle</b>	<b>261</b>
	11.1.1	Bekleidung, Schuhe/Lederwaren	261
	11.1.2	Spiel/Sport/Hobby	263
	11.1.3	Elektro/Technik	265
	11.1.4	Sonstige zentrenrelevante Hartwaren	267
	11.1.5	Periodischer Bedarf	269
11.2		<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>270</b>



# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen	7
Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	8
Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (netto)	9
Abbildung 4: Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland	10
Abbildung 5: Gesamtentwicklung stationärer und Online-Umsatz (netto)	12
Abbildung 6: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz	14
Abbildung 7: HDE-Konsumbarometer	16
Abbildung 8: Frequenz- und Umsatzentwicklung im „Lockdown Light“	17
Abbildung 9: Marktentwicklung und Wachstumsdynamik des Onlinehandels bis 2024 (Brutto-Werte)	22
Abbildung 10: Umsatzentwicklung des Onlinehandels bis 2024 nach Branchen (Brutto-Werte)	23
Abbildung 11: Marktanteilsentwicklung des Onlinehandels bis 2024 nach Branchen (Brutto-Werte)	23
Abbildung 12: Umsatzentwicklung des stationären Nonfood-Einzelhandels bis 2024 nach Branchen (Brutto-Werte)	24
Abbildung 13: Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels bis 2024 im periodischen Bedarf (Brutto-Werte)	25
Abbildung 14: Mikrostandort	27
Abbildung 15: Baustelle des südlichen Überseequartiers I	30
Abbildung 16: Baustelle des südlichen Überseequartiers II	30
Abbildung 17: Nördliches Überseequartier	31
Abbildung 18: Visualisierung Westfield Hamburg Überseequartier (Quelle: URW)	32
Abbildung 19: Visualisierung Handelsnutzungen (Quelle: URW)	33
Abbildung 20: Umrechnungsfaktoren der Verkaufsfläche aus der Mietfläche (Quelle: gif 2012: Richtlinie zur Berechnung der Verkaufsfläche im Einzelhandel (MF/V))	35
Abbildung 21: Lage im Raum	38
Abbildung 22: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	46



Abbildung 23: Einzugsgebiet des Vorhabens	48
Abbildung 24: Überblick über die Erhebungsorte	55
Abbildung 25: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im periodischen Bedarf	66
Abbildung 26: Zentrenabgrenzungen innerhalb der Hamburger Innenstadt	71
Abbildung 27: City Ost	72
Abbildung 28: City West	73
Abbildung 29: Innenstadt - Überseequartier	77
Abbildung 30: Zentrenabgrenzung Innenstadt - Überseequartier	77
Abbildung 31: Innenstadt - Großneumarkt	79
Abbildung 32: Zentrenabgrenzung Innenstadt - Großneumarkt	79
Abbildung 33: Hauptzentrum Altona	81
Abbildung 34: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Altona	81
Abbildung 35: Hauptzentrum Harburg	83
Abbildung 36: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Harburg	83
Abbildung 37: Hauptzentrum Bergedorf	85
Abbildung 38: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Bergedorf	85
Abbildung 39: Hauptzentrum Wandsbek	87
Abbildung 40: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Wandsbek	87
Abbildung 41: Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee	89
Abbildung 42: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee	89
Abbildung 43: Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf	91
Abbildung 44: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Eppendorf	91
Abbildung 45: Zentrum des urbanen Marktplatzes Fuhlsbüttler Straße	93
Abbildung 46: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Fuhlsbüttler Straße	93
Abbildung 47: Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße	95
Abbildung 48: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße	95
Abbildung 49: Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße	97



Abbildung 50: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Osterstraße	97
Abbildung 51: Stadtteilzentrum Billstedt	99
Abbildung 52: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Billstedt	99
Abbildung 53: Stadtteilzentrum Blankenese	101
Abbildung 54: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Blankenese	101
Abbildung 55: Stadtteilzentrum Bramfeld	103
Abbildung 56: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Bramfeld	103
Abbildung 57: Stadtteilzentrum Eidelstedt	105
Abbildung 58: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Eidelstedt	105
Abbildung 59: Stadtteilzentrum Farmsen	107
Abbildung 60: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Farmsen	107
Abbildung 61: Stadtteilzentrum Langenhorn	109
Abbildung 62: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Langenhorn	109
Abbildung 63: Stadtteilzentrum Neugraben	111
Abbildung 64: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Neugraben	111
Abbildung 65: Stadtteilzentrum Niendorf	113
Abbildung 66: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Niendorf	113
Abbildung 67: Stadtteilzentrum Osdorf	115
Abbildung 68: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Osdorf	115
Abbildung 69: Stadtteilzentrum Poppenbüttel	117
Abbildung 70: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Poppenbüttel	117
Abbildung 71: Stadtteilzentrum Rahlstedt	119
Abbildung 72: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Rahlstedt	119
Abbildung 73: Stadtteilzentrum Volksdorf	121
Abbildung 74: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Volksdorf	121
Abbildung 75: Stadtteilzentrum Wilhelmsburg	123
Abbildung 76: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Wilhelmsburg	123
Abbildung 77: Hauptzentrum Ahrensburg	125
Abbildung 78: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Ahrensburg	125
Abbildung 79: Hauptzentrum Buchholz	127



Abbildung 80: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Buchholz	127
Abbildung 81: Hauptzentrum Buxtehude	129
Abbildung 82: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Buxtehude	129
Abbildung 83: Hauptzentrum Elmshorn	131
Abbildung 84: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Elmshorn	131
Abbildung 85: Hauptzentrum Geesthacht	133
Abbildung 86: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Geesthacht	133
Abbildung 87: Hauptzentrum Pinneberg	135
Abbildung 88: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Pinneberg	135
Abbildung 89: Hauptzentrum Wedel	137
Abbildung 90: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Wedel	137
Abbildung 91: Hauptzentrum Glinde	139
Abbildung 92: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Glinde	139
Abbildung 93: Hauptzentrum Reinbek	141
Abbildung 94: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Reinbek	141
Abbildung 95: Hauptzentrum Wentorf	143
Abbildung 96: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Wentorf	143
Abbildung 97: Innenstadt Winsen	145
Abbildung 98: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Winsen (Luhe)	145
Abbildung 99: Hauptzentrum Garstedt	147
Abbildung 100: ZVB Garstedt in Norderstedt	147
Abbildung 101: Ortskerne des Mittelzentrums Seevetal	151
Abbildung 102: Hauptzentren des Mittelzentrums Seevetal	151
Abbildung 103: Nahversorgungszentrum Rothenburgsort	153
Abbildung 104: Abgrenzung des NVZ Rothenburgsort	153
Abbildung 105: Umsatzherkunft	159
Abbildung 106: Flächenproduktivitäten im Vergleich zu anderen Innenstädten	162
Abbildung 107 : Flächenproduktivitäten im Standortvergleich	163
Abbildung 108: Einflussfaktoren des der Wirkungsprognose zugrunde liegenden Huff-Modells	168



Abbildung 109: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Bekleidung, Schuhe/Lederwaren in der Innenstadt und den Hauptzentren des Hamburger Stadtgebiets	172
Abbildung 110: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren in den Stadtteilzentren und den Zentren des urbanen Markplatzes	173
Abbildung 111: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren in den Innenstädten der Mittelzentren im Umland	174
Abbildung 112: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sport/Spiel/Hobby in der Innenstadt und den Hauptzentren des Hamburger Stadtgebiets	175
Abbildung 113: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sport/Spiel/Hobby in den Stadtteilzentren und den Zentren des urbanen Markplatzes	176
Abbildung 114: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sport/Spiel/Hobby in den Innenstädten der Mittelzentren im Umland	177
Abbildung 115: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Elektrobedarf/Technik in der Innenstadt und den Hauptzentren des Hamburger Stadtgebiets	178
Abbildung 116: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Elektrobedarf/Technik in den Stadtteilzentren und den Zentren des urbanen Markplatzes	179
Abbildung 117: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Elektrobedarf/Technik in den Innenstädten der Mittelzentren im Umland	180
Abbildung 118: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren in der Innenstadt und den Hauptzentren des Hamburger Stadtgebiets	181
Abbildung 119: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren in den Stadtteilzentren und den Zentren des urbanen Markplatzes	182
Abbildung 120: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren in den Innenstädten der Mittelzentren im Umland	183
Abbildung 121: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im periodischen Bedarf im Kernbereich des Einzugsgebiets	184



# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur des Überseequartiers Süd	36
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung in Hamburg im Vergleich	40
Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung im Hamburger Umland im Vergleich	41
Tabelle 4: Sozioökonomische Daten im Vergleich	42
Tabelle 5: Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	49
Tabelle 6: Nachfragepotenzial 2020	50
Tabelle 7: Nachfragepotenzial zum Prognosezeitpunkt 2024	50
Tabelle 8: Touristisch induziertes Nachfragepotenzial für den Einzelhandel	52
Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im Segment Bekleidung/ Schuhe, Lederwaren	57
Tabelle 10: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im Segment Sport/Spiel/Hobby	59
Tabelle 11: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im Segment Elektrobedarf/Technik	61
Tabelle 12: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im Segment sonstige zentrenrelevante Hartwaren	63
Tabelle 13: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im periodischen Bedarf	65
Tabelle 14: Marktanteilsprognose für das Vorhaben 2024	155
Tabelle 15: Herleitung der tourismusinduzierten Einzelhandelsumsätze des WHÜ 2024	157
Tabelle 16: Umsatzstruktur des Vorhabens 2024	158



# 1 Einführung

## 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Der Projektentwickler Unibail-Rodamco-Westfield (i.F. URW) realisiert im südlichen Überseequartier der Hamburger HafenCity das neue urbane Herz des Stadtteils. Als Teil des mixed-use-Projekts **Westfield Hamburg-Überseequartier** (i.F. WHÜ) sind bis zu 68.000 qm Verkaufsfläche für Einzelhandel vorgesehen.

Das neue Stadtquartier wird im Geltungsbereich des **Bebauungsplans HafenCity 15** (HC 15) entwickelt. Der Geltungsbereich des Bebauungsplans umfasst die südlichen Flächen des Überseequartiers am Magdeburger Hafen. Das Plangebiet wird im Norden durch die Überseeallee, im Osten durch den Magdeburger Hafen, im Süden durch die Norderelbe und im Westen durch die Ostgrenze der Chicagostraße begrenzt. Im Bebauungsplan wurde das Gebiet als Kerngebiet (MK) ausgewiesen.

Zurzeit wird ein sog. „**ergänzendes Verfahren**“ durchgeführt (§ 214 Abs. 4 BauGB). Aus juristischer Sicht ist es dabei erforderlich, alle wesentlichen, der Abwägung zugrunde liegenden Materialien auf den aktuellen Stand der Sach- und Rechtslage zu bringen (§ 214 Abs. 3 BauGB). Vor diesem Hintergrund sollten die städtebaulichen Auswirkungen der Einzelhandelsnutzungen im Westfield Hamburg-Überseequartier im Rahmen eines Verträglichkeitsgutachtens neu ermittelt und bewertet werden.<sup>1</sup>

Dabei waren sowohl das aktualisierte Flächenprogramm des Vorhabenträgers, die inzwischen eingetretenen Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite sowie die Impulse aus der Rechtsprechung für die Erarbeitung von Einzelhandelsgutachten zu berücksichtigen. Auch war das Vorhaben vor dem Hintergrund der kürzlich beschlossenen planerischen Konzeptionen, wie z.B. dem neuen Zentrenkonzept der Freien und Hansestadt Hamburg, zu bewerten.

Im Rahmen der Aktualisierung des Verträglichkeitsgutachtens galt es auch die Folgeeffekte der Covid-19-Pandemie auf den stationären Einzelhandel zu beleuchten und in der Wirkungsprognose entsprechend abzubilden.

---

<sup>1</sup> Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hatte 2016 bereits ein Verträglichkeitsgutachten vorgelegt, welches jedoch aufgrund der in den letzten Jahren eingetretenen Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite mittlerweile veraltet ist.



## 1.2 Vorgehensweise

Das vorliegende Verträglichkeitsgutachten ist aus der heutigen Perspektive 2020/21 verfasst. Im Mittelpunkt standen die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung innerhalb Hamburgs sowie im Umland. Dabei war ein sogenannter „Worst-Case-Ansatz“ zu verfolgen, der die höchstmöglichen Auswirkungen des Vorhabens modelliert.

Dr. Lademann & Partner haben zur Bearbeitung der Verträglichkeitsuntersuchung folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Herleitung der neuen Zeitpunkt Betrachtung „2020/21“ infolge des ergänzenden Verfahrens und Bestimmung der daraus abzuleitenden Konsequenzen für die Einzelhandelsuntersuchung;
- Darstellung aktueller Trends in der Einzelhandelsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung des wachsenden Onlinehandels und der Einflüsse der Covid-19-Pandemie;
- Beschreibung und Bewertung des aktuellen Vorhabenkonzepts sowie der zu erwartenden Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur im Segment der Handelsnutzungen;<sup>2</sup>
- Beschreibung und Bewertung des Mikrostandorts und dessen stadträumlicher Einbindung (u.a. Lagequalität, verkehrliche Anbindung, Umfeldnutzungen etc.);
- Ermittlung, Analyse und Bewertung der untersuchungsrelevanten sozioökonomischen und makrostandörtlichen Rahmenbedingungen (v.a. Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Pendlerströme, Tourismus, Erreichbarkeitsbeziehungen etc.);
- großmaßstäbliche Darstellung der Wettbewerbssituation im Raum und Ermittlung und Ableitung des Untersuchungsgebiets unter Berücksichtigung der Standort- und Objekteigenschaften sowie der Zentren- und Standortstrukturen des Einzelhandels in Hamburg und Umland;
- Erfassung und Analyse der vorhabenrelevanten Bestandssituation im Einzelhandel innerhalb des Untersuchungsraums in sämtlichen Zentren höherer Hierarchieebenen und agglomerierten Fachmarktstandorten, gegliedert nach Standorten, Lagen und Branchen/Sortimenten; einzelbetriebliche Umsatzschätzungen für die Bestandsbetriebe zur Ermittlung des derzeitigen Umsatzvolumens an den Bestandsstandorten; Identifizierung und Evaluierung von vorhabenrelevanten Planvorhaben im Untersuchungsraum;

---

<sup>2</sup> Die Anteile der einzelnen Nutzungsarten im Westfield Überseequartier Hamburg haben sich gegenüber der Ursprungsplanung verändert. Insbesondere ist der Anteil der Wohnnutzungen deutlich angestiegen. Damit verbunden ist auch eine höhere Einwohnerzahl im Nahbereich, was bei den Modellrechnungen entsprechend zu berücksichtigen war.



- städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse und Bewertung der **Stabilität/Funktionsfähigkeit der Zentren** sowie zur Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen; Ermittlung des Wettbewerbsverhältnisses zwischen dem Vorhaben und den einzelnen Zentren unter Berücksichtigung der zugewiesenen Versorgungsfunktionen;
- räumliche Abgrenzung und Zonierung des prospektiven **Einzugsgebiets** des Vorhabens und sortimentsspezifische Ermittlung der **Nachfragepotenziale** im Einzugsgebiet aktuell sowie für den Prognosehorizont 2024 zur Darstellung und Bewertung der Nachfragesituation;
- sortimentsspezifische Prognose über die zu erwartenden Marktanteile des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets mittels einer Kaufkraftabschöpfungsanalyse; Umrechnung der **Marktanteile/Kaufkraftabschöpfungen** in sortimentsspezifische **Umsatzpotenziale** für den Prognosehorizont 2024; Ermittlung der Streuumsatzpotenziale durch Touristen<sup>3</sup> etc.; Plausibilisierung der Umsätze und Flächenproduktivitäten des Vorhabens;
- sortimentsspezifische Ermittlung der durch die Vorhabenrealisierung ausgelösten **Umsatzumverteilungswirkungen** auf die bestehenden Einzelhandelsstandorte im Rahmen einer **Wirkungsanalyse** unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen auf die Hamburger Innenstadt und sonstiger zentraler Versorgungsbe-  
reiche<sup>4</sup>; dabei wurde ein sektoraler Worst-case-Ansatz zugrunde gelegt, der für jedes Sortiment eine maximal mögliche Verkaufsflächendimensionierung unterstellt, die im Rahmen der Gesamtentwicklung realistisch umsetzbar erscheint; zur Ermittlung der Auswirkungen wurde ein Gravitationsmodell (nach Huff) verwendet, welches die vorhabeninduzierten Veränderungen der Kaufkraftströme im Raum und die dadurch ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen an den betroffenen Einzelhandelsstandorten für die beiden Prognosehorizonte unter Berücksichtigung der nachfrage- und angebotsseitigen Veränderungen verlässlich simuliert; Gravitationsmodelle eignen sich insbesondere für weiträumig ausstrahlende Auswirkungsanalysen und sind gerichtlich als Methode zur Ermittlung von Umsatzumverteilungswirkungen vollständig akzeptiert; die Wirkungsprognose ist dabei als dynamische Prognose aufgebaut. D.h. Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite (Bevölkerungsentwicklung, Planvorhaben) bis zum Prognosehorizont werden in die Wirkungsprognose eingestellt, um deren Genauigkeit zu

---

<sup>3</sup> An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass Dr. Lademann & Partner parallel zum Verträglichkeitsgutachten auch eine Tourismusstudie erarbeitet haben, die als Grundlage zur Abschätzung der tourismusrelevanten Umsatzpotenziale herangezogen wurde. Auf die Inhalte der Studie wird im entsprechenden Kapitel gesondert hingewiesen.

<sup>4</sup> Neben den zentralen Versorgungsbereichen wurden auch sonstige größere Angebotsstandorte (z.B. Fachmarktzentren) in das Rechenmodell zur Ermittlung der Umsatzumverteilungswirkungen integriert, da auch diese das Einkaufsverhalten der Verbraucher beeinflussen und von dem Erweiterungsvorhaben betroffen sind. Nur so kann eine möglichst genaue Wirkungsmodellierung erreicht werden, wenngleich die Wirkungen auf solche Standorte städtebaulich nicht von Relevanz sind, da es sich nicht um schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche handelt.



erhöhen; dabei wurden auch die Einflüsse der Covid-19-Pandemie auf die Entwicklung des stationären Einzelhandels berücksichtigt;

- **städtebauliche und raumordnerische Bewertung** der im Rahmen der Wirkungsanalyse ermittelten absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilungswirkungen im Hinblick auf die Frage, ob diese in städtebaulich relevante Folgewirkungen im Sinne einer vorhabeninduzierten Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche oder einer Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung innerhalb Hamburgs sowie im Umland umschlagen können; ein wesentlicher Anhaltspunkt hierfür ist die Höhe der zu erwartenden Umsatzumverteilung an den jeweiligen Standorten; allerdings kommt es dabei stets auf die konkrete Situation im Einzelfall an; für die städtebauliche Bewertung der Auswirkungen spielen die Ergebnisse der städtebaulichen/versorgungsstrukturellen Analyse der Ausgangslage in den von dem Vorhaben betroffenen zentralen Versorgungsbereichen eine wesentliche Rolle, da sie Aufschluss darüber gibt, wie leistungsfähig die Zentren aufgestellt sind und wie sensibel sie auf Umsatzrückgänge reagieren; so war eine Gesamtbetrachtung aller städtebaulich relevanten Umstände vorzunehmen, insbesondere
  - der Verkaufsfläche des Vorhabens im Vergleich zu den in den Versorgungsbereichen vorhandenen Verkaufsflächen derselben Branche;
  - die voraussichtliche Umsatzumverteilung;
  - die Entfernung zwischen dem Vorhaben und den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen;
  - eine etwaige „Vorschädigung“ des Versorgungsbereichs oder die Gefährdung eines vorhandenen Magnetbetriebs, der maßgebliche Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs hat.
- Prüfung und Bewertung, ob das Vorhaben mit dem **Hamburger Zentrenkonzept**, mit dem **Nahversorgungskonzept des Bezirks Mitte** sowie mit den **Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel** kompatibel ist oder diesen ggf. entgegensteht;
- **abschließende und zusammenfassende Beurteilung** aller Untersuchungsaspekte im Hinblick auf die Frage, ob das Vorhaben im Rahmen einer MK-Ausweisung im Einklang mit den gesetzlichen Bestimmungen und den Hamburger Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Einklang steht.



Um die Untersuchung bearbeiten zu können, waren eine Reihe von **Primär- und Sekundärerhebungen** durchzuführen:

- Sekundärdatenanalysen der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- gründliche Sichtung und Auswertung aller projektrelevanten Unterlagen/Konzeptionen (insbesondere das GfK-Gutachten aus 2016<sup>5</sup>);
- Sichtung und Auswertung von aktuell vorliegenden und fundierten Studien, die sich mit den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Entwicklung des Einzelhandels beschäftigen;
- Vor-Ort-Erhebung der vorhabenrelevanten Angebotssituation im engeren Untersuchungsraum mittels physischer Begehungen der Ladenlokale und app-gestützter Datenerfassung und -bearbeitung nach dem sogenannten Angebotsprinzip<sup>6</sup>;
- intensive Vor-Ort-Begehungen des Mikrostandorts und dessen Standortumfeld sowie der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und aller betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer jeweiligen Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Das Vorhaben ist bereits in Bau, die Eröffnung des Großteils der sich im Quartier befindlichen Komponenten ist für die zweite Hälfte des Jahres 2023 geplant.<sup>7</sup> Als **Prognosehorizont** wurde daher das Jahr 2024 als voraussichtlich erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

---

<sup>5</sup> GfK GeoMarketing GmbH: ÜBERSEEUARTIER HAFENCITY, HAMBURG Wirkungsanalyse, 17. August 2016 (Daten und Informationsstand Oktober 2016)

<sup>6</sup> Erhebungen nach dem Angebotsprinzip erfolgen sortimentsgenau. D.h. Randsortimente werden in den Einzelhandelsbetrieben nicht dem Hauptsortiment zugeschlüsselt, sondern differenziert nach den jeweiligen Sortimenten erhoben, um ein möglichst genaues Abbild der tatsächlichen Angebotssituation generieren zu können.

<sup>7</sup> <https://www.immobilienzentrum.de/1000072681/hamburger-westfield-quartier-oeffnet-erst-ab-sommer-2023>



## 2 Allgemeine Trends der Einzelhandelsentwicklung

Im Folgenden werden die wesentlichen Trends der Einzelhandelsentwicklung als grundlegende Rahmenbedingungen für die Verträglichkeitsuntersuchung erörtert. Die Covid-19-Pandemie muss als eine deutliche Zäsur in der Entwicklung des Einzelhandels eingeordnet werden. Daher werden im Folgenden nicht nur die allgemeinen Entwicklungstendenzen im Einzelhandel dargestellt, sondern es wird im Speziellen auch darauf eingegangen, welchen Einfluss die Covid-19-Pandemie aktuell sowie perspektivisch vor allem im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Online-Handels haben wird.

### 2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor neue Herausforderungen. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten erstmals ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Und während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch durchschnittlich 46 Jahre betrug, wird in einigen Jahren fast die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

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

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar sind, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar. 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. Jedoch 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, Achse Frankfurt-Stuttgart) 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 wie die Veränderung der Konsumentenbedürfnisse, die Haushaltstypenverschiebung („Singlesierung“) und das Absinken des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch mit in Betracht, so folgt daraus ein **starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel.**

## 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-Segments 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 fragen andere Produktgrößen nach. Im Bereich Nonfood spielt u.a. der Trend zur Individualisierung – jedoch bei Produkten ohne Mehrwert nach wie vor auch der Preis – eine Rolle. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, **neue Konzepte** zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

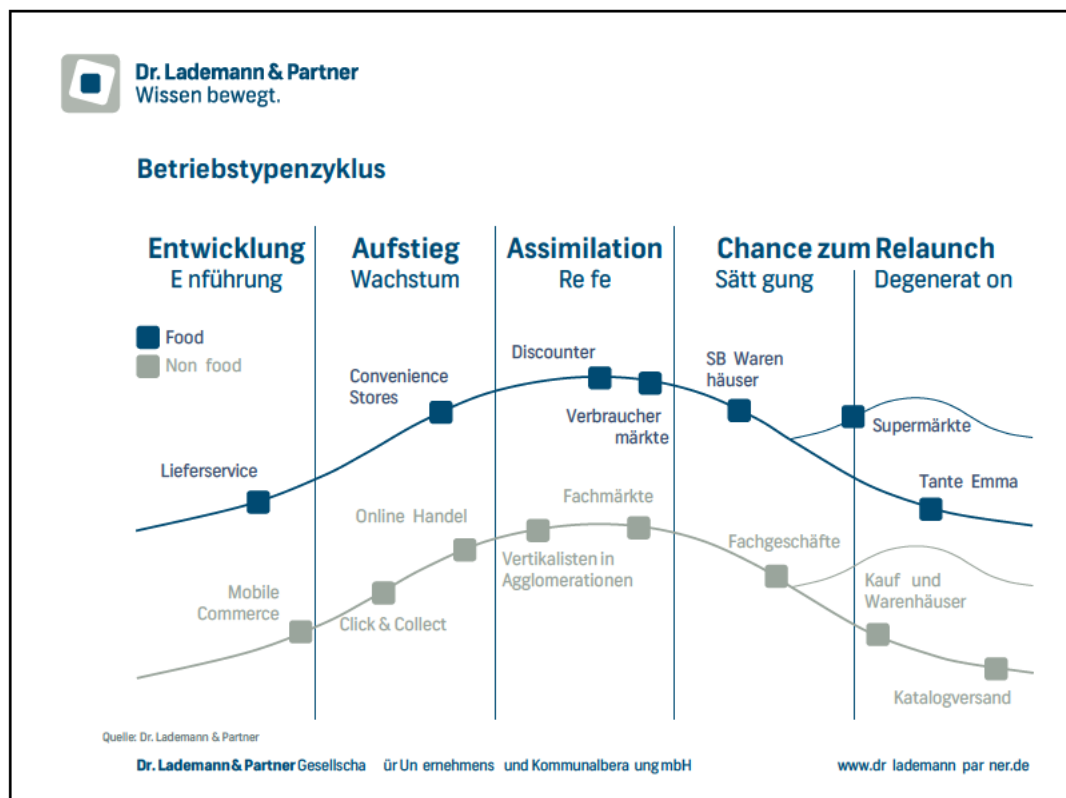


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen



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 (siehe Abbildung). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen das Format anzupassen, was sich anhand des jüngst eingeleiteten Schutzschirmverfahrens und der angekündigten Schließung zahlreicher Standorte von Galeria Karstadt Kaufhof anschaulich verdeutlichen lässt. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Absatzkanäle hingegen wie der **E-Commerce** sind weiterhin aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial. 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**.

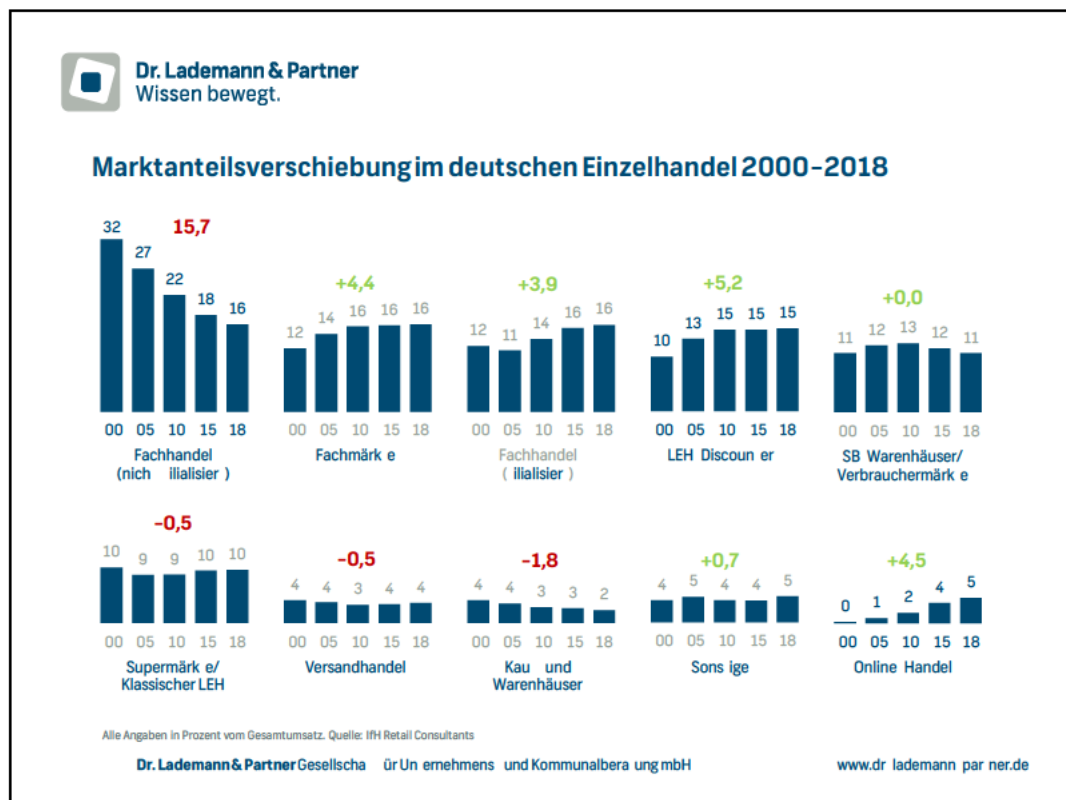


Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen. Der Trend konnte allerdings nicht gleichermaßen fortgesetzt werden. Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden neuere Vertriebswege wie der Online-Handel (siehe hierzu auch das gesonderte Kapitel zur weiteren Entwicklung des Online-Handels) oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören. In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzrückgang, weshalb die Center mit der Ausweitung von



Freizeit- und Gastronomieeinrichtungen und der Integration von digitalen Angeboten zunehmend als „Third Place“<sup>8</sup> inszeniert werden, um eine Steigerung der Besuchsanlässe und eine Erhöhung der Verweildauer zu erreichen. Weiterhin an Marktanteilen verlieren auch die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte (vor allem bedingt durch Altersnachfolgeprobleme im inhabergeführten Einzelhandel). Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere darstellt.

## 2.3 Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung

Nach den Jahren der Finanzkrise zwischen 2007 und 2009 konnten die Umsätze im Einzelhandel seit 2010 insgesamt um über 100 Mrd. € zulegen. Nach Angaben des HDE (Handelsverband Deutschland) erwirtschaftete der gesamte Einzelhandel in Deutschland (inklusive Distanzhandel) 2019 einen Netto-Umsatz von rd. 544 Mrd. Euro. Das Wachstum betrug im Vergleich zum Vorjahr rd. 3,2 %.

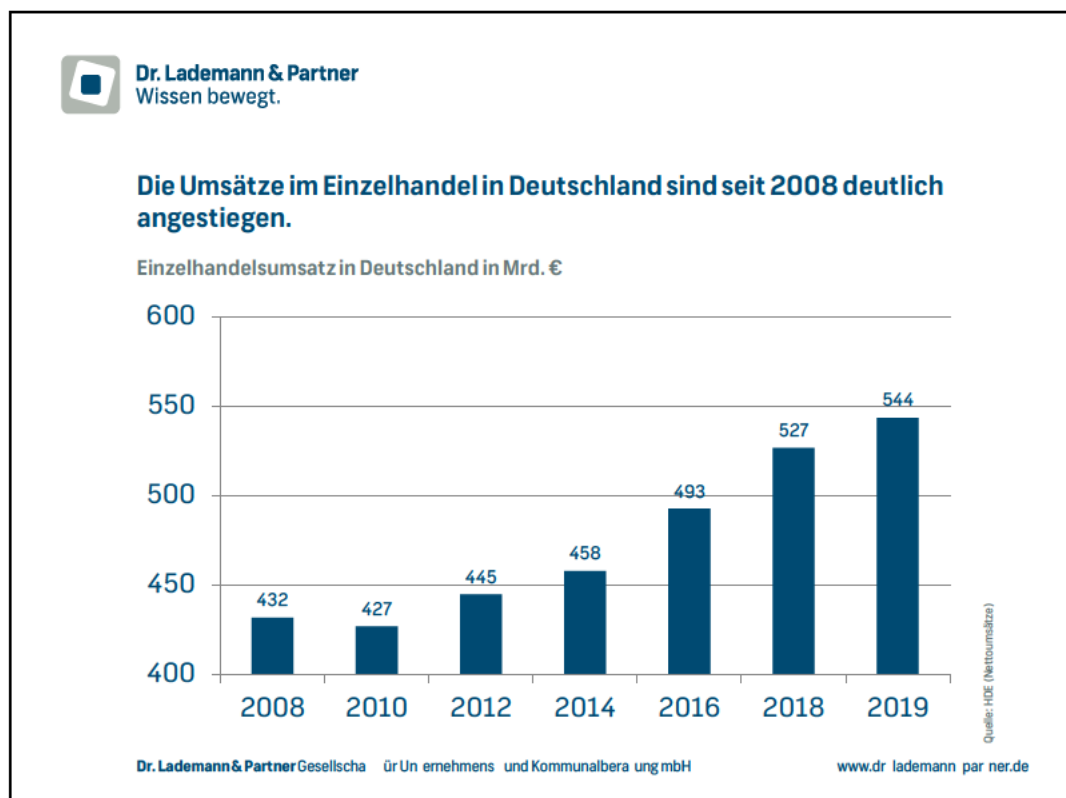


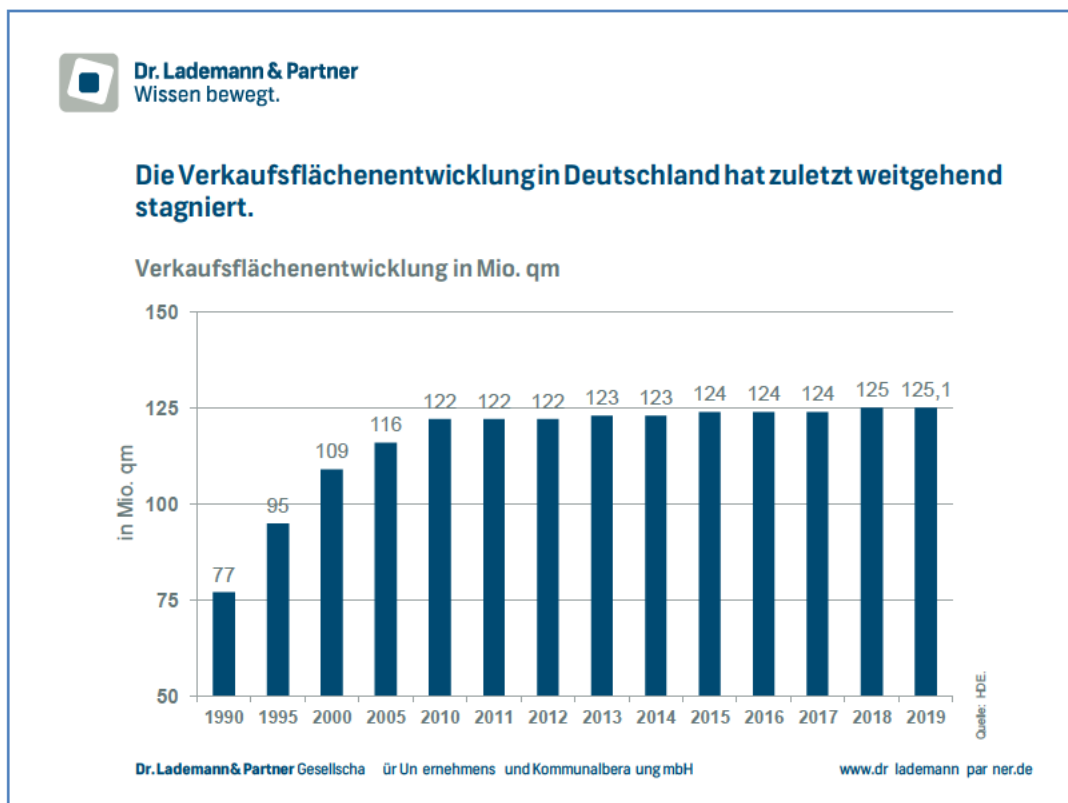
Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (netto)

Die Verkaufsflächenentwicklung hat zwar im letzten Jahr wieder geringfügig zugenommen, stagniert aber seit 2010 weitgehend. Sind bis 2010 noch erhebliche

<sup>8</sup> Der erste Ort ist das eigene Zuhause, der zweite Ort ist der Arbeitsplatz und der dritte Ort (Third Place) sind halb öffentlich inszenierte Lebensräume, an denen sich die Konsumenten vorübergehend zu Hause fühlen.



Wachstumssprünge zu erkennen, so ist die Verkaufsfläche in Deutschland in den letzten zehn Jahren nur noch geringfügig angestiegen. Wachstumsfaktoren in den letzten Jahren waren vor allem die Expansionsbestrebungen im Lebensmitteleinzelhandel und im Drogeriemarktsegment sowie die Tendenzen zur Verkaufsflächenerweiterung dieser Läden. Im Gegensatz dazu wirkten sich Warenhausschließungen, die Redimensionierung bei Elektrofachmärkten und großen SB-Warenhäuser sowie der voranschreitende Verkaufsflächenschwund von kleinen Ladengeschäften vor allem in Kleinstädten, die absatzwirtschaftlich über ein zu geringes Bevölkerungspotenzial verfügen oder dem anhaltenden Konkurrenzdruck durch größere Handelsstandorte sowie dem Online-Handel nicht mehr gewachsen sind, negativ auf das Flächenwachstum aus. Hinzu kommen Firmeninsolvenzen (z.B. Max Bahr/Praktiker, Schlecker), die schlagartig zu umfangreichen Flächenaufgaben führten.



**Abbildung 4: Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland**

Angesichts der steigenden Einzelhandelsumsätze (auch nur bezogen auf den stationären Einzelhandel; siehe hierzu auch Abb. 5) bei gleichzeitig stagnierender Verkaufsflächenentwicklung kann somit von einer **leicht ansteigenden Flächenproduktivität in den letzten Jahren** ausgegangen werden.

Auch die Entwicklung der Shoppingcenter-Fläche in Deutschland ist nach den starken Wachstumsjahren zwischen 1990 und 2015 weitgehend zum Erliegen gekommen. 2020 betrug die Fläche insgesamt rd. 15,8 Mio. qm und hat gegenüber dem Jahr 2016



nur noch um rd. 430.000 qm zugenommen, während das Wachstum zwischen 2010 und 2016 noch bei rd. 1,9 Mio. qm lag (Quelle: EHI).

Aufgrund der bereits hohen Verkaufsflächenausstattung in Deutschland und dem stark wachsenden Online-Handel **befindet sich der stationäre Einzelhandel zunehmend in einer Phase der Marktsättigung und Konsolidierung.** Angesichts der Entwicklungstendenzen im Online-Handel, worauf im Folgenden auch noch einmal gesondert eingegangen wird, muss davon ausgegangen werden, **dass die Verkaufsflächenausstattung in Deutschland perspektivisch eher rückläufig sein wird.** Denn wenn der Anteil der in den Online-Handel abfließenden Kaufkraft stetig zunimmt, geraten die Flächenproduktivitäten im stationären Einzelhandel zunehmend unter Druck, sodass Flächenaustritte unausweichlich sind.

Gleichwohl wird sich die Verkaufsflächenentwicklung regional und sektoral sehr unterschiedlich vollziehen. Im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ist im Gegensatz zum Nonfood-Einzelhandel eher von einem weiteren Ausbau der Verkaufsflächenausstattung auszugehen, da sich der nahversorgungsrelevante Einzelhandel gegenüber dem Online-Handel deutlich resilienter zeigt. Zudem werden starke und über Jahre etablierte Handelsstandorte, wie die Top 7-Städte (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, München, Köln und Stuttgart), weitere sich dynamisch entwickelnde Großstädte sowie kaufkraftstarke Mittelstädte mit über die Stadtgrenzen hinausreichenden Einzugsgebieten und/oder erhöhter Tourismusrelevanz, weit weniger von Flächenaustritten betroffen sein als Kleinstädte und schrumpfende Mittelstädte sowie unattraktive Nebenzentren in größeren Städten. **Somit wird es in Zukunft zu einer stärkeren Polarisierung der Verkaufsflächenstruktur kommen.**

Je nach Region bestehen zudem erhebliche Unterschiede in der Einzelhandelsentwicklung. Insbesondere in vielen Regionen der Neuen Bundesländer, aber auch in einigen strukturschwachen Gebieten der Alten Bundesländer zeigen sich stagnierende bis zum Teil deutlich rückläufige Einwohnerzahlen, die vielerorts bereits dazu geführt haben, dass sich zwischen Verkaufsflächenbestand und Umsatzpotenzial eine immer größere Diskrepanz aufgetan hat mit der Konsequenz sinkender Flächenproduktivitäten. **Der Handel wird sich zunehmend aus der Fläche zurückziehen und stattdessen auf zentrale Standorte mit günstigen Rahmenbedingungen wie einer stabilen Einwohner- und Kaufkraftentwicklung, einer verkehrsgünstigen Lage und einem weiträumigen Einzugsgebiet konzentrieren. Davon wird auch Hamburg künftig profitieren.**



## 2.4 Der Online-Handel erobert die Märkte

Der Einzelhandelsumsatz in Deutschland ist in den letzten zehn Jahren stetig angestiegen. Hierzu hat auch der stationäre Einzelhandel beigetragen, welcher nach einer kurzen Schwächephase während der Finanzkrise zwischen 2008 und 2010 in den letzten Jahren einen stetigen Umsatzzuwachs verzeichnen konnte.

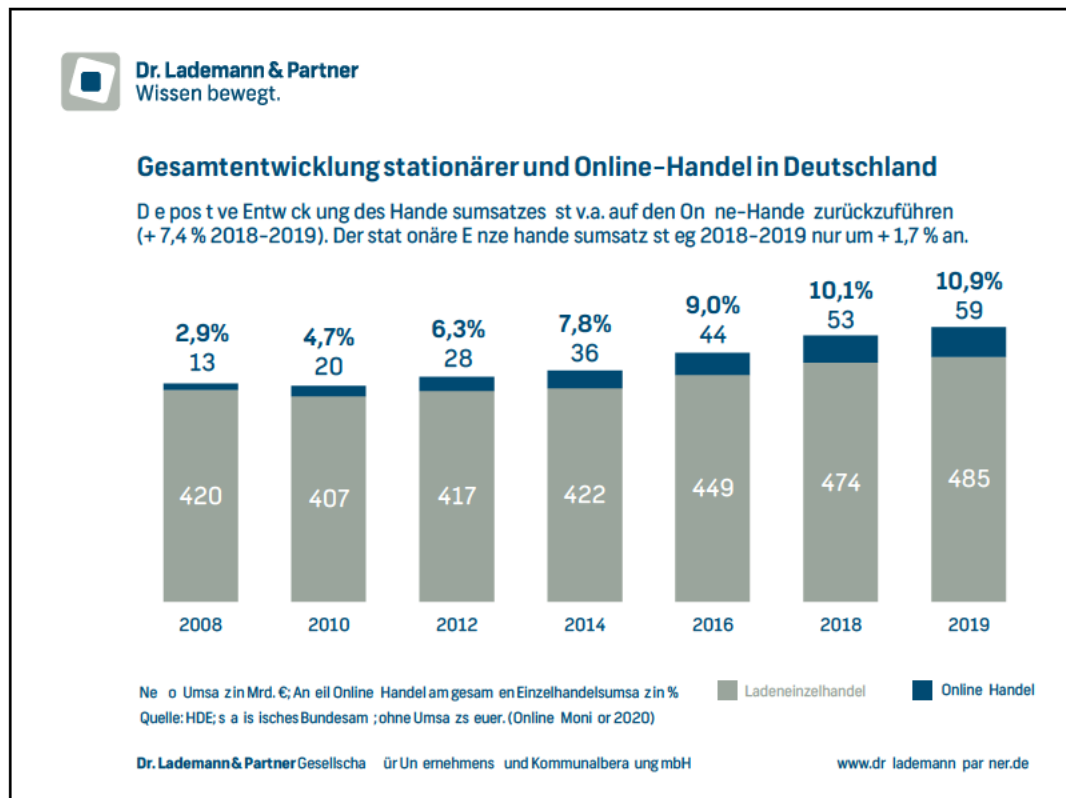


Abbildung 5: Gesamtentwicklung stationärer und Online-Umsatz (netto)

### Allerdings verzeichnet der interaktive Handel ein deutlich stärkeres Wachstum.

Während der stationäre Einzelhandelsumsatz im Zeitraum von 2010 bis 2019 um rd. 16 % gewachsen ist, konnte der Online-Handel im selben Zeitraum um 195 % zulegen und hat sich damit fast verdreifacht. Nichtsdestotrotz weist der stationäre Handel in absoluten Zahlen weiterhin ein hohes Gewicht auf und konnte zwischen 2010 und 2019 immerhin um rd. 78 Mrd. € wachsen. Der Online-Handel hat dagegen lediglich um rd. 39 Mrd. € zugelegt, allerdings mit einer höheren Wachstumsdynamik. Hinzu kommt, dass der stationäre Handel fast nur noch im Food-Segment wächst, während in vielen Branchen des stationären Nonfood-Handels stagnierende oder schrumpfende Umsatzzahlen zu erkennen sind.

Der Vormarsch des Online-Handels führt dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung des Online-Handels am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) stetig zunimmt. Während der Online-Handel im Jahr 2008 lediglich rd. 2,9 % Marktanteil am gesamten Einzelhandelsumsatz verzeichnen konnte,



waren es im Jahr 2019 bereits 10,9 %. In einzelnen Nonfood-Branchen (z.B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Unterhaltungselektronik oder Bücher) erreichte der Online-Handel jedoch bereits 2019 Marktanteile von zum Teil weit über 20 %.

Es verwundert daher nicht, dass der Vormarsch des Online-Handels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen gerade zu Lasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt hat, da innenstadttypische Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Bücher oder Elektronik besonders stark vom Online-Handel betroffen sind. Dabei verliefen die Wachstumsraten in den einzelnen Sortimenten in den vergangenen Jahren sehr unterschiedlich. Der stationäre Handel gerät durch den Online-Handel unter Druck,

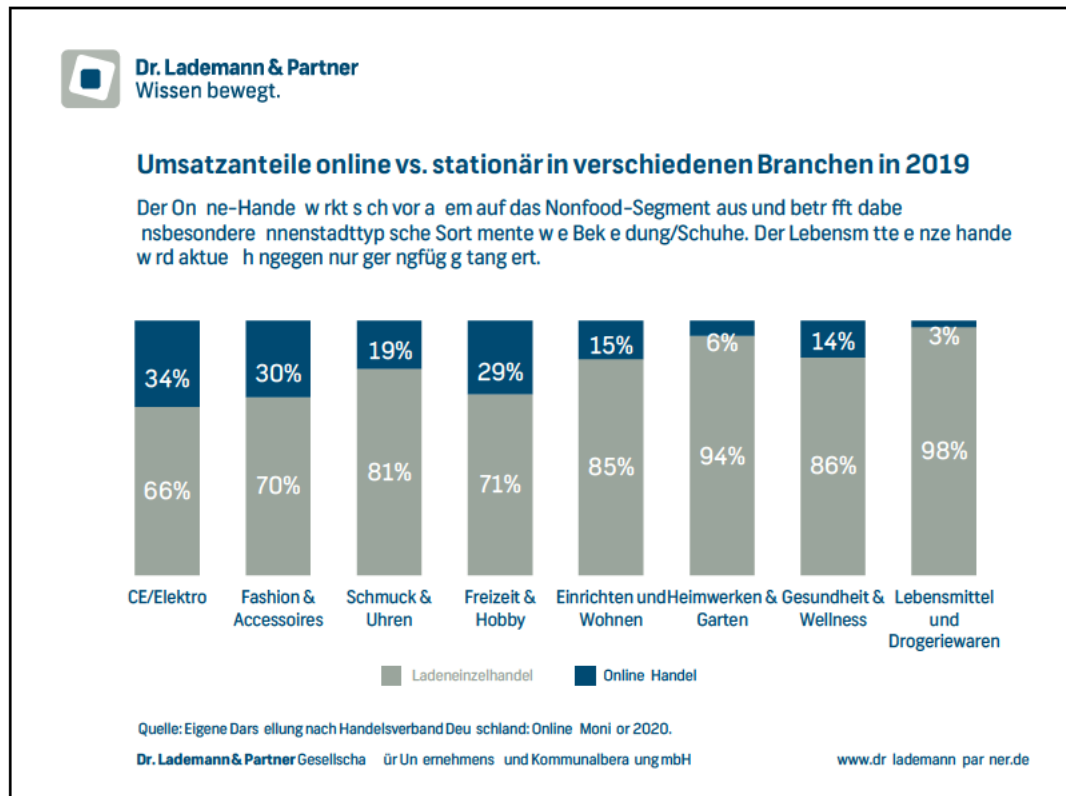
- wo Branchen durch Innovationen komplett auf den Kopf gestellt werden (z.B. Buchhandel; E-Books);
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt (insbesondere Elektrofachmärkte);
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität);
- wo der Kunde anonym bleibt und Kundenbindung auch nicht angestrebt wird;
- wo man als Händler stationär aufgrund rechtlicher Restriktionen oder faktischen Platzmangels nicht wachsen kann;
- wo die (Innen-)Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet).

Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente zu Umsatzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt hat. Hierbei zeigt sich, dass „Verlierer“ der Entwicklung vor allem Kleinstädte und kleinere Mittelstädte sowie die Stadtteilzentren von Großstädten sind. **Umgekehrt ist für die Metropolen sowie für Klein- und Mittelstädte mit beachtlichem Einzugsgebiet und /oder großem Tourismuspotenzial ein weiteres Wachstum zu erwarten.**

Wie bereits angedeutet, schlägt sich das Wachstum des Online-Handels branchenspezifisch in unterschiedlichem Maße nieder. Während das Nonfood-Segment besonders stark vom interaktiven Handel betroffen ist, werden die Umsätze im periodischen Bedarfsbereich auch weiterhin ganz überwiegend im stationären Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandel generiert. Die Sortimente des täglichen Bedarfs werden vom Online-Handel derzeit nur geringfügig tangiert, was u.a. in der komplexen Logistik (z.B. gekühlte Lebensmittel) begründet liegt.



Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über die Umsatzanteile (online vs. stationär) verschiedener Einzelhandelsbranchen im Jahr 2019.<sup>9</sup>



**Abbildung 6: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz**

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „interaktiv“ muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht mehr möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel müssen diese Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht zwangsläufig mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sein. Durch Multichannel-Strategien (wie click-and-collect) verschwimmen vielmehr zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Faktisch muss auch auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen werden, der sowohl in den zurückliegenden Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Zugleich besteht die Möglichkeit für stationäre Händler, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze wie eBay und Amazon abzusetzen. So trägt die Verknüpfung der Vertriebskanäle<sup>10</sup> zur Stabilisierung des

<sup>9</sup> In der Wirkungsprognose wird berücksichtigt, dass ein Teil des vorhandenen Nachfragepotenzials dem stationären Einzelhandel nicht zur Verfügung steht und stattdessen vom Online-Handel gebunden wird.

<sup>10</sup> D.h., dass bisher rein stationär aktive Einzelhändler (z.B. mit einem Laden in der Innenstadt) neue Vertriebswege erschließen und z.B. durch die Einrichtung eines eigenen Online-Shops den Online-Handel stärker in den Verkaufsprozess einbinden. Hiermit können potenzielle Kunden über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle erreicht und zum Kauf angeregt werden. Mit einer Verknüpfung von Offline- und Online-Aktivitäten können sich Einzelhändler breiter aufstellen und die Vorteile des stationären Handels mit den Vorteilen des interaktiven Handels verknüpfen.



stationären Handels bei. Der stationäre Handel wird also auch künftig noch eine bedeutende Rolle einnehmen.

Allerdings wird der stationäre Handel durch die starken Wachstumstendenzen des Online-Handels aber weiter unter Druck gesetzt werden und durch Verkaufsflächenrückgänge gekennzeichnet sein. Tendenziell kann man davon ausgehen, dass die „Großstädter“ zwar onlineaffiner sind, die Kaufkraftabwanderungen ins Netz können attraktive Großstädte aber durch Kaufkraftzuflüsse aus den ländlichen Regionen und durch Touristen weitgehend auffangen. So ist derzeit nicht zu beobachten, dass die ländliche Bevölkerung massenweise ins Netz abwandert, wenn die Angebotsvielfalt vor Ort zurückgeht. Vielmehr hat Shopping als Freizeitattraktion zunehmend an Bedeutung gewonnen und treibt die Verbraucher in Richtung der großen Einkaufsdestinationen in den Großstädten. Dieser Effekt fällt umso höher aus, je stärker sich das Angebot für die Verbraucher vor Ort verknappt und je attraktiver die konkurrierende Einkaufsdestination im Hinblick auf Angebotsvielfalt, Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität ist. Insofern bieten sich auch im Zeitalter des Online-Handels für eine Stadt wie Hamburg durchaus noch gute Entwicklungschancen für den stationären Einzelhandel. Aber auch Tourismusorte können die Abflüsse in den Online-Handel in signifikantem Maße durch Zuflüsse von Touristen kompensieren.

## 2.5 Entwicklungstendenzen im Einzelhandel im Lichte der Covid-19-Pandemie

Durch die Corona-Pandemie und deren ökonomische und soziale Folgeeffekte hat sich die gesamtwirtschaftliche Situation in Deutschland und damit auch die Situation für den Einzelhandel im Jahr 2020 dramatisch verändert. Dieser Trend hält auch im Jahr 2021 weiter an. Die angeordneten Geschäftsschließungen im Zuge des „Lockdowns“ im Frühjahr 2020 und im Winter 2020/21 haben den stationären Nonfood-Einzelhandel unmittelbar betroffen. Die von den angeordneten Geschäftsschließungen betroffenen Händler müssen während der Schließzeit nahezu einen kompletten Umsatzausfall verkraften, der durch eilig eingerichtete Lieferservices oder interaktive Vertriebskanäle nicht annähernd ausgeglichen werden kann.

Nach dem ersten „Lockdown“ und der Wiedereröffnung der Läden im Sommer 2020 erholte sich der Umsatz nur langsam, was auch in den geringen Passantenfrequenzen in den ersten Wochen nach der Wiedereröffnung abzulesen war, die deutlich unter dem Vorjahresniveau lagen.<sup>11</sup> Ursächlich hierfür ist die massiv eingebrochene

<sup>11</sup> Laut Echtzeit Daten von Hystreet.com lagen die Passantenfrequenzen in den Innenstadtlagen im Durchschnitt während des Lockdowns (KW 15 – 16) bei 19 % des Vorjahresniveaus. In der KW 17 (erste EH Öffnungen) stiegen die Werte auf 37 %. In der KW 18 (bundesweite EH Öffnungen) wurden 42 % erreicht und in der KW 19 im Schnitt 56 %. In der KW 24 konnten immerhin schon wieder 82 % des Vorjahresniveaus erreicht werden. Erste Zahlen für den November zeigen erneut erhebliche Einbrüche bei den Frequenzahlen gegenüber dem Vorjahresniveau.



Konsumlaune der Verbraucher, die zum einen durch Arbeitsplatz- und Einkommensverluste und zum anderen durch die Einschränkungen des Einkaufskomforts in Folge von Maskenpflicht, Abstandsregelungen und Zugangsbeschränkungen negativ beeinflusst wird. Hinzu kommt, dass insbesondere die Risikogruppen aus Angst vor einer Infektion den stationären Einkauf meiden. Dies spiegelt sich auch im massiven Einbruch des HDE-Konsumbarometers wider.

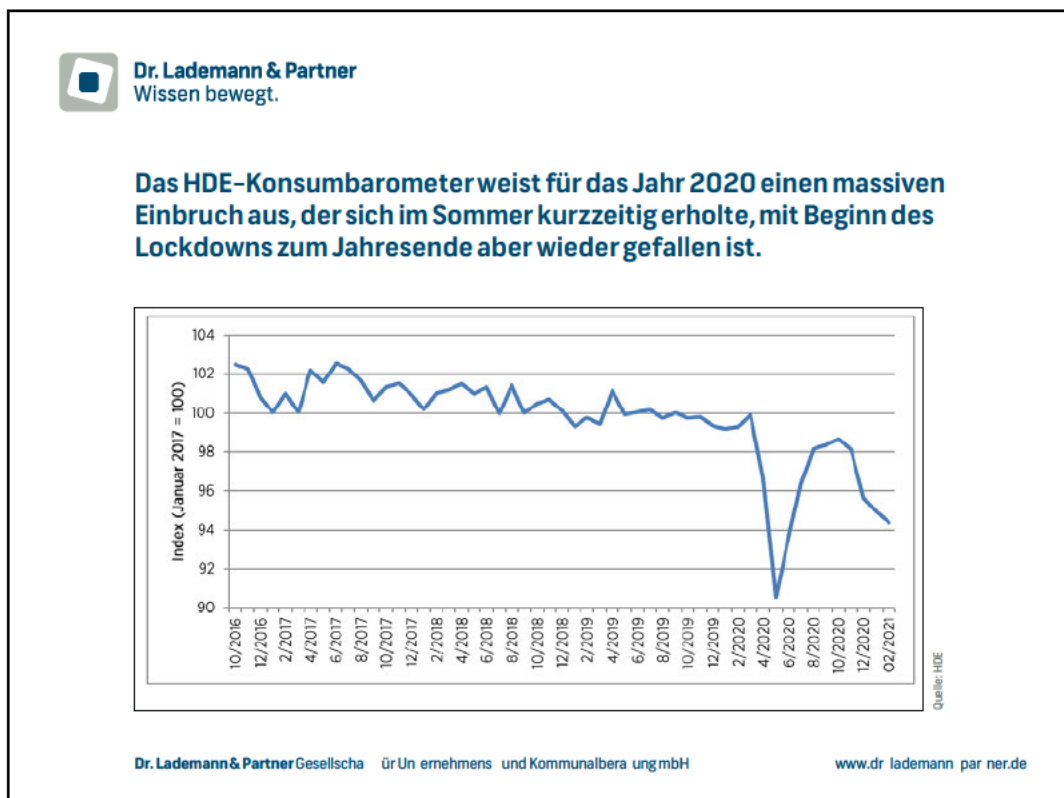


Abbildung 7: HDE-Konsumbarometer

Hat sich die Situation für den stationären Einzelhandel aufgrund des in Deutschland vergleichsweise günstigen Pandemieverlaufs und den daraus resultierenden Lockerungen über die Sommermonate 2020 etwas entspannt, stellt der erneute „Lockdown“ im Winter 2020/21 wieder eine erhebliche Verschärfung der Situation dar, zumal auch das für den Einzelhandel so wichtige Weihnachtsgeschäft betroffen war. Der im November 2020 angeordnete „Teil-Lockdown“ hatte zunächst keine direkten Auswirkungen auf den Einzelhandel. Aufgrund der Schließung von Gastronomie-, Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie der Absage fast aller Veranstaltungen und auch infolge von Einschränkungen im Tourismus war insbesondere der innerstädtische Einzelhandel aber erneut von deutlichen Frequenzrückgängen betroffen, bevor der Einzelhandel dann ab Mitte Dezember 2020 ebenfalls wieder schließen musste. Das Ende des aktuell ausgerufenen „Lockdowns“ mit einem weitreichenden Herunterfahren des öffentlichen Lebens ist derzeit noch nicht abzusehen (Stand: Februar 2021). Unabhängig davon ist für die folgenden Monate aber in jedem Falle mit weiteren Maßnahmen zur



Eindämmung der Corona-Pandemie zu rechnen, die sich auf die Kundenfrequenz im stationären Einzelhandel negativ auswirken werden.

Bereits der "Lockdown Light" im November, als die Läden noch nicht geschlossen waren, verzeichnete massive Rückgänge bei Frequenzen und Verkaufszahlen im innerstädtischen Einzelhandel und in den besonders betroffenen Branchen Mode/Schuhe, Uhren/Schmuck, Elektronik und Spielzeug. Dies zeigt, dass vor allem die stationären Einzelhändler, die innenstadttypische Sortimente anbieten, am stärksten von der Corona-Pandemie betroffen sind.

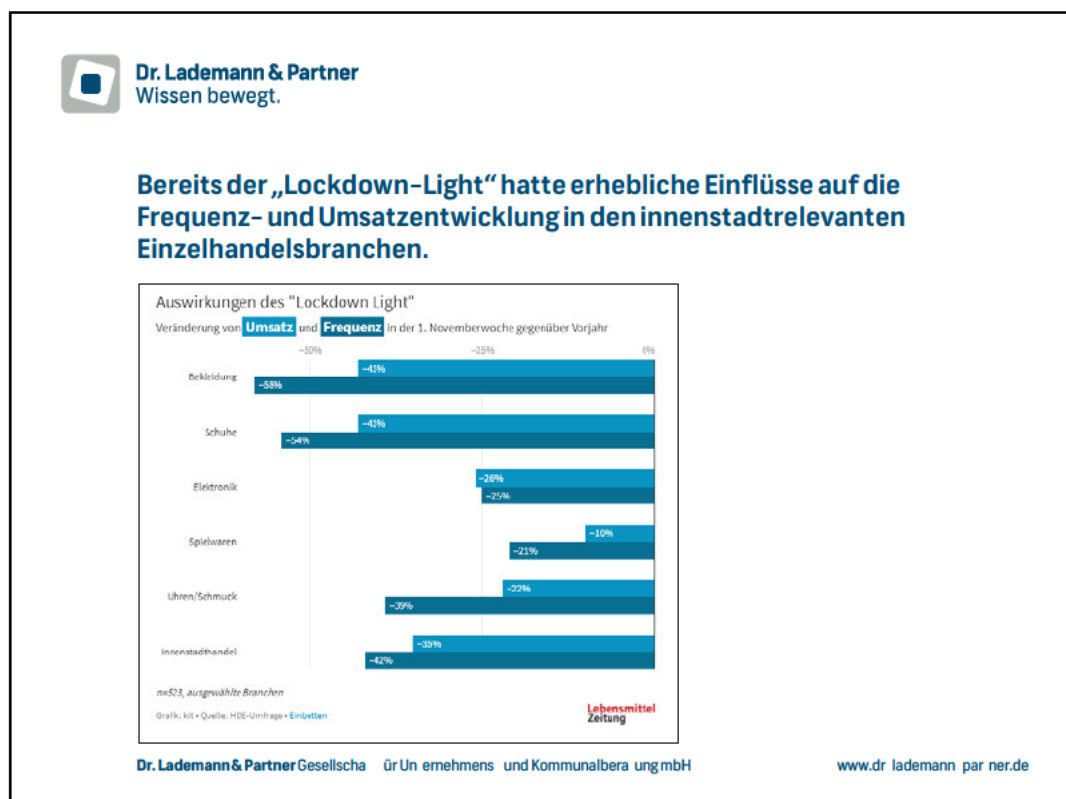


Abbildung 8: Frequenz- und Umsatzentwicklung im „Lockdown Light“

Insofern muss kurz- bis mittelfristig für den stationären Nonfood-Einzelhandel auch weiterhin von einer sehr angespannten Situation ausgegangen werden, die sich bereits in zahlreichen Unternehmensinsolvenzen bemerkbar gemacht hat und langanhaltende Umsatzrückgänge mit sich bringen wird. Auch für die nächsten Monate muss damit gerechnet werden, dass weitere Anbieter aus dem Markt ausscheiden werden. Dies werden aber vor allem solche Unternehmen sein, die schon vor der Coronakrise erhebliche strukturelle Probleme hatten und für deren Niedergang die Pandemie lediglich als Katalysator für eine Marktbereinigung wirkte.

Aufgrund der generellen Zurückhaltung beim Einkaufen infolge der Unsicherheiten auf Verbraucherseite stagnierte der Online-Handel nach Zahlen des bevh (Bundesverband E-Commerce und Versandhandel) im ersten Quartal 2020 in allen Produktbereichen



zunächst weitgehend. In den Segmenten Bekleidung/Schuhe, Elektro/Technik und Hobby/Freizeit gab es z.B. deutliche Umsatzrückgänge. Im zweiten Quartal 2020 lag das Wachstum des Online-Handels aber bereits bei 16,5 % im Vergleich zum Vorjahr, was die Rückgänge im ersten Quartal mehr als kompensierte.

Das Institut für Handelsforschung in Köln (IFH) schätzt das Online-Volumen in seiner jüngsten Studie<sup>12</sup> im deutschen Einzelhandel für das Gesamtjahr 2020 auf 80 bis 88 Milliarden Euro, was das Wachstum im Vergleich zum Vorjahr mindestens verdoppelt hätte. Da laut einer Konsumentenbefragung des bevh mehr als die Hälfte der Befragten angab, unter dem Einfluss von Corona künftig mehr online einkaufen zu wollen, kann die Corona-Pandemie durchaus als **Beschleuniger des Online-Wachstums** angesehen werden. Viele Verbraucher, die während des „Lockdowns“ zwangsläufig und erstmals online einkauften, orientieren sich auch dauerhaft auf den Online-Handel um. Wie sich die Situation nach Wegfall von Maskenpflicht, Abstandsregelungen etc. darstellen wird, kann derzeit noch nicht abschließend bewertet werden.

Für Mitte der 2020er Jahre (und damit auch für den Prognosehorizont für das vorliegende Verträglichkeitsgutachten) kann davon ausgegangen werden, dass sich die Rahmenbedingungen für den stationären Einzelhandel wieder erholen werden. So ist zum einen zu erwarten, dass mittelfristig mehrere Impfstoffe in ausreichender Menge in Deutschland zur Verfügung stehen und ein Großteil der Bevölkerung gegen das Virus bald geimpft sein wird<sup>13</sup>. Zum anderen lassen die Prognosen von Wirtschaftsinstituten erwarten, dass auch die ökonomischen Folgewirkungen mit entsprechenden Effekten auf Arbeitsplätze und Einkommen bis Mitte der 2020er Jahre weitgehend ausgeglichen sein sollten und sich damit auch das Marktumfeld für den Einzelhandel wieder verbessern wird.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> FH Köln GmbH: Branchenreport Onlinehandel 2020.

<sup>13</sup> Inwieweit es durch Mutationen des Virus zu eingeschränkten Impferfolgen kommen könnte, ist derzeit virologisch nicht abzuschätzen und spekulativ. Gesichert scheint aktuell aber zu sein, dass die Mutanten die Wirksamkeit der Impfstoffe nicht grundsätzlich in Frage stellen.

<sup>14</sup> Das ifw (Institut für Weltwirtschaft) geht in seiner Konjunkturprognose vom 16. Dezember 2020 davon aus, dass nach einem Einbruch des BIP von rd. 5,2 % in 2020, für das Jahr 2021 ein Wachstum von rd. 3,1 % und für das Jahr 2022 von rd. 4,5 % zu erwarten ist. [Vgl. Kieler Konjunkturberichte Nr. 74 (2020; Q4) Deutsche Wirtschaft im Winter 2020.] Für die privaten Konsumausgaben wird für das Jahr 2020 von einem Rückgang von rd. 6,3 % ausgegangen, während für 2021 ein Anstieg um rd. 2,7 % und für 2022 um rd. 7,2 % prognostiziert wird.

Das ifo Institut geht in seiner Konjunkturprognose vom 16. Dezember 2020 davon aus, dass das BIP nach einem Einbruch in 2020 von rd. 5,1 % in 2021 um rd. 4,2 % und in 2022 um rd. 2,5 % wachsen wird. [Vgl. ifo Schnelldienst, Sonderausgabe Dezember 2020; ifo Institut Leibniz Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V.]. Für die privaten Konsumausgaben wird für das Jahr 2020 von einem Rückgang von rd. 5,6 % ausgegangen, während für 2021 ein Anstieg um rd. 4,5 % und für 2022 um rd. 2,8 % prognostiziert wird.



## 2.6 Prognose zur Entwicklung des Online-Handels

Wie unter Kap. 2.5 dargelegt, muss davon ausgegangen werden, dass die Covid-19-Pandemie als Wachstumsbeschleuniger für den Online-Handel fungiert. Je mehr Kaufkraft in den Online-Handel abfließt, desto stärker wird der stationäre Einzelhandel unter Druck geraten. Dies muss bei der vorliegenden Verträglichkeitsuntersuchung berücksichtigt werden.

Mit der Frage, welchen Einfluss die Covid-19-Pandemie auf die Weiterentwicklung des Online-Handels hat und welche Konsequenzen daraus für den stationären Einzelhandels resultieren, haben sich zuletzt einige Institute und Unternehmen beschäftigt. Dr. Lademann & Partner haben aktuell vorliegende Studien gesichtet und dabei vor allem den im Dezember 2020 erschienenen [Branchenreport Onlinehandel 2020 des Instituts für Handelsforschung Köln](#) als besonders seriös und valide befunden.

Das IFH ist ein renommiertes Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Handelsumfeld, welches seinen Ursprung 1929 mit der Gründung des Betriebswirtschaftlichen Instituts für Einzelhandelsforschung an der Universität zu Köln hat. 2001 wurde die IFH Gesellschaft für Markt- und Unternehmensanalysen ausgegründet, die seit 2018 unter IFH Köln firmiert. Auf Basis fundierter Marktforschung analysiert das IFH kontinuierlich Markttrends, Kundenverhalten und Wettbewerbsentwicklung. Durch die Verbindung zum Lehrstuhl Handel und Kundenmanagement an der Universität zu Köln findet dabei ein regelmäßiger Austausch zwischen Handelsforschung und Praxis statt.<sup>15</sup>

Der Branchenreport Onlinehandel 2020 setzt sich ausgehend vom Basisjahr 2019 sehr dezidiert mit den Entwicklungsperspektiven des Online-Handels bis zum Jahr 2024 auseinander. Dabei werden die durch die Covid-19-Pandemie in 2020 ausgelösten Effekte für den Einzelhandel umfassend berücksichtigt. Die Analysen und Prognosen werden differenziert nach Branchen/Sortimenten vorgenommen und ermöglichen somit eine sehr tiefgehende Auseinandersetzung mit den Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels, die sich in anderen Veröffentlichungen so nicht findet. Die Prognosen zur Weiterentwicklung des Onlinehandels werden dabei in drei Szenarien abgegeben.

Die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie sollen im Folgenden kurz aufgezeigt werden, da sie auch Eingang in die Wirkungsprognose zum WHÜ durch Dr. Lademann & Partner gefunden haben.

---

<sup>15</sup> Zu den bekanntesten Veröffentlichungen des IFH zählt der sogenannte „Katalog E“, der eine Sammlung von Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft darstellt.



Das IFH skizziert **drei Szenarien zur Entwicklung des Online-Handels**, für die von folgenden Prämissen ausgegangen wird:

### **Obere Variante**

Die obere Variante geht von einer anhaltend hohen Wachstumsdynamik im Onlinehandel aus. Grundlage ist das durchschnittliche Wachstum der Jahre 2013 bis 2018, was zu einer progressiven Entwicklung der Umsatzkurve des Onlinehandels führt. Hierfür wird angenommen, dass vom Onlinehandel starke, innovative Impulse kommen, die von den Verbrauchern auch angenommen werden, und zugleich der stationäre Handel seine Möglichkeiten, neue Impulse zu generieren, nicht ausschöpft. In der Folge können noch deutlich mehr ältere Konsumenten dazu bewegt werden, öfter online zu shoppen. Konsumenten legen bei diesem Szenario auch weniger Wert auf stationäre Verkaufsstellen und Touchpoints. Eine daraufhin abnehmende stationäre Angebotsdichte beschleunigt das Online-Wachstum noch zusätzlich.

### **Mittlere Variante**

Die mittlere Variante legt langsam abnehmende Wachstumsraten des Online-Handels zugrunde. Dies führt tendenziell zu einer anhaltend gleichmäßigen Entwicklung der Umsatzkurve des Onlinehandels. Grundannahme der mittleren Variante ist, dass es sowohl im Onlinehandel als auch im stationären Handel immer wieder Impulse gibt. Der stationäre Handel treibt die Vernetzung der Kanäle zunehmend voran, sodass Cross-Channel-Services und neue Marktplätze sowie Social Media den Onlinezugang auch für den Offlinehandel fördern. Ein wesentlicher Teil der Wachstumsdynamik resultiert aber schon allein aus der Generationenentwicklung. Es werden zwar noch immer neue Käufer-schichten hinzugewonnen, das Älterwerden verändert aber zugleich die Konsumgewohnheiten einer gesamten Gesellschaft in Richtung einer zunehmenden Selbstverständlichkeit des Online-Shoppings. Gleichzeitig bleiben aber Offline-Verkaufsstellen/Touchpoints wichtiger Bestandteil des Angebotsmixes.

### **Untere Variante**

In der unteren Variante nehmen die Online-Wachstumsraten tendenziell deutlich ab, was eine degressive Entwicklung der Umsatzkurve des Onlinehandels zur Folge hat. Grundannahme ist, dass wenig neue Impulse aus dem Onlinehandel kommen, die auf neue Impulse aus dem stationären Handel treffen. Damit verhelfen Cross-Channel-Services verstärkt zu mehr stationären Käufen. Hinzu kommt, dass neue Onlineshopper kaum hinzugewonnen werden und die Online-Kaufintensität nur noch leicht zunimmt. Selektives Kaufen mit starken stationären Anteilen gewinnt die Oberhand.



Zusätzlich wird der „Updrift“ des Onlinehandels durch die Covid-19-Pandemie einberechnet, sodass in nahezu allen Branchen von einem zusätzlichen Wachstumsschub im Onlinehandel auszugehen ist. Für vormals vorwiegend stationäre Käufer ist die Hürde zum Online-Handel deutlich geringer geworden. Umgekehrt ist die Hürde für vormals vorwiegende Onlinekäufer gestiegen, stationär einzukaufen. Die Wachstumsraten werden insofern nicht mehr auf das Vorcorona-Niveau zurücksinken. Zudem wird berücksichtigt, dass sich Konjunktur- und Beschäftigungseffekte mit zunehmender Dauer der Pandemie auf das Nachfrageverhalten insgesamt negativ auswirken. Der **Covid-19-Effekt** wird in unterschiedlichem Maße in die drei Szenarien einberechnet.

### **Obere Variante**

Es gibt im Jahresverlauf 2021 noch immer/wieder ein erhöhtes Infektionsrisiko und Kontaktbeschränkungen. Der stationäre Einkauf ist entsprechend eingeschränkt. Diese Situation verbessert sich erst zum Jahresende.

### **Mittlere Variante**

Das Infektionsrisiko ist weiterhin nicht gebannt und es bestehen Kontaktbeschränkungen. Das Infektionsgeschehen ist aber weitgehend kontrolliert und ermöglicht einen etwa zwangloseren Umgang mit der Pandemie. Ab der zweiten Jahreshälfte 2021 wächst die Zuversicht und das gesellschaftliche Leben beginnt sich schrittweise zu normalisieren.

### **Untere Variante**

Die Anwendung von Impfstoffen geht sehr zügig voran. Zwar gibt es in der ersten Jahreshälfte noch Einschränkungen, das Kaufverhalten normalisiert sich im Jahresverlauf aber deutlich.

Für die einzelnen Varianten geht das IFH von einem Onlinehandelsvolumen im Jahr 2020 zwischen 80 und 88 Mrd. € (brutto) aus. Je nach Szenario bewegen sich die Wachstumsraten bis 2024 zwischen 8,2 % p.a. und 15,2 % p.a. **Das Trendszenario (mittlere Variante) geht von einem Anstieg des Onlinehandels bis 2024 auf ein Umsatzvolumen von etwa 120 Mrd. € (brutto) aus, was einer jährlichen Wachstumsquote von 2019 bis 2024 von rd. 11,5 % p.a. entspricht. Damit würde der Onlinehandel in 2024 einen Marktanteil von 16,5 % erreichen.**<sup>16</sup>

---

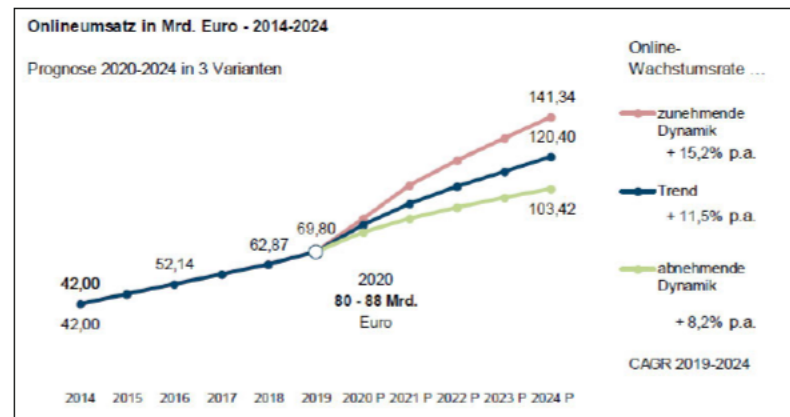
<sup>16</sup> n der oberen Variante läge der Marktanteil des Onlinehandels bei 19,4 %, in der unteren Variante bei 14,2 %.





Dr. Lademann & Partner  
Wissen bewegt.

### Prognosen des IFH Köln gehen in unterschiedlichen Szenarien von einem weiteren Anstieg des Onlinehandels bis 2024 aus.



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

www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 9: Marktentwicklung und Wachstumsdynamik des Onlinehandels bis 2024 (Brutto-Werte)

Die ersten Wochen und Monate des Jahres 2021 zeigen, dass eine Normalisierung des gesellschaftlichen Lebens frühestens in der zweiten Jahreshälfte realistisch ist und die Geschäftsschließungen bereits zu massiven Verlagerungen in den Online-Handel geführt haben. Gleichzeitig gehen Dr. Lademann & Partner aber auch davon aus, dass viele stationäre Händler bedingt durch die Geschäftsschließungen gezwungen sind, auf digitale Absatzkanäle auszuweichen und von diesen Erfahrungen in den Nachcorona-Jahren profitieren können bzw. besser digital aufgestellt sein werden. Gleichwohl muss mit zunehmender Dauer des „Lockdowns“ von weiteren Marktaustritten stationärer Händler ausgegangen werden, sodass der stationäre Handel perspektivisch an Umsatz weiter verlieren wird. Allerdings werden sich die Wachstumsraten in den Nachcorona-Jahren auch wieder abschwächen. Auch in den Vorcorona-Jahren waren in einigen Segmenten (z.B. Bücher) bereits erste Sättigungstendenzen zu erkennen. **Daher halten Dr. Lademann & Partner das mittlere Szenario insgesamt für am plausibelsten und ziehen dieses Szenario daher als Eingangsparameter für die Auswirkungsanalyse heran.**

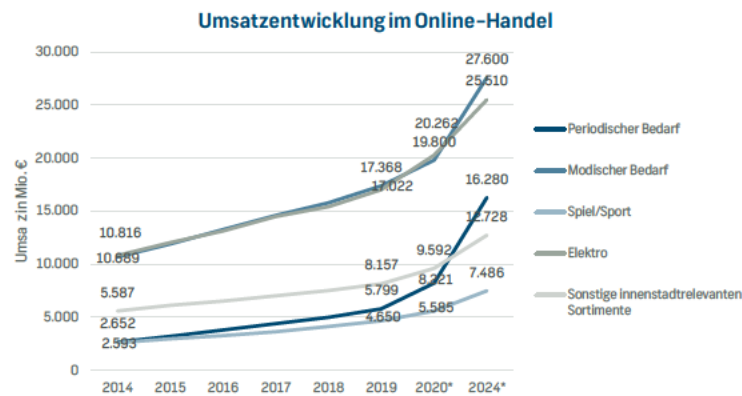
Differenziert nach den Branchen/Sortimenten, die für die Auswirkungsanalyse eine Rolle spielen, gehen die IFH-Prognosen von folgenden Marktentwicklungen im Online-Handel aus:





**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

**Der in den letzten Jahren über alle Sortimente zu beobachtende Anstieg des Online-Handels erhält durch die Covid19-Pandemie einen zusätzlichen Wachstumsbeschleuniger.**



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

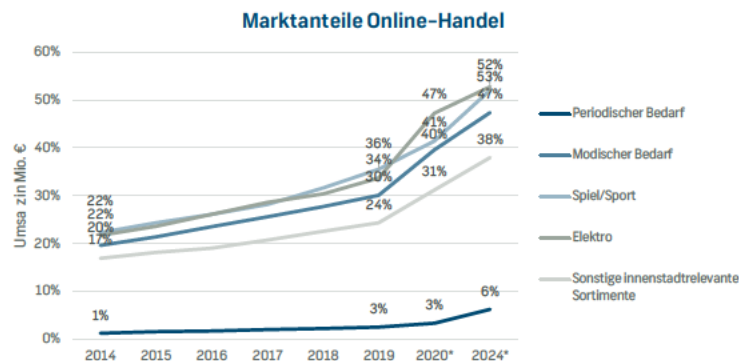
[www.dr-lademann-parner.de](http://www.dr-lademann-parner.de)

**Abbildung 10: Umsatzentwicklung des Onlinehandels bis 2024 nach Branchen (Brutto-Werte)**



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

**Die Marktanteile des Online-Handels werden bis 2024 in allen Segmenten deutlich ansteigen, im Periodischen Bedarf aber auf niedrigem Niveau bleiben.**



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

[www.dr-lademann-parner.de](http://www.dr-lademann-parner.de)

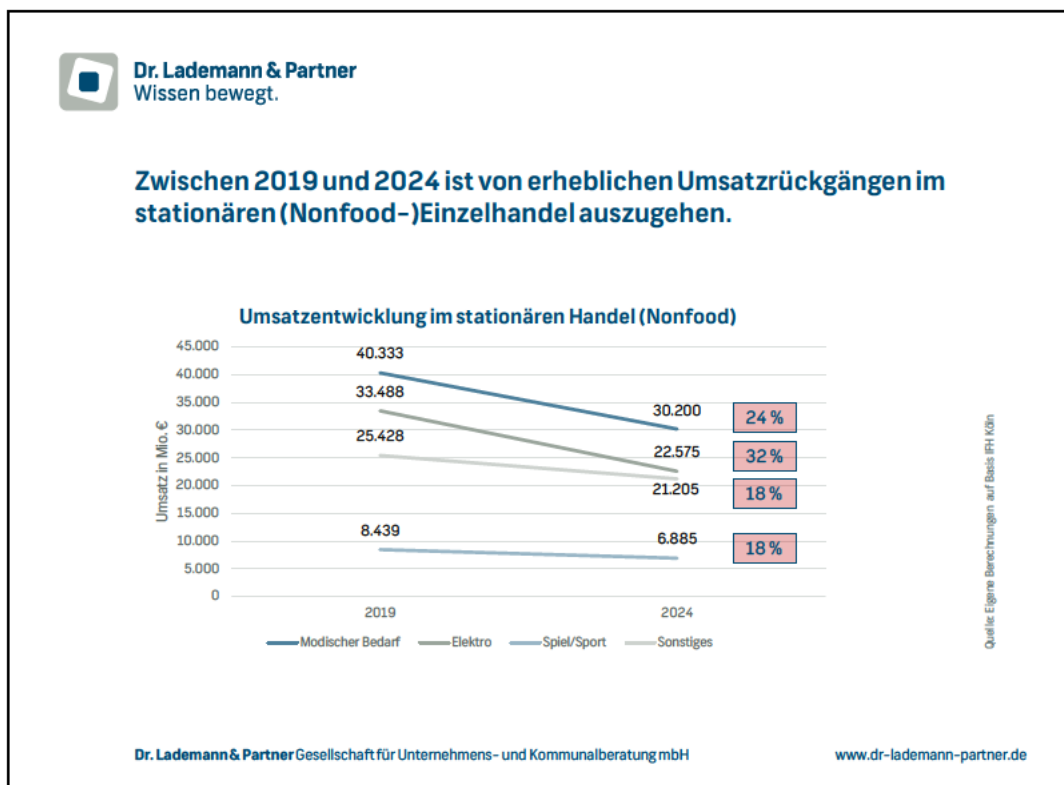
**Abbildung 11: Marktanteilsentwicklung des Onlinehandels bis 2024 nach Branchen (Brutto-Werte)**



Wie die Abbildungen zeigen, ist der Online-Handel zwischen 2014 und 2019 über alle Segmente stetig gewachsen. Die Covid-19-Pandemie ist als Wachstumsbeschleuniger einzustufen, sodass der Umsatz des Online-Handels bis 2024 noch einmal erheblich zulegen wird. Vor allem in den Jahren 2020 und 2021 erreicht der Online-Handel infolge der Geschäftsschließungen dabei die größten Wachstumszahlen.

Im Modischen Bedarf, bei Spiel/Sport und bei Elektro wird sich der Marktanteil des Onlinehandels im Jahre 2024 um die 50 % bewegen. Bei den sonstigen innenstadtrelevanten Sortimenten sind es knapp 40 %. Im periodischen Bedarf ist zwar ebenfalls ein erheblicher Marktanteilszuwachs zu erwarten. Allerdings bleibt der Marktanteil mit rund 6 % auf vergleichsweise niedrigem Niveau.

Die Marktanteilszuwächse des Online-Handels werden nicht ohne Umsatzrückgänge im stationären Einzelhandel erfolgen. Auch wenn im Zeitraum bis 2024 wieder von einer Normalisierung des gesellschaftlichen Lebens ausgegangen werden kann und zur Mitte der 2020er Jahre auch wieder mit einem Anstieg der Konsumausgaben zu rechnen ist, werden diese die Abflüsse in den Online-Handel (im Nonfood-Segment) bei weitem nicht kompensieren können. Basierend auf den Zahlen des IFH, muss daher von Umsatzrückgängen im stationären Einzelhandel vom Vorkrisenjahr 2019 bis zum Jahr 2024 in Höhe von rd. 18 % in den Segmenten Spiel/Sport und Sonstige innenstadtrelevante Sortimente, von 24 % im Modischen Bedarf und von 32 % im Segment Elektro ausgegangen werden.



**Abbildung 12: Umsatzentwicklung des stationären Nonfood-Einzelhandels bis 2024 nach Branchen (Brutto-Werte)**



Im periodischen Bedarf wird der Anstieg der Konsumausgaben die Abflüsse in den Online-Handel überkompensieren. Hier ist von 2019 bis 2024 von einem Umsatzanstieg im stationären Einzelhandel von rd. 9 % auszugehen. Besonders in 2020 und 2021 hat der periodische Bedarf erhebliche Umsatzzuwächse zu erwarten.



Abbildung 13: Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels bis 2024 im periodischen Bedarf (Brutto-Werte)



Die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland in den letzten Jahren ist durch steigende Umsätze bei gleichzeitig stagnierenden Verkaufsflächen geprägt gewesen. Besonders dynamisch hat sich der Online-Handel entwickelt. Aber auch der stationäre Einzelhandel konnte an Umsatz zulegen, wenngleich davon infolge von Marktanteilsverschiebungen in Richtung fachmarkt- und discountorientierter Betriebsformate sowie eines Bedeutungszuwachses von Lebensmittelanbietern und Drogeriemärkten nicht alle Marktteilnehmer profitieren konnten.

Ausgelöst durch die Covid-19-Pandemie hat aktuell jedoch vor allem der stationäre Nonfood-Handel nie dagewesene Umsatzeinbrüche zu beklagen. Jüngste Zahlen zur Entwicklung des Online-Handels zeigen, dass die Folgen der Covid-19-Pandemie als „Wachstumsbeschleuniger“ für den Online-Handel einzuordnen sind. Für den Prognosehorizont 2024 muss nach Zahlen des IFH Köln davon ausgegangen werden, dass im Nonfood-Einzelhandel je nach Sortiment Marktanteile von um die 50 % erreicht werden können. Dementsprechend wird es im stationären Nonfood-Einzelhandel vom Vorkrisenniveau 2019 bis 2024 zu erheblichen Umsatzrückgängen kommen. Im periodischen Bedarf werden die Verschiebungen in den Online-Handel dagegen auf deutlich geringerem Niveau erfolgen und durch den allgemeinen Anstieg der Konsumausgaben überkompensiert. Dies ist bei der Wirkungsprognose zu berücksichtigen gewesen.



## 3 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

### 3.1 Mikrostandort

Das Überseequartier wird das „Herzstück“ der Hamburger HafenCity und ist als dessen geografisches und funktionales Zentrum konzipiert. Während der nördliche Teil des Überseequartiers bereits 2010 eröffnet worden ist, hat sich der Bau des südlichen Teils des Überseequartiers immer wieder verschoben und erst in 2019 erfolgte die Grundsteinlegung.



Abbildung 14: Mikrostandort



Das Areal wird begrenzt durch die Norderelbe im Süden, den Magdeburger Hafen im Osten, den Grasbrookpark und das Strandkai-Quartier im Westen und die Überseeallee im Norden, die das südliche vom nördlichen Überseequartier trennt. Damit verfügt das südliche Überseequartier über eine besondere Lagequalität, die sich neben der zentralen Lage innerhalb Hamburgs vor allem über die unmittelbare räumliche Nähe zur Elbe auszeichnet.

Die **verkehrliche Anbindung** des Vorhabenstandorts ist sowohl im Hinblick auf den MIV (Motorisierter Individualverkehr) als auch im Hinblick auf den ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr) als sehr gut zu bewerten. URW geht davon aus, dass der PKW-Kunden-Anteil nur bei etwa 25 bis 30 % liegen wird.

Die Anbindung an den ÖPNV erfolgt im Wesentlichen über die eigene U-Bahnstation Überseequartier, deren Zugänge direkt im Vorhabenareal liegen und die von der U-Bahnlinie 4 bedient wird. Die U4 verkehrt zwischen der Station Elbbrücken und der Hamburger Innenstadt bzw. im weiteren östlichen Verlauf bis nach Billstedt. Sowohl in der Innenstadt (Station Jungfernstieg) als auch an den Elbbrücken bestehen Umsteigemöglichkeiten zu den S-Bahnlinien und weiteren U-Bahnlinien. Auch der Hamburger Hauptbahnhof mit entsprechenden Anschlüssen an den Regional- und Fernverkehr kann über die U4 zügig erreicht werden (zwei Stationen). Ferner ist das Überseequartier an die Buslinie 111 angebunden, die entlang des Elbufers zwischen HafenCity und Teufelsbrück in den Elbvororten verkehrt. Über den Fähranleger Elbphilharmonie besteht zudem eine Anbindung an die Hafenfähren in Richtung Landungsbrücken.

Die Anbindung über den MIV erfolgt im Wesentlichen über die Achse Versmannstraße, Überseeallee, Am Sandtorpark und Am Sandtorkai. Von Süden und Osten her kommend kann das Überseequartier über die Elbbrücken (BAB 255/ B 75) und den HafenCity-Zubringer Zweibrückenstraße über Versmannstraße und Überseeallee erreicht werden. Von Norden und Westen ausgehend erfolgt die verkehrliche Anbindung über die B 4 (Willy-Brandt-Straße/Ost-West-Straße) und die HafenCity-Zugänge Oberbaumbrücke, Bei St. Annen und Niederbaumbrücke, die allesamt auf den Sandtorkai führen und über den Sandtorpark das Überseequartier anschließen. Insofern ist dem Überseequartier eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit zu attestieren – sowohl was die innerörtliche Erreichbarkeit im Stadtgebiet als auch die regionale Erreichbarkeit anbelangt.

Fußläufig (sowie per Rad, E-Scooter etc.) ist das Überseequartier von der gesamten HafenCity aus sehr gut zu erreichen. Die fußläufige Anbindung in Richtung Innenstadt erfolgt hauptsächlich über die sogenannte Domachse (Bei St. Annen – Brandstwierte – Alter Fischmarkt – Schmiedestraße – Bergstraße). Die Entfernung zwischen südlichem Überseequartier und Mönckebergstraße beträgt auf der Domachse etwa einen Kilometer und stellt damit noch eine potenzielle Fußwegedistanz dar, wenngleich die baulichen Strukturen (v.a. Speicherstadt), stark befahrene Verkehrswege (v.a. Willy-Brandt-



Straße) und die fehlende Abfolge attraktiver Publikumsnutzungen entlang der Achse die fußläufige Wegeverbindung zur Innenstadt etwas einschränken.

Das **Standortumfeld** wird durch die Strukturen der HafenCity geprägt, die seit den frühen 2000er Jahren als City-Erweiterung auf ehemaligen Hafenflächen realisiert wird und zwischen 2025 und 2030 vollständig fertiggestellt sein soll. Die HafenCity ist wie das Überseequartier selbst durch eine hohe Multifunktionalität geprägt und weist neben Wohn- und Büronutzungen auch Handelsnutzungen, kulturelle Einrichtungen, Freizeit- und Bildungseinrichtungen und touristische Infrastrukturen auf. Die gesamte HafenCity hat einen hohen architektonischen Anspruch und weist durch attraktiv gestaltete Plätze und Grünflächen wie den Lohsepark, die Magellan-Terrassen, die Marco-Polo-Terrassen oder den Grasbrookpark auch eine hohe Freiraumqualität auf, die durch die Lage am Wasser und das durchgängig zugängliche Elbufer noch verstärkt wird.

Der nördliche, bereits fertiggestellte Teil des Überseequartiers verfügt entlang des Überseeboulevards bereits über verdichtete Einzelhandelsstrukturen. Bis auf einen EDEKA-Verbrauchermarkt und einen Rossmann-Drogeriefachmarkt handelt es sich hierbei jedoch vor allem um Klein- und Mittelflächen, die zudem durch einen hohen Anteil an Gastronomiekonzepten durchsetzt sind. Von Anbeginn an standen und stehen hier aber auch immer mal wieder einige Ladenlokale leer.

Vereinzelte Einzelhandelsnutzungen sind zudem entlang des Kaiserkais in Richtung Elbphilharmonie verortet, die das städtebaulich/architektonische und kulturelle Highlight der HafenCity markiert und nur einen knappen Kilometer vom Überseequartier entfernt liegt. Auf der anderen Seite des Magdeburger Hafens und damit in unmittelbarer räumlicher Nähe befindet sich die HafenCity-Universität als weiterer Frequenzanker der HafenCity. Überdies sei insbesondere auf das Internationale Maritime Museum Hamburg, das Automuseum Prototyp, den Traditionsschiffhafen, die Märchenwelten und die ASTOR Filmlounge hingewiesen, die weitere Besuchermagneten der HafenCity darstellen.

Nördlich des Überseequartiers befindet sich die zum UNESCO-Weltkulturerbe ernannte Speicherstadt, die aufgrund ihrer baulichen Strukturen die HafenCity räumlich von der traditionellen Innenstadt trennt. In der Speicherstadt befinden sich neben gewerblichen Nutzungen vor allem auch mehrere Museen und überregional ausstrahlende Freizeitattraktionen wie das Miniaturwunderland oder der Hamburg Dungeon, die ebenfalls als Frequenzbringer für die HafenCity fungieren.

Das **Vorhabenareal** selbst stellt wie die gesamte Fläche der HafenCity ehemaliges Hafengebiet dar. Sämtliche bauliche Strukturen der alten Hafenanlagen sind abgeräumt und das Gelände ist für die vorgesehene Nutzung entsprechend baulich vorbereitet worden. Aktuell laufen die Bauarbeiten zur Errichtung des Westfield Hamburg Überseequartiers. Geplanter Abschluss der Bauarbeiten ist das Jahr 2023.



Gemäß dem Hamburger Zentrenkonzept von 2019 ist das Überseequartier genauso wie die gesamte HafenCity als **Teil der Innenstadt** ausgewiesen. Im Nahversorgungskonzept des Bezirks Mitte aus 2017 ist das Überseequartier als „Übergeordnetes Zentrum Überseequartier“ dargestellt.

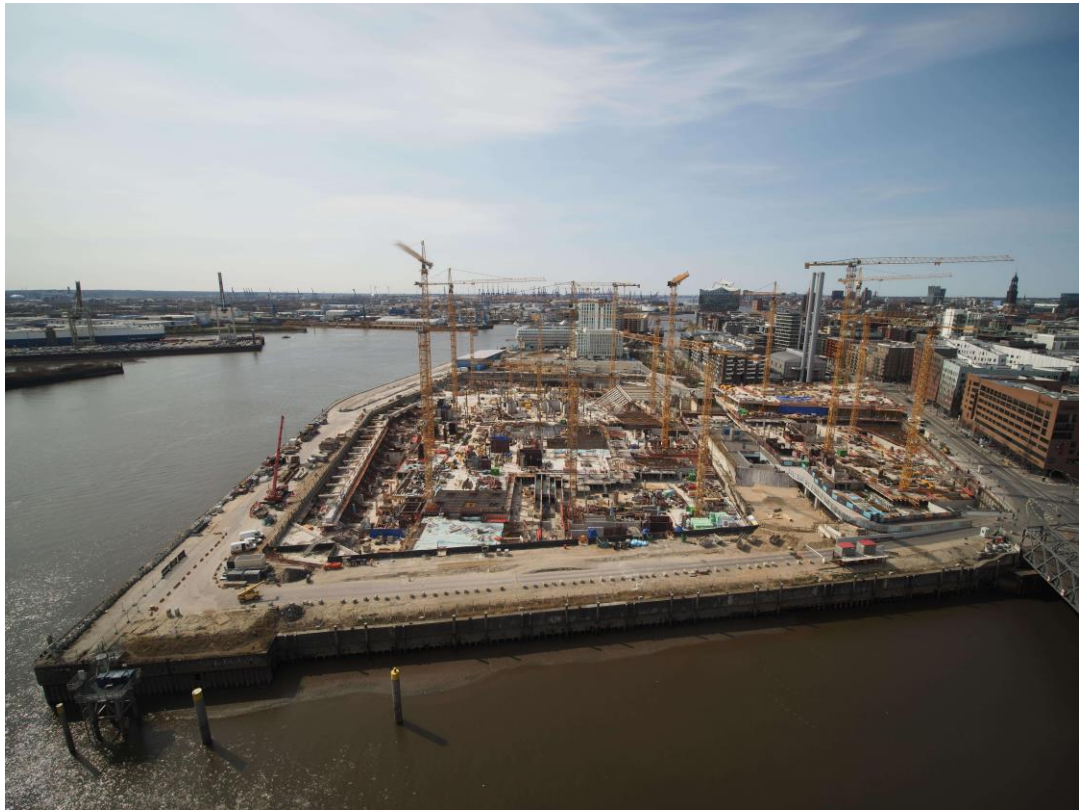


Abbildung 15: Baustelle des südlichen Überseequartiers I



Abbildung 16: Baustelle des südlichen Überseequartiers II





Abbildung 17: Nördliches Überseequartier

## 3.2 Vorhabenkonzeption

Das südliche Überseequartier wird unter dem Namen „Westfield Hamburg Überseequartier“ (i.F. WHÜ) von Unibail-Rodamco-Westfield (i.F. URW) entwickelt. Das sich auf 14 Einzelgebäude verteilte Gesamtlächenvolumen des gemischt genutzten Quartiers beläuft sich auf 419.000 qm BGF und sieht vor allem folgende Elemente vor:

- Büros auf 48.000 qm BGF
- 650 Wohnungen (55.000 qm BGF)
- Einzelhandel auf 80.500 qm BGF inkl. einer Markthalle mit ca. 4.000 qm BGF
- Etwa 50 Gastronomieeinheiten auf einer BGF von etwa 10.000 qm
- Drei Hotels (ca. 40.000 qm BGF)
- Kultur,- Freizeit- und Entertainmentangebote (u.a. Fitness-Studio, LEGO Discovery Centre, Kino) auf etwa 11.000 qm BGF
- Ein Cruise Terminal für 350.000 Kreuzfahrer (10.000 qm BGF)
- Ein Parkhaus mit 2.500 Stellplätzen (ca. 90.000 qm BGF)





**Abbildung 18: Visualisierung Westfield Hamburg Überseequartier (Quelle: URW)**

Die Einzelhandelsnutzungen verteilen sich dabei auf mehrere Geschossebenen und sind über eine Mall miteinander verbunden, die von einer filigranen und großzügig gestalteten Glasdachkonstruktion überdacht ist. Im Untergeschoss bestehen zwei Zugänge zur U-Bahnstation Überseequartier. Darunter befinden sich zwei Parkebenen. Auf der Erdgeschosssebene fungieren die beiden in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Mallstränge gleichzeitig als die zentralen Wegeachsen durch das südliche Überseequartier zwischen nördlichem Überseequartier und Elbufer. Zum Elbufer hin öffnet sich die Mall zu einer breit angelegten Uferpromenade, die von zahlreichen Gastronomieeinheiten belebt werden soll. Das Cruise Center befindet sich westlich direkt angrenzend an die Handelsnutzungen.

Auch wenn die Gesamtentwicklung einen Quartierscharakter hat und sich das Vorhaben damit von klassischen Einkaufszentren unterscheidet, so ist es planungsrechtlich und gemäß den Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif) dennoch als ein Einkaufszentrum/Shopping Center einzuordnen. Danach werden einheitlich geplante und entwickelte Ansammlungen von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, die von einem gemeinsamen Management geleitet und von den Konsumenten als zusammengehörig empfunden werden, als Einkaufszentren definiert.

Für die Handelsnutzungen ist ein Mix aus Großflächen für einen Department Store sowie für mehrere Modefilialisten und zahlreiche Klein- und Mittelflächen vorgesehen. Der Branchenschwerpunkt wird – wie für Einkaufszentren typisch – im Modischen Bedarf liegen. Daneben werden vor allem Spiel und Sport, Elektro/Technik und der periodische Bedarf (Lebensmittel, Drogeriewaren) die Branchenschwerpunkte des Überseequartiers darstellen. Die Vermietungsaktivitäten zielen auf eine Mischung aus bekannten konsumorientierten Filialisten und Flagship-Stores, trendigen Markenstores und gehobenen/Premium-Anbietern.



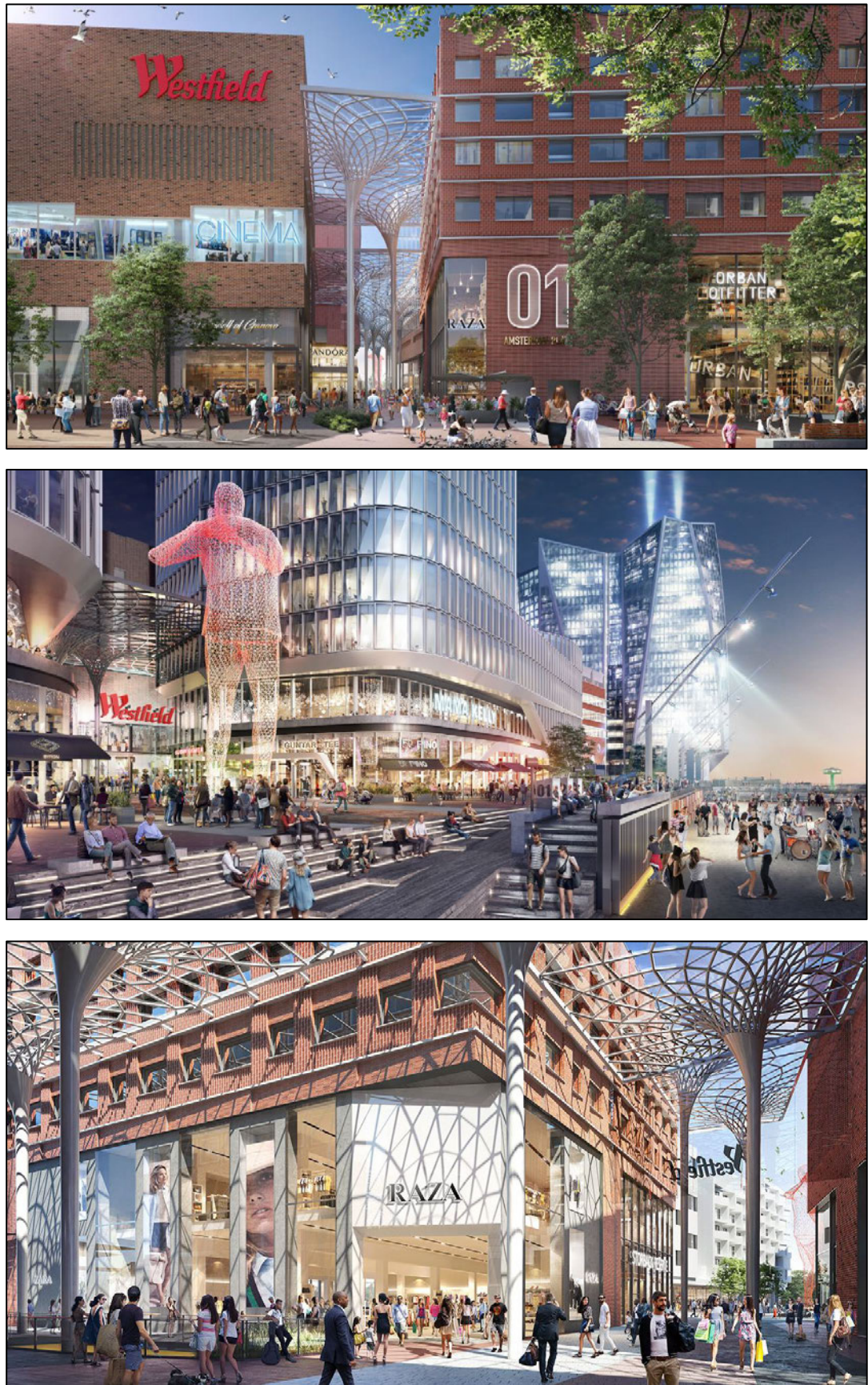


Abbildung 19: Visualisierung Handelsnutzungen (Quelle: URW)



## 3.3 Verkaufsflächenstruktur des Überseequartiers

### 3.3.1 Ableitung der Prüfflächen

Insgesamt wird sich das **Flächenvolumen für die Handelsnutzungen auf 80.500 qm BGF** belaufen. Für die Wirkungsanalyse ist jedoch nicht die BGF maßgeblich, sondern die Verkaufsfläche. Eine formelle Norm, wie von der BGF über die Mietfläche auf die Verkaufsfläche geschlossen werden kann, gibt es nicht. Dr. Lademann & Partner orientieren sich daher an Erfahrungswerten, wie sie von der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung (gif)<sup>17</sup> und der Zertifizierungsstelle für Immobiliengutachter HypZert<sup>18</sup> herausgegeben werden und sich als Standard für die Flächenermittlung am Markt etabliert haben.

Die HypZert Fachgruppe Einzelhandel definiert für innerstädtische und außerstädtische Shopping-Center ein NF/BGF-Verhältnis zwischen 65 % und 70 %. Die Nutzfläche (NF) wird seit der überarbeiteten DIN 277-1 fortan als Nutzungsfläche (NUF) bezeichnet. Die Nutzungsfläche gemäß DIN 277-1 unterscheidet sich gegenüber der Mietfläche (MFG) gemäß gif 2017 darin, dass auch Kraftfahrzeugabstellflächen und (Zivil-) Schutzräume hinzugezählt werden. Da diese Flächen im vorliegenden Fall keine Relevanz haben, sind die Flächentypologien Nutzfläche bzw. Nutzungsfläche und Mietfläche gleichzusetzen.

Da das südliche Überseequartier insbesondere im Bereich der Handelsnutzungen hinsichtlich seiner baulichen und funktionalen Struktur einem Shopping-Center stark ähnelt, werden diese Werte als Spannweite zur Ermittlung der Mietfläche (MF/G) angesetzt. Diese liegt demnach zwischen 52.300 qm und 56.400 qm.

Zur Ermittlung der Verkaufsfläche (MF/V) aus der Mietfläche (MF/G) greifen Dr. Lademann & Partner auf die branchentypischen und fachlich vollständig anerkannten Faktoren der gif zurück. Während für Handelsflächen allgemein ein Einheitsfaktor von 0,8 festgelegt wird, liegt die Spanne der einzelnen Branchentypen zwischen 0,75 und 0,85.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> gif (2017): Richtlinie zur Berechnung der Mietfläche für gewerblichen Raum (MFG) und gif (2012): Richtlinie zur Berechnung der Verkaufsfläche im Einzelhandel (MF/V).

<sup>18</sup> HypZert Studie „Bewertung von Einzelhandelsimmobilien“ (Stand Oktober 2019).

<sup>19</sup> Die Richtlinie MF/V definiert Verkaufsfläche nach gif im Rahmen der bauplanungsrechtlichen und bauordnungsrechtlichen Vorschriften vorrangig für Zwecke der Genehmigung und soll eine einheitliche Definition und Abgrenzung der Verkaufsfläche schaffen. Die Richtlinie baut dabei auf dem Definitionsvorrat der DIN 277 (Februar 2005) auf, welche sich mit den Grundflächen und Rauminhalten von Gebäuden befasst. Die MF/V ist keine gesetzliche Verordnung und gilt deshalb nur dann, wenn sie ausdrücklich vereinbart wurde. Die Richtlinie wurde erarbeitet von einem kompetenten Arbeitskreis innerhalb der gif, in dem sowohl anerkannte Experten aus Forschung und Lehre als auch Experten aus der Praxis (Juristen, Gutachter, Projektentwickler etc.) mitarbeiten. Die Richtlinie ist eine Erkenntnisquelle, die die Mitglieder des Arbeitskreises für sachlich richtig halten.



Branchentypen	Verkaufsfläche pro 1,00 m <sup>2</sup> MF/G	Mietfläche pro 1,00 m <sup>2</sup> MF/V
Nahrungs- und Genussmittel	0,75	(1,33)
Gesundheit und Körperpflege	0,80	(1,25)
Blumen, Pflanzen und zoologischer Bedarf	0,75	(1,33)
Zeitungen, Zeitschriften Bücher	0,80	(1,25)
Papier-, Büro-, Schreib-, Bastel- und Spielwaren, sowie Hobby	0,80	(1,25)
Bekleidung, Schuhe und Sportartikel	0,85	(1,18)
Glas-, Porzellan-, Keramik- und Geschenkartikel, sowie Hausrat	0,85	(1,18)
Elektrowaren	0,75	(1,33)
Einrichtung und Möbel	0,80	(1,25)
Sonstiger Einzelhandel	0,75	(1,33)

Abbildung 20: Umrechnungsfaktoren der Verkaufsfläche aus der Mietfläche (Quelle: gif 2012: Richtlinie zur Berechnung der Verkaufsfläche im Einzelhandel (MF/V))

Unter Anwendung dieser Kennzahlen liegt die potenzielle Verkaufsfläche für das Westfield Hamburg-Überseequartier bei rd. 43.100 qm bis 46.300 qm. Theoretisch denkbar ist jedoch, dass es im Laufe der Zeit zu größeren baulichen Umstrukturierungen kommen könnte und die für Einzelhandelsnutzungen vorgesehenen Flächen einen größeren Umfang als ursprünglich geplant einnehmen könnten. Da es im Rahmen einer MK-Ausweisung keine sortiments- und verkaufsflächenspezifischen Festsetzungen gibt, wäre dies – unabhängig von der Frage, ob dies auch baulich umsetzbar ist – möglich. In Anlehnung an den Verkaufsflächenumfang des in der Einleitung zitierten GfK-Gutachten aus 2016<sup>20</sup> wurde daher auch für die vorliegende Wirkungsanalyse von einer Verkaufsflächendimensionierung von **insgesamt 68.000 qm** ausgegangen. Diese Größendimensionierung beschreibt ein maximal denkbare Entwicklungsszenario und stellt insofern eine **absolute Worst-Case-Betrachtung** dar, da die derzeitigen Planungen tatsächlich einen kleineren Verkaufsflächenumfang erwarten lassen.

<sup>20</sup> GfK GeoMarketing GmbH: ÜBERSEEQUARTIER HAFENCITY, HAMBURG Wirkungsanalyse, 17. August 2016 (Daten und Informationen stand Oktober 2016).



### 3.3.2 Geplante Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur

Wie bereits unter Kap. 3.3.1 dargestellt, stellt das vorliegende Verträglichkeitsgutachten auf ein perspektivisches maximales Entwicklungsszenario mit 68.000 qm Verkaufsfläche ab. Eine abschließende Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur liegt zum aktuellen Zeitpunkt nicht vor, da sich das Objekt noch in der Vermietungsphase befindet. Allerdings lassen sich aus den bisherigen Vermietungsaktivitäten bereits klare Tendenzen ablesen, welche Größenordnungen je Branche zu erwarten sind. Auf dieser Basis gehen Dr. Lademann & Partner – unter Berücksichtigung maximal denkbarer Dimensionierungen je Sortiment (Sektoraler Worst Case)<sup>21</sup> – von folgender Verkaufsflächenstruktur<sup>22</sup> aus, die Eingang in die spätere Wirkungsprognose gefunden hat.

#### Verkaufsflächenstruktur (sektoraler worst case)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm
<b>Verkaufsfläche insgesamt</b>	<b>68.000</b>
<i>davon maximal für</i>	
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>10.000</b>
<b>Aperiodischer Bedarf</b>	<b>61.000</b>
Modischer Bedarf	40 000
Sport/Spiel	6 000
Elektro/Technik	5 000
Sonstige (zentrenrelevante) Hartwaren	10 000
<b>Gesamt (sektoraler Worst Case)</b>	<b>71 000</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers

Tabelle 1: Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur des Überseequartiers Süd

Die Aufsummierung der Verkaufsflächen je Sortiment ergibt eine Gesamtzahl von 71.000 qm, die den sektoralen Worst Case darstellt. Da jedoch insgesamt nur maximal 68.000 qm Verkaufsfläche realisiert werden können, lassen sich die aufgezeigten Verkaufsflächendimensionierungen nicht gleichzeitig in allen Sortimenten voll ausschöpfen. Um für jedes Sortiment die maximalen Auswirkungen ermitteln können, muss in der Wirkungsprognose (Kap. 8) allerdings auf den jeweiligen Maximalwert

<sup>21</sup> Die maximal denkbaren Verkaufsflächengrößen je Sortiment wurden unter Berücksichtigung des aktuellen Vermietungsstands so wie auf Basis von gutachterlichen Erfahrungswerten mit der sortimentsseitigen Belegung typähnlicher Einkaufszentren bestimmt. Da in einem Kerngebiet keine sortimentspezifischen Verkaufsflächengrößen festgesetzt werden können, wäre es theoretisch auch möglich, dass jedes Sortiment bis zu einer Größenordnung von 68.000 qm (zu Lasten anderer Sortimente) ausgeschöpft werden könnte. Dies wäre aber nicht realistisch und hätte auch kein Vorbild in der Praxis bei der Entwicklung von Einkaufszentren. Die gewählte Sortimentsstruktur bildet insofern eine unter realistischen Annahmen maximal mögliche Dimensionierung der einzelnen Sortimente ab und stellt kein theoretisch maximal mögliches Flächenkonstrukt dar.

<sup>22</sup> Unter dem Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren werden die zentrenrelevanten Sortimente Optik, Uhren/Schmuck, Bücher/Schreibwaren, Hausrat/GPK und Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör zusammengefasst.



je Sortiment abgestellt werden, wenngleich es die baulichen Gegebenheiten im Überseequartier nicht zulassen werden, dass die Gesamtverkaufsfläche von 68.000 qm überschritten werden kann.

Das vorliegende Gutachten bildet hinsichtlich der in die Prüfung eingestellten Verkaufsflächenparameter insofern einen doppelten Worst Case ab:

1. Unter Ansetzung üblicher Kenngrößen für Einkaufszentren lässt sich aus einer BGF von 80.500 qm lediglich eine Einzelhandelsverkaufsfläche zwischen 43.000 und 46.000 qm ableiten. Auch die konkret geplanten und zum Teil in Bau befindlichen Gegebenheiten lassen auf eine Verkaufsfläche von unter 50.000 qm schließen. Das Gutachten untersucht jedoch ein perspektivisches maximales Entwicklungsszenario mit 68.000 qm Gesamtverkaufsfläche, welches theoretisch mögliche Flächenumwidmungen im Laufe der Jahre abbildet.
2. Zudem wird ein sektoraler Worst Case geprüft, der maximal mögliche Verkaufsflächendimensionierungen je Sortiment beinhaltet, die sich in der Aufsummierung auf 71.000 qm Verkaufsfläche belaufen, wenngleich auch perspektivisch nur maximal 68.000 qm Verkaufsfläche baulich umsetzbar sein werden.

Mit der Realisierung des südlichen Überseequartiers erhält die HafenCity ihr geografisches, kommerzielles und funktionales Herzstück. Auf über 400.000 qm BGF wird ein gemischt genutztes Quartier mit einer besonderen Lagequalität am Elbufer entstehen. 80.500 qm BGF sollen davon auf Einzelhandelsnutzungen entfallen, die sich über mehrere Geschossebenen durch das Quartier ziehen. Daraus abgeleitet ergibt sich ein maximales Entwicklungsszenario mit 68.000 qm Verkaufsfläche. Der Prüfumfang beläuft sich auf eine Verkaufsfläche, die in der Aufsummierung der einzelnen Sortimente 71.000 qm Verkaufsfläche ergibt. Dies stellt den sogenannten sektoralen Worst Case dar, der für jedes Prüfsortiment von einer maximal denkbaren Ausnutzung des Flächenvolumens ausgeht, wenngleich nicht in allen Sortimenten das Maximum an Fläche aufgrund der Gesamtverkaufsflächenobergrenze von 68.000 qm auch tatsächlich gleichzeitig ausgeschöpft werden kann. Im Hamburger Zentrenkonzept ist das Überseequartier als Teil der Innenstadt ausgewiesen und weist eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit sowie mit der HafenCity ein Umfeld auf, in dem sich zahlreiche publikumswirksame und tourismusrelevante Angebote befinden.



## 4 Rahmendaten des Makrostandort

### 4.1 Lage im Raum

Das Hamburger Stadtgebiet untergliedert sich in sieben Bezirke. Das WHÜ ist dem **Be-  
zirk Mitte** zugeordnet und befindet sich damit **in zentraler Lage innerhalb der Ham-  
burger Innenstadt**. Die Hamburger Innenstadt wird dabei differenziert in die  
Stadtteile Altstadt und Neustadt, die innerhalb des Wallrings liegen sowie den „neuen“  
Stadtteil HafenCity.

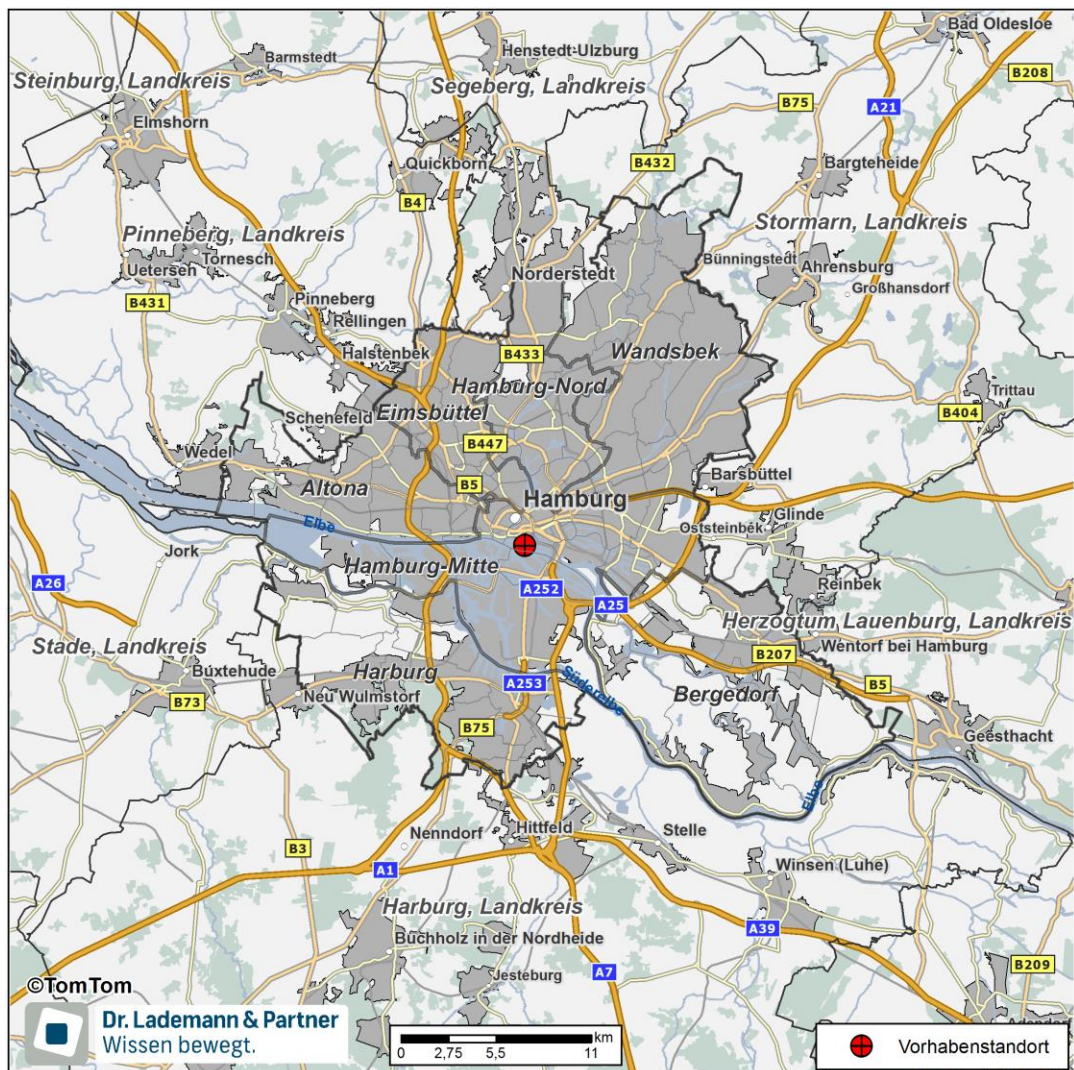


Abbildung 21: Lage im Raum

Die verkehrliche Anbindung Hamburgs ist im Wesentlichen durch die überregional be-  
deutsamen Autobahnen 1, 7 und 24 geprägt, die das Hamburger Stadtgebiet durchzie-  
hen oder tangieren und eine sehr gute Anbindung in Richtung Berlin, Bremen,



Hannover, Lübeck und Kiel gewährleisten. Darüber hinaus sind die Autobahnen 23, 25, 26 und 39 sowie die Bundesstraßen 4, 5, 73, 75, 431 und 432 für die Anbindung des Umlands von wichtiger Bedeutung, die sich zum Teil bis weit ins Hamburger Stadtgebiet hineinziehen. Innerhalb des Hamburger Stadtgebiets kommt neben den radialen Verkehrsachsen vor allem auch den drei Ringstraßen (Ring 1, 2 und 3) eine wichtige Bedeutung zu, die die Innenstadt, die verdichtete Innere Stadt und die Äußere Stadt umschließen bzw. durchqueren.

Im innerstädtischen Bereich ist die als Willy-Brandt-Straße in Ost-West-Richtung geführte B 4 („Ost-West-Straße“) als wichtigste Verkehrsachse hervorzuheben, die aufgrund ihres mehrspurigen Ausbaus und ihrer starken Frequentierung eine städtebauliche Zäsur zwischen HafenCity/Speicherstadt und der traditionellen Innenstadt ausbildet. In ihrem westlichen Verlauf geht die B 4 in die B 431 und in die B 5 über und gewährleistet damit die Anbindung der Innenstadt für die Bezirke Altona, Eimsbüttel und Nord. In ihrem östlichen Verlauf geht die B 4 in Richtung B 5 und sorgt damit für eine gute Anbindung des Bezirks Bergedorf sowie der restlichen Stadtteile des Bezirks Mitte. Südöstlich der Innenstadt liegen die Elbbrücken, die neben dem Elbtunnel und der BAB 1 die einzige feste Elbquerung im Stadtgebiet darstellen und demnach von herausgehobener verkehrstechnischer Bedeutung sind. Über die Elbbrücken/B 75 erfolgt die Anbindung der Innenstadt vom südlich gelegenen Bezirk Harburg sowie des von der BAB 1 kommenden Umlandverkehrs. Von dem die Innenstadt umgebenden Ring 1 zweigen zudem wichtige Verkehrsachsen in die Bezirke Nord und Wandsbek ab.

**Der Innenstadt kann somit eine sehr gute inner- und überörtliche verkehrliche Anbindung attestiert werden.**

Mehrere U- und S-Bahnlinien sowie der Regional- und Fernverkehr über insgesamt vier große Bahnhöfe im Stadtgebiet (Hauptbahnhof, Dammtor, Altona, Harburg) und ein dichtes Netz an Buslinien stellen die Anbindung Hamburgs an den inner- und überörtlichen ÖPNV sicher. Hervorzuheben sind dabei die Fernbahnverbindungen in Richtung Berlin, Hannover, Bremen und Kiel sowie zahlreiche Regionalbahnlinien in das Umland, denen eine große Bedeutung als Pendlerbahnen zukommt.

Die Innenstadt ist durch das Netz des ÖPNV über alle U- und S-Bahnlinien der Stadt zu erreichen, die am Hauptbahnhof einen gemeinsamen Verkehrsknotenpunkt aufweisen. Hier besteht auch Anschluss an das überregionale Schienennetz der Deutschen Bahn sowie regionale Verbindungen in das Hamburger Umland. Zahlreiche Buslinien ergänzen das schienengebundene ÖPNV-Angebot in der Innenstadt. In den kommenden Jahren soll das städtische U-Bahnnetz um eine weitere Linie (U 5) ergänzt werden und der Streckenverlauf der U 4 in Richtung Hamburger Süden (Wilhelmsburg) und Horner Geest weitergeführt werden. **Damit verfügt die Innenstadt über eine hervorragende ÖPNV-Anbindung.**



Die Hamburger Innenstadt stellt das **dominierende Geschäftszentrum der Hansestadt** dar und wird sehr stark von Büro- und Einzelhandelsnutzungen geprägt. Innerhalb des Wallrings sind lediglich im westlichen Teil der Neustadt in größerem Umfang Wohnnutzungen verortet (u.a. rund um den Großeumarkt, den „Michel“ und im Portugiesenviertel). Der HafenCity kommt daher auch die besondere Funktion zu, den Wohnanteil in der Innenstadt signifikant auszubauen. Mit den Stadtteilen St. Pauli, St. Georg und Rotherbaum schließen sich allerdings sehr dicht bebaute und mit einer hohen Siedlungsdichte gekennzeichnete Stadtteile an die Innenstadt an. Im Osten schließt sich darüber hinaus das Büroquartier City Süd an, welches weite Teile des Stadtteils Hammerbrook prägt.

## 4.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die Bevölkerung in Hamburg verzeichnet seit 2015 mit einem Zuwachs von rd. +1,0 % p.a. eine sehr positive Entwicklung. Einwohnerzuwächse zeigen sich dabei in allen Bezirken. Im Bezirk Mitte ist die Entwicklung in den letzten Jahren trotz des erheblichen Einwohnerzuwachses in der HafenCity allerdings am schwächsten ausgeprägt. Am dynamischsten entwickelten sich die Bezirke Nord und Harburg.

Insgesamt lebten in der Stadt Hamburg Anfang 2020

### rd. 1,899 Mio. Einwohner.

Einwohnerentwicklung in der HafenCity-Hamburg im Vergleich

Stadtteil, Bezirk, Stadt	2015	2020	abs.	/ 15/20 in %	Veränderung p.a. in %
HafenCity	2.093	4.925	2.832	135,3	18,7
Bezirk Mitte	292.659	301.546	8.887	3,0	0,6
Bezirk Altona	262.129	275.265	13.136	5,0	1,0
Bezirk Eimsbüttel	255.018	267.053	12.035	4,7	0,9
Bezirk Hamburg Nord	294.479	314.595	20.116	6,8	1,3
Bezirk Wandsbek	419.610	441.015	21.405	5,1	1,0
Bezirk Bergedorf	123.288	130.260	6.972	5,7	1,1
Bezirk Harburg	156.569	169.426	12.857	8,2	1,6
Hamburg	1.803.752	1.899.160	95.408	5,3	1,0

Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein; Auszug aus dem Melderegister (Stand jeweils 01.01.)

**Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung in Hamburg im Vergleich**

Auch das nächstgelegene Hamburger Umland ist durch einen flächendeckenden Einwohnerzuwachs gekennzeichnet. Eine besonders hohe Einwohnerdynamik (hohe Wachstumsquote, hohes absolutes Wachstum) weisen dabei vor allem die Umlandkommunen Wentorf, Ahrensburg, Elmshorn, Winsen (Luhe) und Norderstedt auf.



Einwohnerentwicklung in Um und

Gemeinde	2015	2020	abs.	/ 15/20	
				in %	Veränderung p.a. in %
Ahrensburg	31.602	33.728	2.126	6,7	1,3
Buchholz	38.201	39.729	1.528	4,0	0,8
Buxtehude	39.792	40.193	401	1,0	0,2
Elmshorn	47.907	49.983	2.076	4,3	0,9
Geesthacht	29.676	30.688	1.012	3,4	0,7
Glinde	17.991	18.466	475	2,6	0,5
Pinneberg	42.002	43.667	1.665	4,0	0,8
Reinbek	26.710	27.950	1.240	4,6	0,9
Wedel	32.574	33.708	1.134	3,5	0,7
Wentorf	12.221	13.439	1.218	10,0	1,9
Winsen (Luhe)	33.494	35.227	1.733	5,2	1,0
Norderstedt	76.030	79.357	3.327	4,4	0,9
Seevetal	40.463	41.591	1.128	2,8	0,6

Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein; Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand jeweils 01.01.)

**Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung im Hamburger Umland im Vergleich**

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Hamburg kann in Anlehnung an die Prognose des Statistikamts Nord<sup>23</sup> unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren sehr dynamisch entwickeln werden. Im Jahr 2024 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Hamburg daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

### etwa 1,941 Mio. Einwohnern.

Vor allem im Nahbereich rund um das WHÜ ist aufgrund der umfangreichen Baumaßnahmen in der HafenCity von einem erheblichen Einwohnerzuwachs auszugehen. Im Überseequartier selbst sind bei geplanten 650 Wohneinheiten rd. 1300 zusätzliche Einwohner zu erwarten. Am Baakenhafen werden bei 2.100 Wohneinheiten rd. 4.200 neue Einwohner prognostiziert und im Elbbrücken Quartier weitere rd. 2.600 Einwohner. Eine der umfangreichsten Baumaßnahmen findet auf der Südseite der Elbe am Kleinen Grasbrook statt. Bei Fertigstellung der geplanten 3.000 Wohneinheiten entsteht hier ein komplett neuer Stadtteil auf einer ehemaligen Hafenfläche für rd. 6.000 Einwohner. Diese zusätzlichen Einwohnerpotenziale sind bei der Wirkungsprognose für das WHÜ im Besonderen zu berücksichtigen.

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** in Hamburg liegt trotz einer oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts liegenden Arbeitslosenquote bei 107,7. Damit liegt die Kaufkraft der Gesamtstadt sowohl über dem Wert der Metropolregion Hamburg (99,5) als auch über dem Bundesschnitt (100). Im Bezirk Mitte liegt die Kaufkraftkennziffer zwar nur bei 98,5, was aber vor allem daran liegt, dass sich der Bezirk

<sup>23</sup> Vgl. Entwicklung der Bevölkerung von 2014 bis 2060; 14. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 2 (Variante mit Kontinuität bei mittlerer Zuwanderung), Einwohnerbasis 2018.



Mitte nach Osten und Süden ausdehnt und damit auch eine Reihe von kaufkraftschwachen Stadtteilen umfasst (z.B. Billstedt, Wilhelmsburg, Rothenburgsort, Veddel u.a.). Im direkten Nahbereich im Stadtteil HafenCity liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer dagegen bei sehr hohen 142,8.

#### Sozioökonomische Daten im Vergleich

Strukturdaten	Hamburg	Metropolregion Hamburg	Deutschland
E nwohner <sup>1)</sup>			
01 01 2020	1 899 160	5 395 307	83 166 711
01 01 2015	1 803 752	5 012 000*	81 197 537
Veränderung ggü. 2015 n %	+5,0	+7,1	+2,4
E nwohnerdichte <sup>1)</sup> (Ew / km <sup>2</sup> )	2 515	189	233
F läche in km <sup>2</sup>	755	28 528	357 582
A ltersstruktur n % <sup>1)</sup>			
unter 18 Jahre	16,8%	16,6%	16,4%
18 bis unter 25 Jahre	7,9%	7,3%	7,5%
25 bis unter 45 Jahre	30,8%	25,3%	25,0%
45 bis unter 65 Jahre	26,3%	29,2%	29,3%
ab 65 Jahre	18,2%	21,6%	21,8%
Anzahl der Haushalte 2020 <sup>5)</sup>	1 015 298	2 741 417	41 770 406
Durchschnittliche Haushaltsgröße	1,87	1,97	1,99
Arbeitslosenquote n % <sup>2)</sup>	7,6	7,4	5,9
Jahresdurchschnitt 2020			
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am 30.06.2020 <sup>3)</sup>	997 534	2 159 832	33 322 952
Beschäftigtenzentralität <sup>4)</sup>	131,1	99,9	100,0
Einzelhandelskaufkraft 2020 <sup>5)</sup> (in €/Kopf)	7 365	6 802	6 836
Einzelhandelskaufkraft 2020 <sup>5)</sup> (Index)	107,7	99,5	100,0
Einzelhandelszentralität 2020 <sup>5)</sup>	114,2	-	100,0

1) Gemäß der Statistischen Landesämter sowie des Statistischen Bundesamtes.

2) Bundesagentur für Arbeit 2020.

3) Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer (Arbeitsorterkennung) gemäß Angaben der Bundesagentur für Arbeit; Statistikamt HH-SH

4) Beschäftigte je Einwohner am Arbeitsort, dividiert durch Beschäftigte je Einwohner im Bundesgebiet, multipliziert mit 100.

5) MB Research 2020.

**Tabelle 4: Sozioökonomische Daten im Vergleich**

Wie für Metropolen typisch, ist Hamburg durch eine **junge Bevölkerungsstruktur** geprägt und weist verhältnismäßig **viele Kleinhaushalte** auf. Erwartungsgemäß fällt die Beschäftigtenzentralität mit 131,1 sehr hoch aus, woraus sich ein **erheblicher Einpendlerüberschuss** ableitet, der zusätzliche Nachfragepotenziale für den Einzelhandel in Hamburg mit sich bringt. Die **Einzelhandelszentralität** liegt bei 114,2 und macht



deutlich, dass Hamburg als Einzelhandelsstandort eine wichtige Versorgungsfunktion für das Umland wahrnimmt und auch für Touristen als Shoppingmetropole von Bedeutung ist.

Hamburg stellt das unangefochtene Zentrum der gleichnamigen Metropolregion dar und weist eine hervorragende regionale und überregionale verkehrliche Erreichbarkeit auf. Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen Hamburgs sind vor allem aufgrund der dynamischen Einwohnerentwicklung, der hohen Beschäftigtenzentralität, der überdurchschnittlichen Kaufkraftverhältnisse und der hohen Tourismusbedeutung Hamburgs sehr positiv im Hinblick auf den Einzelhandel zu bewerten.



## 5 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

### 5.1 Methodische Vorbemerkungen

Shopping-Center in der Größenordnung des Überseequartiers verfügen üblicherweise über sehr großräumige Einzugsgebiete, die eine regionale Ausstrahlung erreichen und Verbraucher in einem Radius von bis zu 45-Fahrminuten ansprechen.

Zur Ermittlung des vorhabenspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in der HafenCity übertragen. Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebiets haben Dr. Lademann & Partner auch auf die Ergebnisse einer Entwicklungs-Studie<sup>24</sup> abgestellt, die URW im April 2020 vorgelegt wurde und die sich intensiv mit der Abgrenzung des prospektiven Einzugsgebiets des WHÜ beschäftigt hat.

Zu berücksichtigen bei der Abgrenzung des Einzugsgebiets ist auch, dass das WHÜ mit einer BGF von rund 80.000 qm für Handelsnutzungen gemeinsam mit dem Alstertal Einkaufszentrum künftig das größte Einkaufszentrum bzw. einheitlich gemanagte Einkaufsquartier Hamburgs<sup>25</sup> darstellen wird. Aufgrund der innerstädtischen Lage und der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit in Verbindung mit der anvisierten Größendimensionierung kann insofern davon ausgegangen werden, dass das Einzugsgebiet des Überseequartiers in etwa dem Marktgebiet der Hamburger Innenstadt entsprechen wird.

---

<sup>24</sup> Westfield Hamburg: Development Study (CAC Limited; April 2020).

<sup>25</sup> Laut EH Shopping Center Report 2020 weist das Alstertal Einkaufszentrum eine Mietfläche von 59.000 qm (inkl. Gastronomie/Dienstleister) auf. Zweitgrößtes Center mit 46.200 qm Mietfläche (inkl. Gastronomie/Dienstleister) ist die Hamburger Meile. Die in der Innenstadt ansässige Europa Passage verfügt laut EH über eine Mietfläche von 30.000 qm (inkl. Gastronomie/Dienstleister).



## 5.2 Wettbewerb im Raum

Im Wettbewerb steht das WHÜ vor allem mit den typgleichen/typähnlichen Shopping-Centern in der Metropolregion Hamburg. Besonders hervorzuheben sind hier neben der Europa-Passage in der Hamburger Innenstadt die weiträumig ausstrahlenden Shopping-Center

- Elbe-Einkaufszentrum
- Alstertal-Einkaufszentrum und
- Hamburger Meile

Während das Elbe-Einkaufszentrum den Hamburger Westen und das westliche Umland anspricht, zielt das Alster-Einkaufszentrum auf den Hamburger Norden und das nördliche Umland ab. Die Hamburger Meile dagegen befindet sich noch innerhalb der Kernstadt und strahlt vor allem auf das östlich der Alster gelegene Stadtgebiet ab.

Darüber hinaus sind als weitere wettbewerbsrelevante Shopping-Center vor allem das City-Center Bergedorf und das Phoenix-Center in Harburg zu nennen, die über die südlich der Elbe gelegenen Bezirke und das entsprechende Umland ausstrahlen. Das Quartier Wandsbek, das Billstedt-Center, das Rahlstedt Center und das Mercado Altona dagegen sind bereits etwas kleiner dimensioniert und strahlen vor allem auf die jeweiligen umliegenden Stadtteile aus.

Zudem sind die historisch gewachsenen und überörtlich ausstrahlenden Innenstädte und größeren Nebenzentren als Wettbewerber relevant, in denen ein Teil der aufgeführten Shopping-Center verortet ist. Hervorzuheben ist dabei vor allem die Hamburger Innenstadt. Zwar ist das WHÜ Teil der Hamburger Innenstadt, zugleich stehen die Innenstadt und das WHÜ aber auch in einem Wettbewerbsverhältnis zueinander. Als gewachsene Nebenzentren, die als Wettbewerber für das WHÜ besonders hervorzuheben sind, sind die Hauptzentren der Hamburger Bezirke Altona, Harburg, Wandsbek und Bergedorf zu nennen.

Auch die nächstgelegenen Oberzentren Lüneburg, Lübeck und Neumünster sind mit ihren Innenstädten und sonstigen prägenden Einzelhandelslagen (Designer Outlet Neumünster, CITTI-Park Lübeck, LUV Lübeck) als Wettbewerb im Raum von größerer Relevanz, während von den kleineren Städten mit mittelzentraler Versorgungsfunktion im näheren Umland von Hamburg nur ein geringfügiger Wettbewerbseinfluss ausgeht.



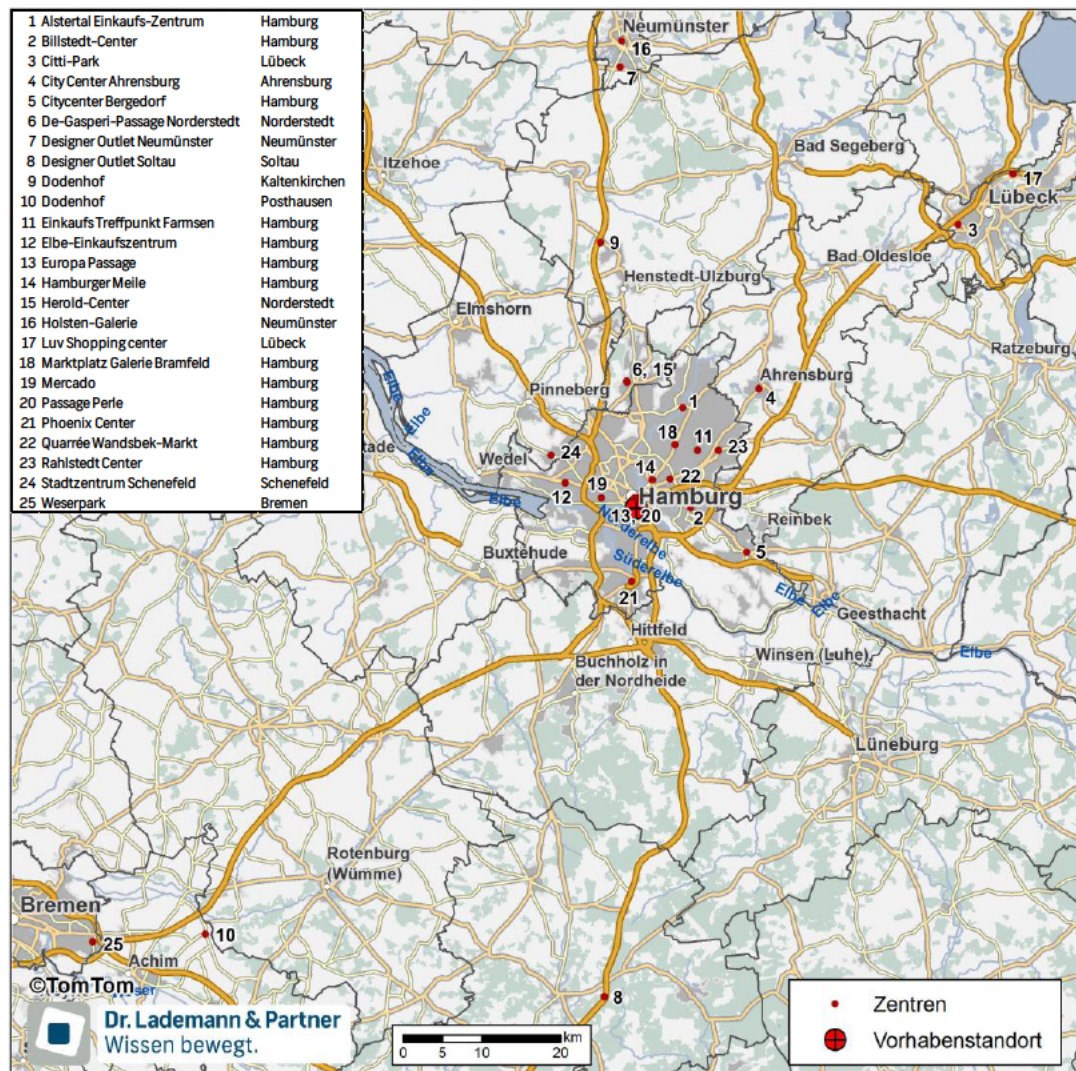


Abbildung 22: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit bereits heute eine relativ hohe Shoppingcenter-Dichte im Hamburger Stadtgebiet festzustellen, die sich nach Zahlen des EHI Shopping-Center-Reports 2020 auf 0,35 qm je Einwohner beläuft (gemessen an der Gesamtfläche der Objekte). Damit fällt die Shoppingcenterdichte zwar geringer aus als in Berlin (0,39 qm je Einwohner), aber deutlich höher als in den Metropolen München (0,27) und Köln (0,16). Auch die Gesamtverkaufsflächenausstattung von 1,5 qm pro Kopf fällt im Metropolenvergleich relativ hoch aus (Berlin = 1,4, München = 1,3, Köln = 1,5) und weist auf eine erhöhte Wettbewerbsintensität im Stadtgebiet hin. Im Umland ist die Wettbewerbsintensität dagegen als moderat einzuschätzen, da sich zumindest im näheren Umland keine weiteren Großstädte und bedeutende Handelsstandorte befinden, was sich begünstigend auf die regionale Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Eine einzugsgebietslimitierende Wirkung geht erst von der Großstädten Lübeck, Kiel und Bremen aus, die aber bereits vergleichsweise weit entfernt liegen.



## 5.3 Herleitung des Einzugsgebiets

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.

Das **Einzugsgebiet des Vorhabens** erstreckt sich über weite Teile der Metropolregion Hamburg und umfasst neben dem Hamburger Stadtgebiet die Kreise Segeberg, Stormarn, Herzogtum Lauenburg, Pinneberg und Steinburg in Schleswig-Holstein, die Landkreise Stade, Harburg und Lüneburg in Niedersachsen sowie Teile der Kreise/Landkreise Uelzen, Rotenburg/Wümme, Cuxhaven, Celle, Heidekreis (alle Niedersachsen), Dithmarschen, Rendsburg-Eckernförde, Neumünster (alle Schleswig-Holstein), Nordwestmecklenburg und Ludwigslust-Parchim (beide Mecklenburg-Vorpommern). Dabei nimmt das Einzugsgebiet die Verläufe der großen Verkehrsachsen A 1, A 7, A 20, A 23, A 24, A 26 und A 39 sowie der Regionalbahn- und S-Bahnlinien auf, über die Hamburg an das regionale und überregionale Verkehrsnetz angeschlossen ist und über die die Hamburger Innenstadt aus dem Umland gut zu erreichen ist.

Diese besonders weiträumige Ausstrahlung leitet sich neben der verkehrlichen Erreichbarkeit vor allem auch aus der vergleichsweise solitären Lage Hamburgs im Raum als prägende Einkaufsstadt der Region sowie aus der allgemeinen Anziehungskraft einer attraktiven Millionenstadt ab.

Der **Kernbereich** des Einzugsgebiets (Zone 1) ist vergleichsweise eng gefasst und erstreckt sich neben der von den Wallanlagen bzw. der vom Ring 1 eingefassten Hamburger Innenstadt (inkl. der HafenCity) über angrenzende Teile der Stadtteile St. Georg, Veddel, Hammerbrook, Rothenburgsort und den Kleinen Grasbrook.

Der **Nahbereich** (Zone 2) umfasst das gesamte restliche Hamburger Stadtgebiet.

Der **Fernbereich** (Zone 3) stellt die erste Umlandzone dar und erstreckt sich entlang der A 7 im Süden bis nach Bismarck (Heidekreis), im Südosten entlang der A 29 bzw. der Regionalbahntrasse bis nach Winsen, im Osten entlang der A 24 bis nach Gudow, im Nordosten entlang der A 1 bzw. der Regionalbahntrasse (künftig S-Bahnlinie 4) bis nach Bargteheide, im Norden entlang der A 7 bzw. der Regionalbahntrasse bis nach Henstedt-Ulzburg, im Nordwesten entlang der A 23 bzw. der Regionalbahntrasse bis nach Elmshorn, im Westen entlang der B 71 bzw. der S-Bahnlinie 3 bis nach Buxtehude und im Südwesten entlang der A 1 bis nach Sittensen bzw. entlang der Regionalbahntrasse bis nach Tostedt.

Die Zone 4 stellt den **erweiterten Fernbereich** dar, der sich über weite Teile des zur Metropolregion Hamburg gehörigen Umlands erstreckt. Hier wird die Marktdurchdringung des WHÜ aufgrund der räumlichen Entfernung und des Wettbewerbseinflusses attraktiver Oberzentren und deren Einzelhandelsangebote (Lübeck, Lüneburg, Kiel,



Neumünster, Schwerin, Bremen) bereits deutlich eingeschränkt sein und nur knapp über Streuumsatzniveau liegen. Von einer grundsätzlich vorhandenen Orientierung auf die Hamburger Innenstadt und das WHÜ kann aber auch im erweiterten Fernbereich noch ausgegangen werden, zumal es vor allem im südlichen und östlichen Umland (bzw. in Richtung Berlin und Hannover) auch kaum noch größere Wettbewerbsstandorte gibt.

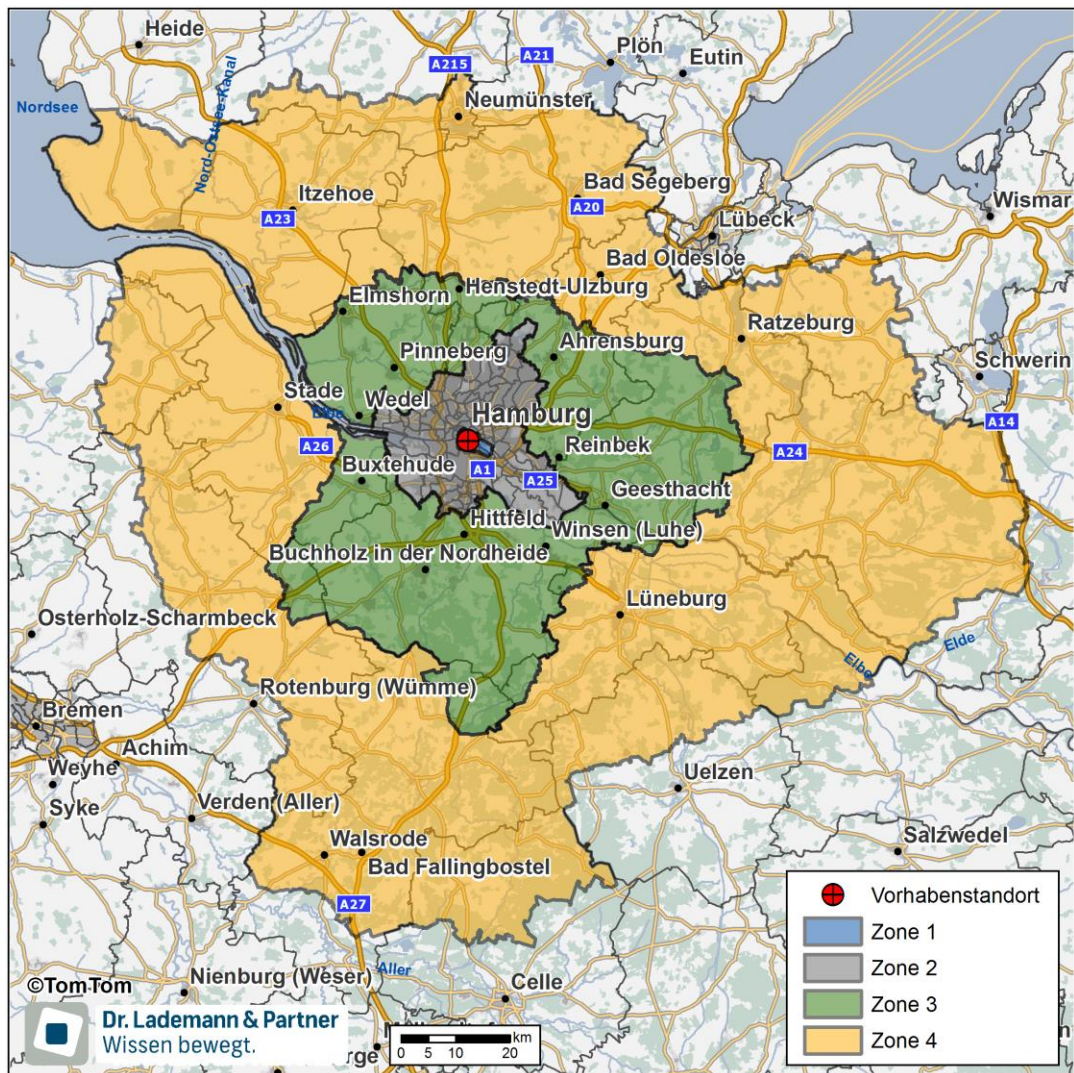


Abbildung 23: Einzugsgebiet des Vorhabens

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben aktuell etwa 4,270 Mio. Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem wachsenden Einwohnerpotenzial für den Prognosehorizont 2024 ausgegangen werden von insgesamt

rd. 4,305 Mio. Einwohnern in 2024 (+35.000 Personen/+1%).



## Einzugsgebiet des Westfield Hamburg-Überseequartiers

Bereich	2020	2024
Zone 1	41 572	46 110
Zone 2	1 857 588	1 890 660
Zone 3	1 098 512	1 107 010
Zone 4	1 272 407	1 261 560
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>4 270 079</b>	<b>4 305 340</b>

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

**Tabelle 5: Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens<sup>26</sup>**

Der prozentual stärkste Einwohnerzuwachs ist dabei in der Zone 1 zu erwarten infolge der Umsetzung der sich aktuell noch in Entwicklung befindlichen östlichen Teile der HafenCity (Baakenhafen, Elbbrücken Quartier) sowie des Überseequartiers selbst.<sup>27</sup> Auch im restlichen Hamburger Stadtgebiet kann analog den Prognosen von MB-Research<sup>28</sup> von weiteren Einwohnerzuwächsen ausgegangen werden (+2 % bis 2024). Die erste Umland einzugsgebietszone wird analog den Prognosen von MB-Research ebenfalls durch ein Einwohnerwachstum geprägt sein (+1 % bis 2024), da sich hier zahlreiche Umlandkommunen befinden, die aufgrund der räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Anbindung an Hamburg von Zuzügen aus Hamburg profitieren. Im erweiterten Ferneinzugsgebiet ist dagegen von Einwohnerrückgängen um bis zu etwa 11.000 Personen auszugehen (-1 % bis 2024). Prosperierende Städte wie Lüneburg können die Einwohnerrückgänge in weiten Teilen dieser Einzugsgebietszone (v.a. Landkreis Ludwigslust-Parchim, Kreis Steinburg) nicht kompensieren.

<sup>26</sup> Die Ermittlung des Einwohnerpotenzials im Einzugsgebiet erfolgte auf der Basis der offiziellen Einwohnerstatistik. Mithilfe eines geografischen Informationssystems wurden die Einwohner den einzelnen Zonen zugeordnet.

<sup>27</sup> Die Gutachter gehen analog der Planungen der HafenCity GmbH und von URW bis 2024 von ca. 5.400 zusätzlichen Einwohnern in der Zone 1 infolge der Umsetzung des Überseequartiers und des Baakenhafens aus.

<sup>28</sup> Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB Research 2020. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).



## 5.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft<sup>29</sup> im Einzugsgebiet sowie des zugrunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes<sup>30</sup> beträgt das **Nachfragepotenzial**<sup>31</sup> für die vorhabenrelevanten Sortimente aktuell rd. 27,055 Mrd. €. Der Schwerpunkt davon entfällt auf den periodischen Bedarf.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2020 n M o. €

Daten	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Gesamt
Periodischer Bedarf	150,1	6.750,6	4.052,9	4.172,8	15.126,4
Bekleidung/Schuhe, Lederwaren	35,6	1.602,1	961,9	990,3	3.590,0
Sport/Spiel/Hobby	13,7	615,3	369,4	380,4	1.378,8
Elektrobedarf/Technik	26,5	1.189,6	714,2	735,3	2.665,6
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	42,6	1.916,2	1.150,5	1.184,5	4.293,8
<b>Gesamt</b>	<b>268,5</b>	<b>12.073,9</b>	<b>7.248,8</b>	<b>7.463,3</b>	<b>27.054,6</b>

Quelle: Eigene Berechnungen.

**Tabelle 6: Nachfragepotenzial 2020**

Bis zum Prognosehorizont 2024 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungszuwächse unter der Annahme konstanter Pro-Kopf-Ausgabesätze im Einzugsgebiet von einer **Erhöhung des Nachfragepotenzials auszugehen auf**

**rd. 27,291 Mrd. € (+rd. 237 Mio. €).**

Der größte Teil vom Anstieg des Nachfragepotenzials entfällt dabei auf den periodischen Bedarf. Gegliedert nach Zonen wird die Zone 2 (restliches Hamburger Stadtgebiet) analog zu den Einwohnerzuwächsen auch den größten absoluten Anstieg des Nachfragepotenzials verzeichnen können, während in der Zone 4 das Nachfragepotenzial leicht rückläufig ist.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2024 n M o. €

Daten	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Gesamt
Periodischer Bedarf	166,5	6.870,8	4.084,2	4.137,2	15.258,8
Bekleidung/Schuhe, Lederwaren	39,5	1.630,7	969,3	981,9	3.621,4
Sport/Spiel/Hobby	15,2	626,3	372,3	377,1	1.390,8
Elektrobedarf/Technik	29,3	1.210,8	719,7	729,1	2.688,9
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	47,3	1.950,4	1.159,4	1.174,4	4.331,4
<b>Gesamt</b>	<b>297,8</b>	<b>12.288,9</b>	<b>7.304,9</b>	<b>7.399,7</b>	<b>27.291,3</b>

Quelle: Eigene Berechnungen.

**Tabelle 7: Nachfragepotenzial zum Prognosezeitpunkt 2024**

<sup>29</sup> Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB Research 2020.

<sup>30</sup> Gemäß MB Research Kaufkraft für Sortimente 2019 beträgt der bundesdeutsche Ausgabesatz im Einzelhandel pro Kopf aktuell 7.086 € (ohne rezeptpflichtige Ausgaben in Apotheken, Sanitätshäusern etc.). Ohne die für das Vorhaben nicht relevanten Branchen Möbel und Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Zoobedarf beträgt der Pro-Kopf-Ausgabesatz 5.995 €.

<sup>31</sup> Das Nachfragepotenzial umfasst sowohl Ausgaben im stationären Einzelhandel als auch die Ausgaben im Online-Handel. Da die Grenzen zwischen stationär und online im Zuge der Omnichannel-Strategien vieler Händler und Angebote wie Click&Collect zunehmend verwischen, wird hier das Nachfragepotenzial insgesamt dargestellt. Rechnerisch ergibt sich das Nachfragepotenzial aus der Einwohnerzahl in der jeweiligen Einzugsgebietszone, multipliziert mit dem über die jeweiligen lokalspezifischen Kaufkraftkennziffern gewichteten bundesdeutschen Pro-Kopf-Ausgabesätzen im Einzelhandel.



Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass nicht das gesamte Nachfragepotenzial dem stationären Einzelhandel zur Verfügung steht. Ein Teil des Nachfragepotenzials wird vom Online-Handel gebunden und es kann auch nicht davon ausgegangen werden, dass die im Online-Handel gebundene Nachfrage wieder auf den stationären Handel umgelenkt werden kann. Dies ist bei den anschließenden Wirkungsmodellierungen berücksichtigt.

Vielmehr ist analog zu den Ausführungen in Kap. 0 von einer weiter zunehmenden Verschiebung der Einzelhandelsausgaben in den Online-Handel im Hinblick auf den Prognosehorizont 2024 auszugehen. Auch wenn die Konsumausgaben im Allgemeinen bis 2024 ansteigen sollten, wird dies den Kaufkraftabfluss in den Onlinehandel nicht kompensieren können.

## 5.5 Tourismuspotenzial

Für das WHÜ ist von einem **erheblichen Tourismuspotenzial** auszugehen. Gemäß der parallel von Dr. Lademann & Partner erarbeiteten Tourismusstudie<sup>32</sup> verzeichnete Hamburg im Vorcorona-Jahr 2019 rd. 7,6 Mio. Gästeankünfte, rd. 15,4 Mio. Übernachtungen, rd. 103,0 Mio. Tagesbesucher (aus der Region) und 0,8 Mio. Kreuzfahrttouristen.

Mit der Covid-19-Pandemie kam es aufgrund der Reisebeschränkungen und Schließungen von Einzelhandel, Gastronomie, Beherbergungsstätten, kulturellen Einrichtungen etc. 2020 zu einem massiven Einbruch der Tourismuszahlen. Zwar liegen Daten für das Gesamtjahr 2020 noch nicht vor, aber auch die Zahlen von Januar bis November belegen dies eindeutig.

- Gästeankünfte = 3,1 Mio. (-59 %)
- Übernachtungen = 6,7 Mio. (-56 %)
- Tagesbesucher = 49,6 Mio. (-52 %)
- Kreuzfahrttouristen = 0,1 Mio. (-86 %)

Diese Rückgänge im Tourismus der Hansestadt Hamburg werden jedoch nicht nachhaltig sein. Für das Prognosejahr 2024 kann davon ausgegangen werden, dass die Covid-19-Pandemie weitgehend unter Kontrolle sein wird und mit der Normalisierung des öffentlichen Lebens auch die Touristen wieder nach Hamburg zurückkehren werden. Zwar muss für das Jahr 2021 im realistischen Szenario weiterhin von einem niedrigen Tourismusniveau ausgegangen werden, welches sich erst ab 2024 wieder spürbar vergrößern wird, aber ab Mitte der 2020er Jahre wieder das Vorkrisenjahr

---

<sup>32</sup> Dr. Lademann & Partner (2021): Tourismusstudie Überseequartier Studie zu den Potenzialen des Tourismus für Handelsnutzen im Überseequartier.



erreichen dürfte. Nach den Ergebnissen der parallel von Dr. Lademann & Partner erstellten Tourismusstudie ist für das Prognosejahr 2024 von folgenden Zahlen auszugehen:

- 7,5 Mio. Gästeankünfte
- 15,4 Mio. Übernachtungen
- 100,7 Mio. Tagesbesucher
- 0,8 Mio. Kreuzfahrttouristen

Hinzu kommen noch die Übernachtungsgäste in privaten Unterkünften wie Airbnb (0,8 Mio.) und Gäste bei Freunden und Bekannten (7,2 Mio.). Bereinigt um die Tagesbesucher, die aus dem direkten Umland kommen und somit bereits im Einwohnerpotenzial des Einzugsgebiets enthalten sind, beträgt das touristische Nachfragepotenzial für das WHÜ im Jahr 2024 gemäß den Ergebnissen der Tourismusstudie rd. 1,622 Mrd. €. Der Schwerpunkt davon entfällt auf Ausgaben nationaler Übernachtungstouristen im gewerblichen Bereich (v.a. Hotels) sowie auf Tagesbesucher.

Touristisches Umsatzpotenzial für das Westfield Hamburg-Überseequartier

Touristische Nutzergruppen	2024
Übernachtungstouristen im gewerblichen Bereich	769,4
<i>davon national</i>	<i>595,6</i>
<i>davon international</i>	<i>173,8</i>
Übernachtungstouristen in Privatunterkünften	42,6
Übernachtungstouristen bei Verwandten und Bekannten	226,5
Tagesbesucher	570,5
Kreuzfahrttouristen	13,0
Gesamt	1 622,0

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 8: Touristisch induziertes Nachfragepotenzial für den Einzelhandel



Für das WHÜ ist aufgrund der räumlichen Nähe zu den Haupteinkaufslagen der Innenstadt sowie der Vielzahl an Shoppingcentern im Stadtgebiet von einer intensiven Wettbewerbssituation innerhalb Hamburgs auszugehen. Im Umland nimmt die Wettbewerbsdichte infolge der relativ solitären Lage Hamburgs im eher ländlich geprägten Umland dagegen maßgeblich ab. Die sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit Hamburgs sowie die Nähe zur sogkräftigen Hamburger Innenstadt lassen insofern eine weiträumige Ausstrahlung des WHÜ in das Umland erwarten. Innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets leben aktuell rd. 4,270 Mio. Menschen. Angesichts zu erwartender Einwohnerzuwächse in der Metropolregion Hamburg kann bis 2024 von einem Anstieg des Einwohnerpotenzials auf rd. 4,305 Mio. Personen ausgegangen werden, was einem Anstieg des Nachfragepotenzials von rd. 237 Mio. € entspricht. Hinzu kommt ein erhebliches touristisches Potenzial aufgrund der besonderen Standortqualität des WHÜ am Elbufer der HafenCity und der hohen Tourismuszahlen Hamburgs im Allgemeinen.



## 6 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den besonders betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des Untersuchungsraums analysiert.

### 6.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im April und Mai 2020 durch Dr. Lademann & Partner eine Erhebung des vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestands in den zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen prägenden Einzelhandelsstandorten in den Zonen 1 bis 3 des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens durchgeführt.<sup>33</sup>

Erhebungen erfolgten damit an folgenden Standorten:

- Innenstadt Hamburg
- Sämtliche sonstige Zentren höherer Hierarchieebenen innerhalb Hamburgs gemäß Hamburger Zentrenkonzept (Hauptzentren, Zentren des Urbanen Marktplatzes für die übergeordnete Versorgung, Stadtteilzentren)
- Übergeordnete Fachmarktstandorte innerhalb Hamburgs gemäß Hamburger Zentrenkonzept
- Innenstädte der Umlandkommunen im Ferneinzugsgebiet (Zone 3)

An diesen Standorten wurden sämtliche vorhabenrelevanten Sortimente differenziert erhoben:

- Bekleidung, Schuhe/Lederwaren (Modischer Bedarf)
- Elektro/Technik
- Spiel/Sport
- Sonstige zentrenrelevante Hartwaren (Bücher/Schreibwaren, Optik, Uhren/Schmuck, Hausrat/GPK, Heimtextilien/Einrichtungszubehör)

Zudem wurde der periodische Bedarf (v.a. Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren) flächendeckend im Kerneinzugsgebiet<sup>34</sup> des Vorhabens erfasst.

<sup>33</sup> Die Vor Ort Erhebungen erfolgten mittels physischer Begehungen der Ladenlokale und app gestützter Datenerfassung und bearbeitung nach dem sogenannten Angebotsprinzip. D.h. Randsortimente wurden in den Einzelhandelsbetrieben nicht dem Hauptsortiment zugeschlüsselt, sondern differenziert nach den jeweiligen Sortimenten erhoben, um ein möglichst genaues Abbild der tatsächlichen Angebotssituation generieren zu können.

<sup>34</sup> Das Kerneinzugsgebiet umfasst neben der Innenstadt (inkl. HafenCity) auch angrenzende Bereiche von Rothenburgsort und Veddel.



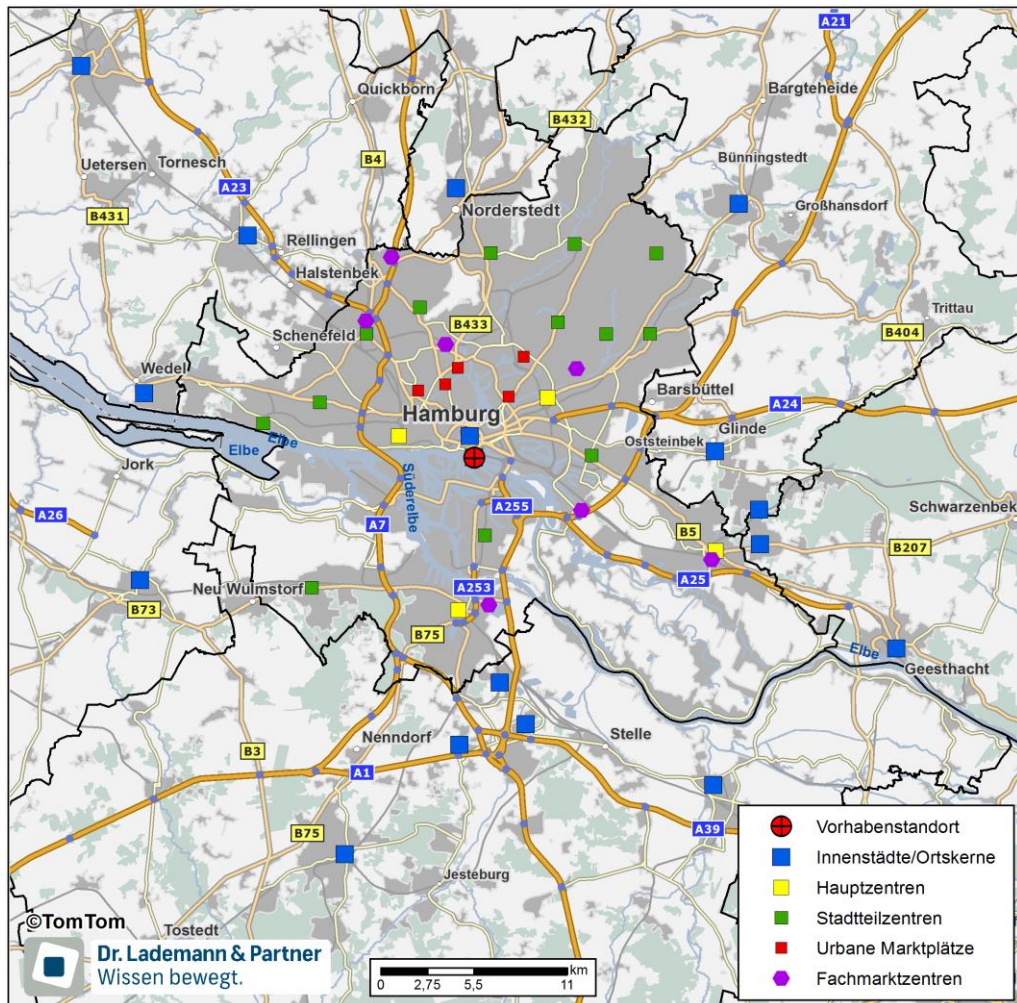


Abbildung 24: Überblick über die Erhebungsorte

Die Erhebungen fanden also kurz nach dem „Lockdown“ im Frühjahr 2020 statt, sodass die im Folgenden aufgeführten Ergebnisse der Angebotsanalyse jüngste Veränderungen aus den letzten Wochen und Monaten noch nicht abbilden, die im Vorwege oder im Zuge des zweiten „Lockdowns“ im Winter 2020/21 eingetreten sein könnten. Auch lässt es der aktuell laufende „Lockdown“ nicht zu, die im Frühjahr 2020 erhobenen Bestandsdaten auf Aktualität zu prüfen.

Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel an den Erhebungsstandorten wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt. Dabei sind Dr. Lademann & Partner von dem Vorkrisenniveau 2019 ausgegangen. Bereits in 2020 dürften die Bestandsumsätze infolge der Covid-19-Pandemie deutlich zurückgegangen sein und auch für das laufende Jahr 2021 dürfte das geschätzte Umsatzniveau bei weitem nicht erreicht werden. Die im Folgenden aufgeführten Umsatzvolumina bilden also das Umsatzniveau des Vorkrisenjahres 2019 ab. In die Wirkungsprognose ist gleichwohl eine um die Auswirkungen der Corona-Krise reduziertes Umsatzbasis eingeflossen (siehe Kap. 8.1)



### 6.1.1 Bekleidung/Schuhe, Lederwaren

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche an den untersuchungsrelevanten Einzelhandelsstandorten vorgehalten von

rd. 527.350 qm.

Mit rd. 174.700 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon (funktionsgerecht) auf die Hamburger Innenstadt<sup>35</sup>. Neben den Hauptzentren im Hamburger Stadtgebiet verfügen insbesondere die Stadtteilzentren Poppenbüttel, Osdorf und Billstedt sowie das Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße über jeweils > 15.000 qm Verkaufsfläche im Bereich Bekleidung/Schuhe, Lederwaren. Hier sind mit dem AEZ in Poppenbüttel, EEZ in Osdorf, Billstedt Center und der Hamburger Meile an der Hamburger Straße jeweils großzügige Shopping-Center angesiedelt.

Der Brutto-Umsatz an den Untersuchungsstandorten beläuft sich auf insgesamt

rd. 2.176 Mio. €.

Auch umsatzseitig entfällt der Schwerpunkt mit rd. 981 Mio. € sehr deutlich auf die Hamburger Innenstadt sowie untergeordnet auf die genannten Shopping-Center-Standorte.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 4.100 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von den umsatzstarken Angeboten in der Hamburger Innenstadt getrieben. Überdurchschnittliche Flächenproduktivitäten erreicht neben der Innenstadt vor allem auch das Stadtteilzentrum Poppenbüttel.

Bei den Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen ist zu berücksichtigen, dass es in den letzten Monaten bereits einige prominente Geschäftsschließungen gegeben hat, sodass die tatsächliche Verkaufsfläche und auch das Umsatzvolumen deutlich geringer ausfallen dürften. Zu nennen sind hier insbesondere die GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhäuser in der Innenstadt, im Hauptzentrum Bergedorf und in Norderstedt, die Bekleidung, Schuhe/Lederwaren in signifikantem Umfang vorgehalten haben. Auch einige Filialisten und Monolabelstores wie z.B. Pimkie, Promod, Schuhkay, Gerry Weber, Salamander, Görtz, Guess, Escada oder Tamaris haben Läden geschlossen. In welchem Umfang es infolge des aktuellen „Lockdowns“ zu weiteren Marktaustritten kommen wird, lässt sich derzeit noch nicht sagen. In jedem Falle muss aber von geringeren Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen für die Bestandsstandorte ausgegangen werden.

---

<sup>35</sup> In der Innenstadt wurden die Neuansiedlungen am Alten Wall (Uniqlo, Ladage & Oelke, Anthropologie) bereits mitberücksichtigt.



Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren an den untersuchten Standortlagen innerhalb des Untersuchungsraums			
Bekleidung/Schuhe, Lederwaren	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innens ad	343	174.680	980,8
Innens ad Großneumark	4	440	2,1
Innens ad Überseequartier	6	520	3,0
<b>Zone 1</b>	<b>353</b>	<b>175.640</b>	<b>986,0</b>
Hauptzentrum Altona	53	17.230	66,1
Hauptzentrum Harburg	81	34.645	102,8
Hauptzentrum Bergedorf	63	22.830	75,6
Hauptzentrum Wandsbek	38	24.130	73,7
Seitenzentrum Billstedt	34	15.940	67,9
Seitenzentrum Blankenese	24	1.250	6,1
Seitenzentrum Bramfeld	19	5.495	20,3
Seitenzentrum Eidstedt	5	1.735	3,9
Seitenzentrum Farmsen	15	5.625	18,9
Seitenzentrum Langenhorn	7	2.435	6,2
Seitenzentrum Neugraben	6	1.560	4,6
Seitenzentrum Niendorf	24	5.835	25,0
Seitenzentrum Osdorf	67	25.610	101,5
Seitenzentrum Poppenbüttel	104	35.320	142,0
Seitenzentrum Rahlsdorf	17	6.975	22,5
Seitenzentrum Volksdorf	15	1.155	4,3
Seitenzentrum Wilhelmsburg	4	1.075	2,4
Zentrum des urbanen Marktes Hoheluferchaussee	22	1.395	6,1
Zentrum des urbanen Marktes Eppendorf	98	8.605	34,6
Zentrum des urbanen Marktes Fuhlsbüttelerstraße	12	1.870	5,7
Zentrum des urbanen Marktes Hamburgerstraße	44	15.475	57,5
Zentrum des urbanen Marktes Osterstraße	44	8.675	24,7
Fachmarktzentrum Curslack/Neuer Deich	0	70	0,1
Fachmarktzentrum Friedrich Eberhardsweg	0	70	0,2
Fachmarktzentrum Großmoorbogen	2	1.775	3,8
Fachmarktzentrum Holscheider Chaussee	0	220	0,6
Fachmarktzentrum Moorlee	0	60	0,1
Fachmarktzentrum Nedderfeld	3	1.190	2,6
Fachmarktzentrum Schnelsen Nord	0	0	0,0
<b>Zone 2</b>	<b>801</b>	<b>248.250</b>	<b>879,7</b>
Innens ad Ahrensburg	27	9.850	22,1
Innens ad Buchholz	49	12.095	39,1
Innens ad Buxtehude	36	20.475	71,4
Innens ad Elmshorn	28	13.755	44,7
Innens ad Geesthacht	17	7.390	17,3
Innens ad Glinde	9	1.420	4,1
Innens ad Pinneberg	24	9.055	26,9
Innens ad Reinbek	5	430	1,6
Innens ad Wedel	15	3.895	11,7
Ortskern Wenzdorf	4	380	1,3
Innens ad Winsen (Luhe)	21	6.910	20,0
Innens ad Nordersied (Garsied)	39	16.850	47,2
Ortskern Seevetal Maschen	3	185	0,6
Ortskern Seevetal Histedt	6	320	1,0
Ortskern Seevetal Meckelfeld	1	450	0,8
<b>Zone 3</b>	<b>284</b>	<b>103.460</b>	<b>309,9</b>
<b>Untersuchungsraum gesamt</b>	<b>1.438</b>	<b>527.350</b>	<b>2.175,5</b>

Quelle: Dr. Lademann &amp; Partner. Werte gerundet.

**Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren**



Auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 527.000 qm an den untersuchten Standorten innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets wurden in 2019 rd. 2.175 Mio. € Umsatz im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren generiert. Das Angebot ist dabei vor allem durch die Hamburger Innenstadt geprägt. Mögliche Veränderungen infolge des aktuell laufenden „Lockdowns“ sind in den Zahlen noch nicht abgebildet. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass der Verkaufsflächenumfang und die Umsatzvolumina an den untersuchten Standorten geringer ausfallen werden.

### 6.1.2 Sport/Spiel/Hobby

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche an den untersuchungsrelevanten Einzelhandelsstandorten vorgehalten von

rd. 76.900 qm.

Mit rd. 15.700 qm Verkaufsfläche entfällt ein Schwerpunkt davon funktionsgerecht auf die Hamburger Innenstadt. Die Hauptzentren der Stadt Hamburg als auch die Stadtteilzentren Billstedt, Langenhorn und Poppenbüttel können eine Verkaufsfläche von > 2.000 qm vorweisen. Im Zentrum des urbanen Marktplatzes Fuhlsbüttler Straße ist zudem ein großer Globetrotter-Fachmarkt angesiedelt. In den Fachmarktzentren machen vorwiegend die Fahrradfachmärkte den Verkaufsflächenanteil aus.

Der Brutto-Umsatz an den Untersuchungsstandorten beläuft sich auf insgesamt rd. 257 Mio. €.<sup>36</sup>

Auch umsatzseitig entfällt der Schwerpunkt neben der Innenstadt auf die Hauptzentren.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 3.300 € je qm Verkaufsfläche.

---

<sup>36</sup> Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.



Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Sport/Spiel/Hobby an den untersuchten Standortlagen innerhalb des Untersuchungsraums			
Sport/Spiel/Hobby	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innensport	25	15.735	67,8
Innensport Überseequartier	0	0	0,0
Innensport Großneumark	1	100	0,5
<b>Zone 1</b>	<b>26</b>	<b>15.835</b>	<b>68,3</b>
Hauptzentrum Altona	4	2.555	9,1
Hauptzentrum Harburg	10	7.690	22,7
Hauptzentrum Bergedorf	9	2.050	8,0
Sportplatz um Wandsbek	3	5.895	16,1
Sportplatz um Billstedt	2	2.245	6,1
Sportplatz um Blankenese	1	65	0,4
Sportplatz um Bramfeld	2	665	3,0
Sportplatz um Eidstedt	1	135	0,5
Sportplatz um Farmsen	1	440	1,1
Sportplatz um Langenhorn	1	2.780	7,5
Sportplatz um Neugraben	5	825	3,2
Sportplatz um Niendorf	5	880	4,9
Sportplatz um Osdorf	3	1.655	7,6
Sportplatz um Poppenbüttel	5	3.550	11,6
Sportplatz um Rahlsdorf	1	525	1,5
Sportplatz um Volksdorf	1	85	0,4
Sportplatz um Wilhelmsburg	0	95	0,2
Zentrum des urbanen Marktes Altonaer Chaussee	6	435	2,1
Zentrum des urbanen Marktes Eppendorf	6	480	2,3
Zentrum des urbanen Marktes Fuhlsbütteler Straße	4	3.535	14,1
Zentrum des urbanen Marktes Hamburger Straße	1	800	2,0
Zentrum des urbanen Marktes Osterstraße	12	1.100	4,6
Fachmarktzentrum Curslack/Neuer Deich	3	3.080	8,5
Fachmarktzentrum Friedrich Eberhard Damm	2	1.310	3,5
Fachmarktzentrum Großmoorbogen	2	1.620	3,5
Fachmarktzentrum Holsteiner Chaussee	1	2.180	4,8
Fachmarktzentrum Moorlee	0	270	0,9
Fachmarktzentrum Nedderfeld	1	2.240	6,0
Fachmarktzentrum Schnelsen Nord	0	90	0,2
<b>Zone 2</b>	<b>92</b>	<b>49.275</b>	<b>156,3</b>
Innensport Ahrensburg	4	2.265	6,9
Innensport Buchholz	1	440	0,9
Innensport Buxtehude	4	1.880	5,7
Innensport Elmshorn	2	425	0,9
Innensport Geesthacht	1	1.700	4,2
Innensport Glinde	1	90	0,3
Innensport Pinneberg	3	1.190	3,8
Innensport Reinbek	1	180	0,6
Innensport Wedel	2	335	0,9
Ortskern Wenden	0	0	0,0
Innensport Winsen (Luhe)	3	485	1,8
Innensport Nordersied (Garsied)	2	2.795	6,1
Ortskern Seevetal Maschen	0	0	0,0
Ortskern Seevetal Hildesfeld	0	0	0,0
Ortskern Seevetal Meckelfeld	0	0	0,0
<b>Zone 3</b>	<b>24</b>	<b>11.785</b>	<b>32,2</b>
<b>Untersuchungsraum gesamt</b>	<b>142</b>	<b>76.895</b>	<b>256,8</b>

**Tabelle 10: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im Segment Sport/Spiel/Hobby**



Bei den Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen ist zu berücksichtigen, dass es in den letzten Monaten bereits einige prominente Geschäftsschließungen gegeben hat, sodass die tatsächliche Verkaufsfläche und auch das Umsatzvolumen deutlich geringer ausfallen dürften. Zu nennen sind hier insbesondere die Karstadt Sport Häuser in der Innenstadt und in Norderstedt sowie Stadium im Hauptzentrum Altona und Jako-O in der Innenstadt, die Spiel/Sport/Hobby in signifikantem Umfang vorgehalten haben. In welchem Umfang es infolge des aktuellen „Lockdowns“ zu weiteren Marktaustritten kommen wird, lässt sich derzeit noch nicht sagen. In jedem Falle muss aber von geringeren Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen für die Bestandsstandorte ausgegangen werden.

Auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 77.000 qm an den untersuchten Standorten innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets wurden in 2019 rd. 257 Mio. € Umsatz im Segment Sport/Spiel/Hobby generiert. Das Angebot ist dabei vor allem durch die Hamburger Innenstadt geprägt. Mögliche Veränderungen infolge des aktuell laufenden „Lockdowns“ sind in den Zahlen noch nicht abgebildet. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass der Verkaufsflächenumfang und die Umsatzvolumina an den untersuchten Standorten geringer ausfallen werden.

### 6.1.3 Elektrobedarf/Technik

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche an den untersuchungsrelevanten Einzelhandelsstandorten vorgehalten von

rd. 75.900 qm.

Mit rd. 24.200 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon funktionsgerecht auf die Hamburger Innenstadt.

Der Brutto-Umsatz an den Untersuchungsstandorten beläuft sich auf insgesamt rd. 568 Mio. €.<sup>37</sup>

Auch umsatzseitig entfällt der Schwerpunkt deutlich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Hier ist insbesondere Saturn an der Mönckebergstraße zu nennen.

<sup>37</sup> Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf Grundlage allgemeiner Branchenkenzziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.



Verkaufsflächen und Umsatzstruktur im Segment Elektrobedarf/Technik an den untersuchten Standortlagen innerhalb des Untersuchungsraums			
Elektrobedarf/Technik	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innensiedlung	35	24.205	206,7
Innensiedlung Überseequartier	1	45	0,4
Innensiedlung Großneumark	0	0	0,0
<b>Zone 1</b>	<b>36</b>	<b>24.250</b>	<b>207,2</b>
Hauptzone Altona	20	5.550	42,5
Hauptzone Harburg	33	5.515	43,3
Hauptzone Bergedorf	16	1.275	7,4
Hauptzone Wandsbek	14	665	4,9
Siedlung Eilzen Billstedt	12	3.110	24,3
Siedlung Eilzen Blankenese	5	450	3,3
Siedlung Eilzen Bramfeld	10	1.535	11,8
Siedlung Eilzen Eidstedt	3	160	0,9
Siedlung Eilzen Farmsen	5	790	4,3
Siedlung Eilzen Langenhorn	3	255	1,5
Siedlung Eilzen Neugraben	5	700	4,2
Siedlung Eilzen Niendorf	8	555	3,8
Siedlung Eilzen Osdorf	7	4.420	33,7
Siedlung Eilzen Poppenbüttel	16	4.535	43,0
Siedlung Eilzen Rahlsdorf	9	2.015	12,0
Siedlung Eilzen Volksdorf	3	125	0,9
Siedlung Eilzen Wilhelmsburg	3	250	1,2
Zone des urbanen Marktplatzes Hoheluferchaussee	12	790	5,8
Zone des urbanen Marktplatzes Eppendorf	10	705	4,7
Zone des urbanen Marktplatzes Fuhlsbütteler Straße	10	465	2,7
Zone des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße	6	270	1,6
Zone des urbanen Marktplatzes Osterstraße	10	800	5,1
Fachmarktzone Cursacker Neuer Deich	0	210	0,4
Fachmarktzone Friedrich Eberhard Damm	2	3.970	23,7
Fachmarktzone Großmoorbogen	0	130	0,3
Fachmarktzone Holschneider Chaussee	0	320	1,5
Fachmarktzone Moorlee	0	110	0,6
Fachmarktzone Nedderfeld	1	4.020	24,0
Fachmarktzone Schnelsen Nord	0	140	0,7
<b>Zone 2</b>	<b>223</b>	<b>43.835</b>	<b>314,0</b>
Innensiedlung Ahrensburg	11	980	5,3
Innensiedlung Buchholz	1	90	0,3
Innensiedlung Buxtehude	8	420	2,4
Innensiedlung Elmshorn	9	455	2,1
Innensiedlung Geesbachtal	8	1.185	3,5
Innensiedlung Glinde	2	110	0,6
Innensiedlung Pinneberg	7	255	1,2
Innensiedlung Reinbek	2	150	0,9
Innensiedlung Wedel	5	220	1,1
Ortskern Wenzersdorf	2	200	1,3
Innensiedlung Winsen (Luhe)	4	230	1,1
Innensiedlung Nordersiedlung (Garsiedlung)	10	3.455	26,6
Ortskern Seeveal Maschen	0	0	0,0
Ortskern Seeveal Hildebrand	1	40	0,3
Ortskern Seeveal Meckelfeld	0	0	0,0
<b>Zone 3</b>	<b>70</b>	<b>7.790</b>	<b>46,7</b>
<b>Untersuchungsraum gesamt</b>	<b>329</b>	<b>75.875</b>	<b>567,8</b>

Quelle: Dr. Lademann &amp; Partner. Werte gerundet.

**Tabelle 11: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im Segment Elektrobedarf/Technik**



Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 7.500 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von den groß dimensionierten und umsatzstarken Elektrofachmärkten Media Markt und Saturn getrieben.

Bei den Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen ist zu berücksichtigen, dass es in den letzten Monaten bereits einige Geschäftsschließungen gegeben hat, sodass die tatsächliche Verkaufsfläche und auch das Umsatzvolumen geringer ausfallen dürften. In welchem Umfang es infolge des aktuellen „Lockdowns“ zu weiteren Marktaustritten kommen wird, lässt sich derzeit noch nicht sagen. In jedem Falle muss aber von geringeren Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen für die Bestandsstandorte ausgegangen werden.

Auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 76.000 qm an den untersuchten Standorten innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets wurden in 2019 rd. 568 Mio. € Umsatz im Segment Elektrobedarf/Technik generiert. Das Angebot ist dabei vor allem durch die Hamburger Innenstadt geprägt. Mögliche Veränderungen infolge des aktuell laufenden „Lockdowns“ sind in den Zahlen noch nicht abgebildet. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass der Verkaufsflächenumfang und die Umsatzvolumina an den untersuchten Standorten geringer ausfallen werden.

#### 6.1.4 Sonstige zentrenrelevante Hartwaren<sup>38</sup>

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche an den untersuchungsrelevanten Einzelhandelsstandorten vorgehalten von

rd. 218.000 qm.

Mit rd. 47.200 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon (funktionsgerecht) auf die Hamburger Innenstadt. Neben der Innenstadt verfügen jeweils die Hamburger Hauptzentren über einen Besitz von > 7.000 qm Verkaufsfläche. Im Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf und im Stadtteilzentrum Poppenbüttel fällt zudem der Besitz mit rd. 8.700 qm bzw. 7.100 qm Verkaufsfläche im Vergleich zu den weiteren Zentren überdurchschnittlich hoch aus.

---

<sup>38</sup> Unter die sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren fallen Bücher/Zeitung, Schreibwaren, Hausrat, GPK, Optik, Uhren, Schmuck, Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör.



Verkaufsflächen und Umsatzstruktur der sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren an den untersuchten Standortagen innerhalb des Untersuchungsraums			
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
nienstadt	207	47.240	222,3
nienstadt Großneumarkt	7	540	2,3
nienstadt Überseequartier	1	70	0,3
<b>Zone 1</b>	<b>215</b>	<b>47.850</b>	<b>224,8</b>
aupzentrum Altona	70	15.230	62,7
aupzentrum Harburg	79	14.635	40,4
aupzentrum Bergedorf	57	10.160	32,7
aupzentrum Wandsbek	28	7.495	25,4
Stadtteilzentrum Billstedt	22	3.005	10,3
Stadtteilzentrum Blankenese	21	1.235	5,7
Stadtteilzentrum Bramfeld	26	3.505	11,8
Stadtteilzentrum Eidelstedt	13	1.965	7,0
Stadtteilzentrum Farmsen	9	1.410	4,9
Stadtteilzentrum Langenhorn	9	945	3,2
Stadtteilzentrum Neugraben	10	1.240	3,8
Stadtteilzentrum Niendorf	18	2.890	11,3
Stadtteilzentrum Osdorf	31	5.205	24,4
Stadtteilzentrum Poppenbüttel	36	7.105	25,9
Stadtteilzentrum Rahlstedt	18	2.335	8,7
Stadtteilzentrum Volksdorf	18	1.310	5,7
Stadtteilzentrum Wilhelmsburg	6	1.560	3,1
Zentrum des urbanen Marktplatzes Ohlendorfer Chaussee	51	3.685	11,7
Zentrum des urbanen Marktplatzes Poppendorf	96	8.725	28,6
Zentrum des urbanen Marktplatzes Uhlenbüttler Straße	13	2.180	5,9
Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße	23	2.820	12,6
Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße	54	5.690	17,0
achmarktzentrum Curslacke Neuer Deich	2	4.310	6,8
achmarktzentrum Friedrich Bert Damm	2	940	2,0
achmarktzentrum Großmoorbogen	4	4.725	7,9
achmarktzentrum Olsteiner Chaussee	3	6.000	10,7
achmarktzentrum Moorleet	2	6.650	19,4
achmarktzentrum Nedderfeld	5	3.470	6,7
achmarktzentrum Schnelsen Nord	1	5.360	16,1
<b>Zone 2</b>	<b>727</b>	<b>135.785</b>	<b>432,2</b>
nienstadt Ahrensburg	37	5.280	16,1
nienstadt Buchholz	16	3.960	11,1
nienstadt Buxtehude	29	3.770	14,7
nienstadt Imshorn	33	5.065	14,3
nienstadt Geesthacht	18	2.840	8,3
nienstadt Glinde	13	1.125	3,4
nienstadt Pinneberg	18	2.270	7,6
nienstadt Reinbek	7	650	2,3
nienstadt Wedel	26	1.935	6,7
Ortskern Wentorf	5	440	1,7
nienstadt Winsen (Luhe)	12	2.155	9,7
nienstadt Norderstedt (Garstedt)	18	3.880	12,9
Ortskern Seevetal Maschen	4	235	0,8
Ortskern Seevetal Mittelfeld	8	390	1,8
Ortskern Seevetal Meckelfeld	1	340	0,7
<b>Zone 3</b>	<b>245</b>	<b>34.335</b>	<b>112,1</b>
<b>Untersuchungsraum gesamt</b>	<b>1.187</b>	<b>217.970</b>	<b>769,1</b>

Quelle: Dr. Lademann &amp; Partner. Werte gerundet.

**Tabelle 12: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im Segment sonstige zentrenrelevante Hartwaren**



Der **Brutto-Umsatz** an den Untersuchungsstandorten beläuft sich auf insgesamt **rd. 769 Mio. €**.<sup>39</sup>

Auch umsatzseitig entfällt der Schwerpunkt auf die Innenstadt sowie die Zentren, die einen hohen Verkaufsflächenbestand vorweisen können.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 3.500 € je qm Verkaufsfläche. An den einzelnen Standorten variieren die Flächenproduktivitäten z.T. sehr stark in Abhängigkeit des konkret angebotenen Sortiments. So erreichen Anbieter von Uhren/Schmuck bspw. eine deutlich höhere Flächenproduktivität als Anbieter von Heimtextilien. Auch die großen Einrichtungshäuser generieren in den relevanten Sortimenten Haushaltswaren/Hausrat, Raumausstattung/Einrichtungszubehör, Glas/Porzellan/Keramik und Heimtextilien/Gardinen und Bettwaren i.d.R. eher geringere Flächenproduktivitäten (Ausnahme IKEA).

Bei den Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen ist zu berücksichtigen, dass es in den letzten Monaten bereits einige prominente Geschäftsschließungen gegeben hat, so dass die tatsächliche Verkaufsfläche und auch das Umsatzvolumen deutlich geringer ausfallen dürften. Zu nennen sind hier insbesondere die GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhäuser in der Innenstadt, im Hauptzentrum Bergedorf und in Norderstedt, die sonstige zentrenrelevante Hartwaren in signifikantem Umfang vorgehalten haben. In welchem Umfang es infolge des aktuellen „Lockdowns“ zu weiteren Marktaustritten kommen wird, lässt sich derzeit noch nicht sagen. In jedem Falle muss aber von geringeren Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen für die Bestandsstandorte ausgegangen werden.

Auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 218.000 qm an den untersuchten Standorten innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets wurden in 2019 rd. 769 Mio. € Umsatz im Segment Sonstige zentrenrelevante Sortimente generiert. Das Angebot ist dabei vor allem durch die Hamburger Innenstadt geprägt. Mögliche Veränderungen infolge des aktuell laufenden „Lockdowns“ sind in den Zahlen noch nicht abgebildet. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass der Verkaufsflächenumfang und die Umsatzvolumina an den untersuchten Standorten geringer ausfallen werden.

<sup>39</sup> Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.



### 6.1.5 Periodischer Bedarf

Der periodische Bedarf<sup>40</sup> ist durch eine gegenüber allen anderen Bedarfsgütern deutlich höhere Distanzsensibilität der Verbraucher gekennzeichnet. Mit anderen Worten: Für den Einkauf von Gütern des periodischen Bedarfs sind die Verbraucher nicht bereit, weite Wege zurückzulegen und lange Wartezeiten in Kauf zu nehmen. Das Überseequartier wird daher im periodischen Bedarf eine weitaus geringere Ausstrahlungskraft entfalten als im aperiodischen Bedarf. Daher wurde der Untersuchungsraum für den periodischen Bedarf auf den Kernbereich (Zone 1) rund um das Überseequartier beschränkt.

Da Angebote des periodischen Bedarfs nicht nur für die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sondern auch für die Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung wichtig sind, wurden im periodischen Bedarf nicht nur die Anbieter in den Zentren erhoben, sondern sämtliche strukturprägende Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels ab einer Verkaufsfläche von 400 qm.

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird in der relevanten Zone 1 des Einzugsgebiets eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von**

**rd. 47.700 qm.**

Mit rd. 32.300 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf die Hamburger Innenstadt<sup>41</sup>.

Verkaufsflächen und Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels an den untersuchten Standortlagen im Untersuchungsraum (Einzugsgebietszone 1)

Periodischer Bedarf	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	187	32.270	241,5
Innenstadt – Großneumarkt	11	2.760	19,7
Innenstadt – Überseequartier	9	3.445	23,9
NVZ Rothenburgsort	6	1.310	8,0
Streulage	5	7.900	43,9
<b>Zone 1</b>	<b>218</b>	<b>47.685</b>	<b>337,0</b>
<b>Untersuchungsraum gesamt</b>	<b>218</b>	<b>47.685</b>	<b>337,0</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

**Tabelle 13: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur an den Untersuchungsstandorten im periodischen Bedarf**

<sup>40</sup> Zum periodischen Bedarf gehören die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie, Parfümerie, Kosmetikartikel, der pharmazeutische und medizinische Bedarf sowie Tiernahrung.

<sup>41</sup> Die Neueröffnung im Sommer 2020 von Douglas am Jungfernstieg (Hallerhaus) wurde dabei bereits berücksichtigt.



Die **größten Anbieter** im Umfeld sind

- Real – Streulage (Berliner Tor)
- Rossmann – Innenstadt (Jungfernstieg)
- Edeka – Überseequartier
- Rewe – Innenstadt (Ballindamm)
- Budnikowsky – Innenstadt (Ballindamm)
- Douglas – Innenstadt (Mönckebergstraße)

Anhand der folgenden Darstellung<sup>42</sup> lässt sich jedoch erkennen, dass sich die strukturprägenden Anbieter nicht gleichmäßig im Raum verteilen. Während sich vor allem in der Hamburger Innenstadt Nahversorgungsbetriebe befinden, sind vor allem in der Hafen-City (auch unter Betrachtung der zu erwartenden Einwohnerzuwächse und Bauvorhaben) nur wenige Nahversorger vorhanden. Westlich der B 75 im Stadtteil Rothenburgsort ist wiederum ein dichtes Netz an Lebensmitteldiscountern zur wohnornahen Versorgung vorzufinden.



Abbildung 25: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im periodischen Bedarf

<sup>42</sup> Räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemarkte und Droge riefachmärkte) innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens (Zone 1).



Die **Verkaufsflächendichte** beträgt rd. 1.170 qm/1.000 Einwohner und liegt damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt (ca. 520 qm je 1.000 Einwohner). Dies ist jedoch zu relativieren, da insbesondere die Innenstadt auch Versorgungsaufgaben für die dort arbeitenden Menschen sowie für die Innenstadtbesucher und Touristen übernimmt. Da zugleich die Einwohnerdichte in diesem Bereich gering ist, fällt die Verkaufsflächendichte trotz des in absoluten Zahlen gemessenen eigentlich überschaubaren Angebots relativ hoch aus.

Der **Brutto-Umsatz** im periodischen Bedarf innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

**rd. 337 Mio. €.**<sup>43</sup>

Auch umsatzseitig entfällt der Schwerpunkt dabei deutlich auf die Angebote in der Innenstadt.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 7.100 € je qm Verkaufsfläche.

Daraus resultiert eine nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität von rd. 217 % für die Zone 1 des Einzugsgebiets, die auf erhebliche Kaukraftzuflüsse durch Innenstadtbesucher, Touristen und in der Innenstadt arbeitende Menschen hindeutet.

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 47.700 qm innerhalb der Zone 1 des Einzugsgebiets werden rd. 337 Mio. € Umsatz generiert.

<sup>43</sup> Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.



## 6.2 Vorhabenrelevante Planvorhaben

Innerhalb des Untersuchungsraums bestehen insbesondere folgende Planvorhaben, die sich allesamt auf die Hamburger Innenstadt beziehen

- Am **Alten Wall** entsteht direkt neben dem Rathaus ein Geschäftshaus, in dem im Herbst 2020 (und damit nach den Bestandserhebungen) als wesentliche Einzelhandelsnutzer die japanische Textilkette Uniqlo (ca. 1.750 qm Verkaufsfläche) sowie die Formate Ladage & Oelke (ca. 600 qm VK) und Anthropologie (ca. 650 qm VK) eingezogen sind. Da die Flächen faktisch am Markt sind, wurden sie auch vollständig in die Wirkungsprognose eingestellt.
- Am Klosterwall entsteht auf dem Areal der City Höfe nach Abriss der vorhandenen Gebäude ein neues Quartier (**Quartier am Klosterwall**), in dessen Erdgeschossflächen in begrenztem Umfang auch nahversorgungsrelevante Einzelhandelsnutzungen vorgesehen sind. Dies wurde in der Wirkungsprognose antizipiert, auch wenn die Fertigstellung erst für 2023/24 anvisiert ist.
- In der Neustadt entstehen zwischen Stadthausbrücke und Große Bleichen die **Stadthöfe** als gemischt genutztes Quartier in historischem Ambiente. Ursprünglich waren hier bis zu 5.000 qm für Einzelhandelsnutzungen angedacht. Die endgültige Fertigstellung ist für 2021 vorgesehen. Die Vermietung der Handelsflächen gestaltet sich lagebedingt allerdings schwierig, sodass dieser Umfang an Flächen nicht realistisch erscheint. Aufgrund der Unsicherheiten in Bezug auf den künftigen Handelsbesatz wird dieses Vorhaben in der Wirkungsprognose nicht berücksichtigt.
- Der Eigentümer der **Gänsemarkt-Passage** (SIGNA) plant einen kompletten Abriss des Gebäudes und den Neubau eines gemischt genutzten Quartiers unter dem Namen „Lessinghöfe“, in dessen Erdgeschossflächen auch Handelsnutzungen vorgesehen sind. Der Baustart für den rund 17.000 qm großen Büro-, Geschäfts- und Wohnkomplex ist für 2023 vorgesehen – 2025 soll das Objekt fertiggestellt sein. In dem erdgeschossigen "Höfesystem" sind kleinteilig vermietbare Flächen für Läden und Manufakturen sowie ergänzende Gastronomie vorgesehen. Etwa 2.300 qm Nutzfläche sind für Einzelhandel und Gastronomie geplant. Den Schwerpunkt der Nutzung bilden die 9.500 qm für Büros in den Obergeschossen. Zudem sind 1.700 qm Wohnfläche geplant. Erhalten bleiben die Adressen Colonnaden 21 und 25 mit 2.400 qm Mietfläche, die bisher und künftig im Erdgeschoss durch Läden und Gastronomie genutzt werden sowie in den Obergeschossen durch Büros. Wie die Einzelhandelsflächen konkret belegt werden, lässt sich aktuell noch nicht sagen, weshalb das Vorhaben in der Wirkungsprognose auch nicht aufgegriffen wird. Gleichwohl ist die Gänsemarkt-Passage aktuell noch in Betrieb, weshalb deren Verkaufsflächen- und Umsatzvolumen in den Darstellungen zur Angebotssituation enthalten sind.



- Am Axel-Springer-Platz in der Neustadt entsteht das **Springer Quartier**. Hier sollen in den Erdgeschosszonen auch bis zu 2.500 qm Einzelhandelsflächen entstehen. Wie die Belegung konkret aussehen soll, ist derzeit jedoch nicht absehbar, weshalb dieses Vorhaben in der Wirkungsprognose auch nicht berücksichtigt wird.
- Unweit des Gänsemarkts befand sich am Anfang der Dammtorstraße das prägnante **Deutschlandhaus**, welches kürzlich abgerissen wurde und durch einen Neubau bis Ende 2022 ersetzt werden soll. Handelsnutzungen sind hier in den Erdgeschossflächen angedacht, allerdings noch nicht weiter konkretisiert, weshalb dieses Vorhaben in der Wirkungsprognose nicht berücksichtigt wird.
- Am Großen Burstah erfolgt bis 2021 eine Neuentwicklung des ehemaligen **Allianz-Hochhauses**. Bis zu 3.800 qm sind hier für Einzelhandelsnutzungen vorgesehen, die jedoch noch nicht weiter konkretisiert wurden und daher in der Wirkungsprognose auch nicht berücksichtigt werden.
- Am Jungfernstieg (**Haller-Haus**; Neuansiedlung Douglas Parfümerie) und in den Großen Bleichen (**Haus am Stieg**; Erweiterung Bucherer) befinden sich noch kleinere Projekte in der Umsetzung, die aufgrund ihrer mittlerweile erfolgten Fertigstellung in die Wirkungsprognose eingeflossen sind.



## 6.3 Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen

Im Folgenden werden die besonders betroffenen zentralen Versorgungsbereiche innerhalb des Einzugsgebiets einer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Analyse unterzogen, um auf die Funktionsfähigkeit und Stabilität der Zentren schließen zu können bzw. etwaige Vorschädigungen zu identifizieren. Die Analyse basierte auf gründlichen Standortbegehungen und erstreckte sich über folgende Bereiche:

- Innenstadt mit Citylagen gemäß Hamburger Zentrenkonzept: Innenstadt, Großneumarkt, Überseequartier
- Hauptzentren gemäß Hamburger Zentrenkonzept: Altona, Wandsbek, Bergedorf, Harburg
- Zentren des urbanen Marktplatzes gemäß Hamburger Zentrenkonzept: Osterstraße, Hoheluftchaussee, Eppendorf, Fuhlsbüttler Straße, Hamburger Straße
- Stadtteilzentren gemäß Hamburger Zentrenkonzept: Billstedt, Wilhelmsburg, Blankenese, Osdorf, Eidelstedt, Niendorf, Langenhorn, Bramfeld, Farmsen, Poppenbützel, Rahlstedt, Volksdorf, Neugraben
- Innenstädte der Mittelzentren im Umland: Ahrensburg, Buchholz, Buxtehude, Elmsborn, Geesthacht, Glinde, Pinneberg, Reinbek, Wedel, Wentorf, Winsen (Luhe), Garstedt (Norderstedt), Ortskerne Seevetal: Maschen, Hittfeld, Meckelfeld.
- Nahversorgungszentrum Rothenburgsort gemäß Nahversorgungskonzept des Bezirks Mitte<sup>44</sup>

Auch an dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass die Begehungen kurz nach dem Ende des ersten „Lockdowns“ im Frühjahr 2020 stattfanden und möglicherweise kürzlich aufgetretene Veränderungen noch nicht abbilden.

---

<sup>44</sup> Dieses Nahversorgungszentrum liegt im Kernbereich des Einzugsgebiets und ist damit auch im periodischen Bedarf signifikant von dem Vorhaben betroffen. Alle weiteren Nahversorgungszentren im Einzugsgebiet sind nicht detailliert analysiert worden, da diese aufgrund ihres Angebotsschwerpunkts im periodischen Bedarf und der räumlichen Entfernung zum Überseequartier nicht mehr unmittelbar betroffen sind.



### 6.3.1 Innenstadt Hamburg

Die laut Hamburger Zentrenkonzept ausgewiesene Innenstadt liegt innerhalb der alten Wallanlagen bzw. des Ring 1 in den Stadtteilen Altstadt und Neustadt und umfasst zudem die komplette HafenCity (inkl. der Speicherstadt). Die Innenstadt befindet sich damit in weitgehend geografisch zentraler Lage innerhalb des Hamburger Stadtgebiets. Die Bereiche Altstadt und Neustadt werden durch den Jungfernstieg und über den Rathausmarkt miteinander verbunden. Die Anbindung der HafenCity erfolgt in Nord-Süd-Richtung vor allem über die sogenannte „Domachse“.

Das Überseequartier ist als eine gesonderte Citylage innerhalb der im Zentrenkonzept ausgewiesenen Innenstadt dargestellt, die aber gleichfalls eine überörtliche Ausstrahlungskraft entfalten soll und damit funktional dem Kernbereich rund um die City-West und die City-Ost gleichzusetzen ist. Gleichwohl weist die Innenstadt gemäß dem bezirklichen Nahversorgungskonzept des Bezirks Mitte drei nicht miteinander verbundene zentrale Versorgungsbereiche auf (City, Großneumarkt und Überseequartier<sup>45</sup>). Nicht der gesamte Innenstadtbereich ist insofern als zentraler Versorgungsbereich definiert.



Abbildung 26: Zentrenabgrenzungen innerhalb der Hamburger Innenstadt

Der Einzelhandelsschwerpunkt umfasst zum einen die Straßenzüge **Mönckebergstraße und Spitalerstraße**, die gemeinhin auch als **City-Ost** bezeichnet werden und vor allem großflächige Geschäftshäuser beherbergen. Hier ist auch das Galeria KarstadtKaufhof-Warenhaus verortet sowie das Einkaufszentrum Europa-Passage. Die Spitalerstraße ist dabei als reine Fußgängerzone gestaltet, die Mönckebergstraße ist offen für Busse und Taxen. Als Magnetbetriebe sind neben den beiden Warenhäusern vor allem C&A, H&M, Saturn, Peek und Cloppenburg, Ansons, Zara, Sport Scheck, Görtz und Thalia zu nennen.

<sup>45</sup> Die Charakterisierung dieser beiden ZVBs erfolgt in den nachfolgenden Kapiteln.



Abseits der Einkaufsmeilen dominieren Büronutzungen das Erscheinungsbild, darunter auch das als Teil eines UNESCO-Weltkulturerbes ausgewiesene und städtebaulich prägende **Kontorhausviertel** im südlichen Teil der City-Ost, welches neben Büronutzungen in Teilen auch durch kleinteilige, inhabergeführte Fachhandelsformate und Gastronomienutzungen geprägt ist und als typische B-Lage fungiert. Daran angrenzend befinden sich die City-Hochhäuser, die im Zuge der Errichtung des Johann-Kontors abgerissen werden sollen.

Eine weitere B-Lage befindet sich mit dem **Nikolaiquartier** zwischen Alsterfleet, Willy-Brandt-Straße und Domstraße, wobei hier als wesentliche Handelslage der Straßenzug Großer Burstah/Große Johannisstraße sowie die kleinteiligen Strukturen in Richtung Domstraße zu nennen sind. Wie auch im Kontorhausviertel, ist hier jedoch kein durchgängiger Handelsbesatz gegeben. Große öffentliche Gebäude (Rathaus, Handelskammer) und Bürogebäude (z.B. HASPA) erzeugen hier gewisse funktionale Brüche. Kleinteilige handelsergänzende Nutzungen und Büronutzungen sind neben dem Handel prägend für dieses Quartier. Der Einzelhandelsbesatz wird dabei ebenfalls vor allem von kleineren inhabergeführten Anbietern dominiert.



Abbildung 27: City Ost



Der zweite Einzelhandelsschwerpunkt der Innenstadt umfasst die Bereiche **Jungfernstieg, Neuer Wall, Große Bleichen, Gerhofstraße, Poststraße** und wird gemeinhin als **City-West** bezeichnet, die allgemein höherwertig positioniert ist und kleinteiligere Strukturen aufweist als die City-Ost. Neuer Wall und Große Bleichen fungieren als Premium- und Luxuslage (u.a. Hugo Boss, Gucci, Chanel, Giorgio Armani, Rolex) und stellen die teuerste Einkaufsstraßen Hamburgs dar. Auch entlang der Poststraße und der Gerhofstraße sind überwiegend höherwertige Formate (z.B. Thommy Hilfinger, Marc O'Polo) sowie einige konsumigere Anbieter (z.B. H&M, Zara, Zara Home, Superdry, Abercrombie & Fitch, Zalando) zu finden. Größter Betrieb und Magnetbetrieb ist das Premiumkaufhaus Alsterhaus.



Abbildung 28: City West

Der **Gänsemarkt** stellt als B-Lage einen großen öffentlichen Platz dar und ist durch die Gänsemarkt-Passage geprägt. Diese wird in den kommenden Jahren abgerissen und neustrukturiert wiedererrichtet, so auch aktuell das Deutschlandhaus am Gänsemarkt. Nördlich verläuft die durch besonders ansprechende Gründerzeitbebauung geprägte Fußgängerzone **Collonaden** mit vielen inhabergeführten und z.T. sehr speziellen Betrieben, die ein besondere B-Lage darstellt. Der **Jungfernstieg** entlang des Alsterufers verfügt durch die Wasserlage über eine besondere Aufenthaltsqualität und soll als Boulevard durch Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung künftig noch stärker positioniert werden. Hier befindet sich auch das prägende Alsterhaus, welches wie die



Luxuslagen vor allem auch bei Touristen ein beliebter Anlaufpunkt ist. Aufgrund mehrerer kleiner Passagen wird die City-West auch als „Passagenviertel“ bezeichnet.

Während in der City-Ost vor allem bekannte Filialisten und Kaufhäuser des mittleren Angebotsgenres mit Großflächenformaten – darunter auch mehrere Flagship-Stores – das Angebotsspektrum prägen, ist die City-West insbesondere entlang der Straßen Neuer Wall und Hohe Bleichen durch ein exklusives bis luxuriöses Angebot mit einem Mix aus filialisierten und inhabergeführten Betrieben gekennzeichnet. Die beiden Citylagen unterscheiden sich insofern sowohl hinsichtlich der Größenmaßstäbe als auch hinsichtlich der Angebotswertigkeiten der Einzelhandelsbetriebe zum Teil erheblich voneinander.

Wie für Innenstädte von Großstädten typisch, liegt der Branchenschwerpunkt über die gesamte Innenstadt betrachtet eindeutig im mittel- bis langfristigen Bedarf und sortimentsbezogen vor allem im Modischen Bedarf. Gleichwohl finden sich verteilt über die Innenstadt auch zahlreiche Lebensmittelgeschäfte und Drogeriemärkte, welche vor allem auf die Versorgung der Innenstadtbesucher und Arbeitnehmer in der Innenstadt orientiert sind. Daneben gibt es ein vielfältiges Angebot an Komplementärnutzungen, wobei der Schwerpunkt auf Gastronomiebetriebe, handelsaffine Dienstleister sowie freizeitorientierte und kulturelle Nutzungen entfällt. Die Innenstadt überzeugt damit zwar durch eine besonders hohe Multifunktionalität. Allerdings ist der Wohnanteil am Nutzungsmix der Innenstadt (auch in den Nebenlagen) nur sehr gering, wodurch die Innenstadt vor allem in den Abendstunden in Teilen nicht belebt wirkt. Dem versucht die Stadt mit der gezielten Entwicklung zusätzlichen Wohnraums in der Innenstadt entgegenzuwirken. Kurz- bis mittelfristig wird sich an dieser Situation aber nichts signifikant ändern. Als Wohnstandort innerhalb der Innenstadt wird auch perspektivisch die HafenCity von besonderer Bedeutung sein.

Über den Hauptbahnhof und zahlreiche U- und S-Bahnhöfe sowie mehrere Buslinien ist die Innenstadt hervorragend an das örtliche ÖPNV-Netz sowie an das Regional- und Fernverkehrsnetz der Bahn angebunden. Auch die MIV-Anbindung ist als sehr gut zu bewerten. Die Innenstadt wird vom Ring 1 umschlossen, von dem zahlreiche große Verkehrsachsen in das Hamburger Stadtgebiet abgehen. Die Willy-Brandt-Straße und die Kennedybrücke/Lombardsbrücke stellen zudem die Hauptverkehrsachsen in Ost-West-Richtung unterhalb der Alster dar. Insofern kann der Innenstadt eine hervorragende verkehrliche Erreichbarkeit attestiert werden. Eine Vielzahl von Parkhäusern und Tiefgaragen, verteilt über die gesamte Innenstadt, sorgen zudem für ein groß dimensioniertes Stellplatzangebot.

Vereinzelte Leerstände finden sich im gesamten Innenstadtbereich. Vor allem in den Einkaufspassagen der City-West (z.B. Hamburger Hof, Hanseviertel und Gänsemarktpassage) treten aufgrund der in Teilen nicht mehr ganz zeitgemäßen baulich-funktionalen Strukturen der Passagen vermehrt Leerstände auf. Auch das sehr hohe



Mietniveau in der City-West kann als einer der Gründe für die Leerstände herangezogen werden. Mit der Aufgabe von Karstadt Sports und des ehemaligen Kaufhof Warenhauses an der Mönckebergstraße sind allerdings jüngst zwei großvolumige Leerstände hinzugekommen, die zumindest kurz- bis mittelfristig das Erscheinungsbild der östlichen Mönckebergstraße belasten.

**Gleichwohl stellt die Hamburger Innenstadt noch immer eine hoch attraktive Einkaufsdestination mit einem weiträumigen, überregionalen Einzugsgebiet dar und ist als voll funktionsfähig zu bewerten.** Dabei bietet sie neben einer in Teilen hohen Aufenthaltsqualität (u.a. bedingt durch die Nähe zur Alster) und einer angenehmen Einkaufsatmosphäre ein vielfältiges Angebot an internationalen und nationalen Geschäften des mittel- und langfristigen Bedarfs im mittleren- bis höherpreisigen und sogar im luxuriösen Preissegment.

Die Hamburger Innenstadt als Einkaufsstandort mit der Ausstrahlungskraft für die gesamte Metropolregion ist insbesondere in Verbindung mit der touristischen Bedeutung perspektivisch als voll funktionsfähig zu bezeichnen. Dies gilt auch unter Berücksichtigung der Schließungen von Karstadt Sports und des ehemaligen Kaufhof Warenhauses, die zumindest kurz- bis mittelfristig für eine belastende Leerstandssituation im östlichen Teil der Mönckebergstraße sorgen. Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen sind zwischen WHÜ und City-Kernbereich (City-Ost und City-West) die höchsten Wettbewerbseffekte zu erwarten, wenngleich das WHÜ selbst Teil der im Zentrenkonzept ausgewiesenen Hamburger Innenstadt ist.



## Zentrenpass

### 6.3.2 Innenstadt-Überseequartier<sup>46</sup>

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum befindet sich in zentraler Lage im Stadtteil HafenCity und erstreckt sich entlang der Fußgängerzone Überseeboulevard sowie den angrenzenden Straßen

##### Versorgungsfunktion

Teil der Innenstadt Hamburg

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld des Zentrums befinden sich überwiegend Wohn- und Büronutzungen. Westlich grenzt der Sandtorpark und der Traditionsschiffhafen, im Süden liegt die Baugrube für das südliche Überseequartier (Vorhaben), östlich grenzt der Lohsepark und die HafenCity Universitätsan, im Norden befindet sich die historische Speicherstadt

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Schwerpunkt des Einzelhandels liegt entlang des Überseeboulevards, von dem die Mehrheit der Geschäfte aus erschlossen wird. Neben strukturprägenden Nahversorgungsangeboten sind kleine teure Fachgeschäfte vorhanden. Bekleidungssegment ansässige Betriebe befinden sich im mittleren bis höherpreisigen Segment

##### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt auf der Nahversorgung des Stadtteils und damit im periodischen Bedarf. Ergänzt wird das Angebot durch spezielle Fachgeschäfte im mittleren bis angfristigen Bedarf

##### Magnetbetriebe

Edeka-Verbrauchermarkt, Rossmann-Drogerie-markt

##### Ergänzende Nutzungen

Der Schwerpunkt liegt bei gastronomischen Betrieben sowie vereinzelt Dienstleistungen

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Bei dem Zentrum handelt es sich um eine neue, kompakte, neues Stadtquartier mit modernen sowie denkmalgeschützten Strukturen. Den Hauptgeschäftsbereich stellt die Fußgängerzone am Überseeboulevard dar

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Es stellt eine sehr gute Verkehrs Erreichbarkeit über die Straßen Am Sandtorka und Übersee gegeben, welche bei der Ost-West Richtung durch die HafenCity führen. Sehr gute Anbindung an den ÖPNV durch die U-Bahn-Station Überseequartier (U4) sowie mehreren Bushaltestellen im Zentrum

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine Fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngemeinden ist durch optimale Fuß- und Radwegeverbindungen gegeben

##### Stellplatzangebot

Aktuell gibt es nur begrenzte Parkmöglichkeiten im öffentlichen Raum. Im Umfeld befinden sich aber genügend Stellplatzangebote in Parkhäusern/Tiefgaragen

##### Aufenthaltsqualitäten

Die Gestaltung des Zentrums als Fußgängerzone sowie die Nähe zur Elbe und das moderne Erscheinungsbild sorgen für eine erhöhte Aufenthaltsqualität

##### Leerstandssituation

Erhöhte Leerstandsquote entlang des Überseeboulevards sowie der Osakade. Auffallend ist eine hohe Fluktuationsrate der Mieterinnen in den letzten Jahren

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen befinden sich in den Leerständen. Aktuell befindet sich das WHÜ (=Planvorhaben), welches direkt an den Überseeboulevard angrenzt, im Bau

<sup>46</sup> Ampelbewertung: grün = gut bis sehr gut; grau = mittelmäßig, durchschnittlich; rot = unzureichend, mangelhaft, schwach ausgeprägt





Abbildung 29: Innenstadt - Überseequartier

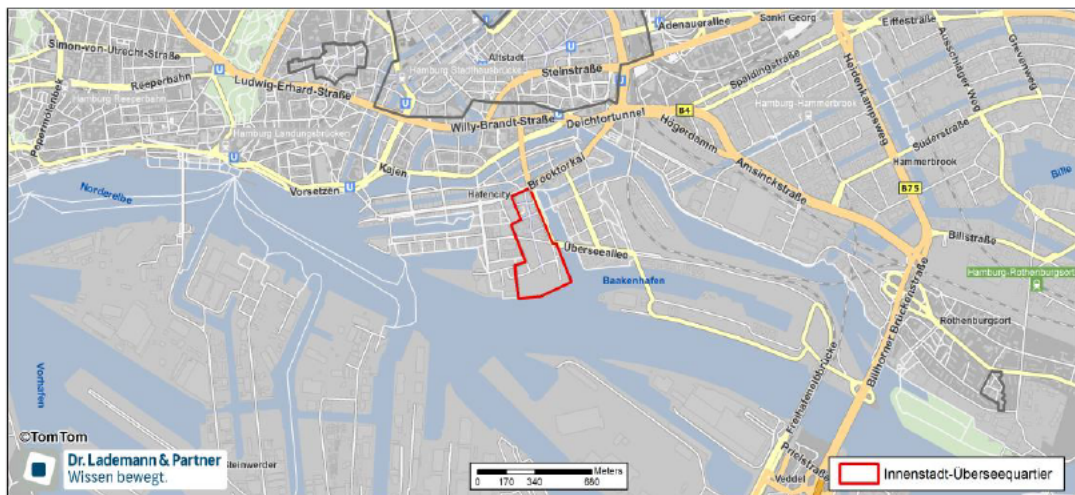


Abbildung 30: Zentrenabgrenzung Innenstadt - Überseequartier

Der Zentrale Versorgungsbereich Überseequartier übernimmt die Versorgungsfunktion für den neuen Stadtteil HafenCity. Aktuell ist hier noch ein sehr moderates Angebot vorzufinden, bestehend aus Lebensmittelbetrieben und vereinzelt inhabergeführten Fachgeschäften. Innerhalb der letzten Jahre war eine hohe Fluktuation der Mieter festzustellen. Diese Unbeständigkeit ist auf die noch geringe Wohnbevölkerung in der gesamten HafenCity zurückzuführen. Der Standort wird stark von der Fertigstellung des WHÜ profitieren.

Insgesamt kann von einem leistungsfähigen Zentrum gesprochen werden, welches aktuell noch hauptsächlich auf die Nahversorgung des Stadtteils ausgerichtet ist.



## Zentrenpass

### 6.3.3 Innenstadt-Großneumarkt

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Der ZVB liegt unmittelbar westlich des Axel-Springer-Platzes in der Hamburger Innenstadt. Das Zentrum des ZVB bildet der Marktplatz Großneumarkt. Östlich erstreckt sich entlang der Wexstraße bis zur Ecke Kornträgergang. Aus östlich über die Brüderstraße, die Steilwegpassage sowie der Alte Steilweg Westlich des Großneumarktes erstreckt sich der ZVB entlang des Neuen Steilweges bis zur Ecke Neanderstraße.

##### Versorgungsfunktion

Teil der Innenstadt Hamburg

##### Städtebau/Umfeld

Dichte Siedlungsstrukturen mit hohem Anteil an Wohnnutzung; im ZVB sehr hoher Anteil an Gastronomie; im Umfeld hoher Wohnanteil sowie hoher Besatz an höherwertigen Dienstleistungen (Finanzen, Beratung, Verwaltung etc.) und Büroflächen.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Hauptgeschäftsbereich befindet sich in den Straßen Wexstraße, Alte Steilweg und Neuer Steilweg. Hier gibt es ein attraktives Angebot an strukturprägenden Lebensmitteln. Ergänzt wird das Angebot durch eine Vielzahl an kleinen, spezialisierten Fachgeschäften. Ein Großteil davon sind inhabergeführte Betriebe.

##### Branchen-Mix

Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarf mit ergänzenden Angeboten im mittleren- und langfristigen Bedarf.

##### Magnetbetriebe

Budn, Edeka, Rewe

##### Ergänzende Nutzungen

Kare Domäne von Gastronomie im ZVB. Hierzu kommen handverlesene Dienstleistungen.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Die Hauptachse bildet die Wexstraße. Im Verlauf zum Großneumarkt. Es liegt eine dichte und kleine, gezielte Bebauung vor. Die Gebäude der Wexstraße besitzen eine einheitliche, ansprechende Architektur mit historisch verteilten Außenfassaden.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Unmittelbar südlich des ZVBs verläuft die B4, Zufahrt über Neander- und Erste Brunnenstraße möglich. Gute Erreichbarkeit gegeben, auch über Bushaltestellen Axel-Springer-Platz und Märchenschenke aufgrund der zentralen Lage im Stadtgebiet U/S-Bahnstationen Rödgersmarkt und Stadthausbrücke ebenfalls in fußläufiger Nähe.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den umliegenden Wohngebieten ist gewährleistet.

##### Stellplatzangebot

Östlich des ZVBs einige Parkhäuser und Tiefgaragen (Conti Park, Fiebertshof); Innerhalb des ZVB ist parken straßenbegleitend möglich.

##### Aufenthaltsqualitäten

Hohe Aufenthaltsqualität am Großneumarkt als zentrale Anlaufstelle; viele Cafés und Restaurants im Außenbereich; Wexstraße mit gewissem "Atmosphäre" und attraktiver Architektur.

##### Leerstandssituation

Keine signifikanten Leerstände vorhanden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenzialflächen ersichtbar.





Abbildung 31: Innenstadt – Großneumarkt



Abbildung 32: Zentrenabgrenzung Innenstadt – Großneumarkt

Das Zentrum besitzt ein ausdifferenziertes Angebot im nahversorgungsrelevanten Bereich und ist damit hauptsächlich auf die Versorgung der umliegenden Bevölkerung ausgerichtet. Der Sortimentsschwerpunkt liegt eindeutig im kurzfristigen Bedarf, weshalb nur eine sehr geringe Angebotsüberschneidung mit dem WHÜ zu erwarten ist.

Insgesamt handelt es sich um ein funktionsfähiges und durch die historische Bauart sehr attraktives Zentrum, welches auf die Nahversorgung der umliegenden Bevölkerung ausgerichtet ist.



## Zentrenpass

### 6.3.4 Hauptzentrum Altona

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Hauptausdehnung östlich und westlich des Bahnhofes Altona in den Stadtteilen Altona-Amtstadt, Altona-Nord und Ottensen; Hauptachsen entlang Ottenser Hauptstraße und Neuen Große Bergstraße/Große Bergstraße

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld befinden sich überwiegend Wohnnutzungen sowie eine Vielzahl an zu Tungenutzten Flächen

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Szenegestütztes, zweipoliges Zentrum mit großflächigen Magnetbetrieben entlang der Hauptachse Große Bergstraße – Ottenser Hauptstraße. Das strukturprägende Einkaufszentrum Mercado in Ottensen steht zusammen mit dem IKEA in Altona-Amtstadt die wichtigsten Frequenzbringer dar. Der Bahnhof Altona besitzt ebenfalls eine ausgeprägte Einzelhandelsfunktion. In Ottensen relativ hoher Anteil an habergeführten (vorwiegend höherwertiger) Läden.

##### Branchen-Mix

Ausdifferenziertes Nahversorgungsangebot mit ausgewogenem Angebotsspektrum; ebenso ausgeprägtes Angebot in Mode- und angrenzenden Bedarfen.

##### Magnetbetriebe

Unter anderem IKEA, Media Markt, H&M, TK Maxx, C&A, Rewe Center, Drogerie Müller, Intersport, Esprit, Götz

##### Ergänzende Nutzungen

Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Angebote (unter anderem Kino)

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum besteht aus der Einkaufsstraße Große Bergstraße/Neue Große Bergstraße und dem Stadtteilzentrum Ottensen, welche über den Altonaer Bahnhof miteinander verbunden sind. Der Bereich Ottensen ist durch kleine Gründerzeitliche Blockrandbebauung geprägt; Bereich Altona-Amtstadt und Altona-Nord vorwiegend mit großmaßstäblicher Blockrandbebauung der 50er- bis 70er-Jahre.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung durch die Max-Brauer-Allee; von Westen herkommend aufgrund der kleinen Ottensens etwas eingeschränkt. Sehr gute ÖPNV-Anbindung durch den Bahnhof Altona (6 S-Bahnlinien, Regional- und Fernverkehr) sowie zahlreiche Buslinien.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Die Anbindung über Fuß- und Radwege aus den umliegenden Wohnquartieren ist gegeben.

##### Stellplatzangebot

Mehrere Stellplatzmöglichkeiten unter anderem in den Parkhäusern des Mercado, Bahnhof Altona und IKEA.

##### Aufenthaltsqualitäten

Im Bereich des Bahnhofs ist eine eher funktionale Gestaltung vorhanden, im Westen liegen urbane Qualitäten vor. Die Fußgängerzone in der Ottenser Hauptstraße weist eine hohe Aufenthaltsqualität auf. Der östliche Bereich verfügt nach der Umgestaltung im Bereich "Neue Große Bergstraße/Große Bergstraße" ebenfalls über eine gute städtebauliche Qualität.

##### Leerstandssituation

Nur ganz vereinzelte Leerstände vorhanden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Da der Fernbahnhof Altona in Zukunft nach dem bestehenden wird, stellt das größte Entwicklungspotenzial im zentralen Zentrum die Lage des Bahnhofsgebäude dar.





Abbildung 33: Hauptzentrum Altona



Abbildung 34: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Altona

Das Übergeordnete Zentrum Altona setzt sich aus zwei unterschiedlichen räumlichen Standortbereichen in den Stadtteilen Ottensen und Altona-Altstadt zusammen. Beide Standortbereiche verfügen über ein besonderes städtebauliches Profil sowie großflächige Magnetbetriebe entlang der Hauptachsen. Das urbane Zentrum ist mit seiner vielfältigen Nutzungsstruktur und spezifischen stadträumlichen Qualitäten als überaus stabil und funktionsfähig zu bezeichnen. Aufgrund zahlreicher Angebotsüberschneidungen zwischen dem Bezirkszentrum und dem Überseequartier vor allem im Modischen Bedarf, im Sportsegment sowie bei Elektrowaren stellt das Bezirkszentrum einen starken Wettbewerber für das WHÜ dar. Allerdings hebt sich das gewachsene Zentrum mit seiner hohen Multifunktionalität, der besonderen städtebaulichen Qualität sowie dem hohen Grad an Urbanität deutlich vom geschlossenen, verkehrsgünstig gelegenen WHÜ ab.

Es handelt sich um ein voll funktionsfähiges, zweiteiliges Zentrum mit großflächigen Magnetbetrieben und einem vielfältigen, attraktiven Angebotsmix.



## Zentrenpass

### 6.3.5 Hauptzentrum Harburg

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Hauptzentrum erstreckt sich im Bereich zwischen der B 73, Phoenix-Center, Westorfer Straße, Bremer Straße, Westheimsstraße, Zur Seehafenbrücke und Neue Straße

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Im südlichen und westlichen Richtung befinden sich überwiegend Wohngebäude sowie die Technische Universität Hamburg-Harburg. Im Norden befindet sich der Harburger Hafen und im Osten stehen breite Bahntrassen eine physische Barriere dar.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Neben großflächigen Magnetbetrieben gibt es zahlreiche kleinere und größere Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen und Genres, die für ein breites Angebotsspektrum an Fachmärkten und inhabergeführten Betrieben sorgen. Während die Einkaufszentren stabil aufgestellt sind und eine große Sogkraft entfalten, fällt es der Fußgängerzone Lüneburger Straße schwer, sich gegen die Einkaufszentren zu behaupten.

##### Branchen-Mix

Der Angebotsschwerpunkt des Zentrums liegt funktionsgerecht im kurz- und mittelfristigen Bedarf. Während das Phoenix-Center auf das mittlere Preissegment abzielt, sind die Harburg Arcaden auf das Fachmarktorientierte Segment fokussiert.

##### Magnetbetriebe

U A H&M, C&A, New Yorker, MediaMarkt, Saturn, Staples, Karstadt Sports, Aldi, Karstadt, Smyths Toys, Marktkauf

##### Ergänzende Nutzungen

Diensteleistungen, Gastronomiebetriebe, öffentliche Einrichtungen (z. B. Bezirksamts) sowie durch Kultur- und Freizeitorientierte Nutzungen (z. B. Museum, Kino)

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Die Struktur des Hauptzentrums ist aufgrund der Verkehrsinfrastrukturen etwas fragmentiert. So bilden sich im Zentrum Quartiere mit unterschiedlichen Charakteristika und Qualitäten, die nicht nur unzureichend miteinander verbunden sind. Insgesamt ist die städtebauliche Struktur im Hauptzentrum durch eine Mischung von Gründerzeitlichen Strukturen und Großprojekten der letzten Jahrzehnte geprägt.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Über die Bundesstraßen 73, 4 und 75 sowie über die BAB 253 kann das Zentrum von allen Richtungen aus sehr gut erreicht werden, was auch die Autobahnen 1 und 7 einschließt. Der Bahnhof Harburg sorgt zusammen mit dem Busbahnhof sowie dem S-Bahnhof Harburg Rathaus für eine sehr gute Anbindung an den ÖPNV.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Durch die zentrale Lage im Stadtteil ist eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten innerhalb und außerhalb des Zentrums gegeben.

##### Stellplatzangebot

Zahlreiche Parkhäuser, verteilt über das Zentrum, sorgen für ein ausreichend bemessenes Stellplatzangebot.

##### Aufenthaltsqualitäten

Die vorhandene städtebauliche Struktur und der unattraktive öffentliche Raum bieten nur begrenzte Aufenthaltsqualitäten. Gleichwohl gibt es mit der Fußgängerzone, dem Sand und dem Rathausplatz auch mehrere Potenzialräume.

##### Leerstandssituation

Entlang der Lüneburger Straße, Am Sand sowie in den Harburg Arcaden finden sich vereinzelt Leerstände.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Das Harburg-Center am Harburger Ring wurde abgerissen und soll nun durch einen Wohnungsneubau mit Geschäftsfächen im Erdgeschoss ersetzt werden.





Abbildung 35: Hauptzentrum Harburg

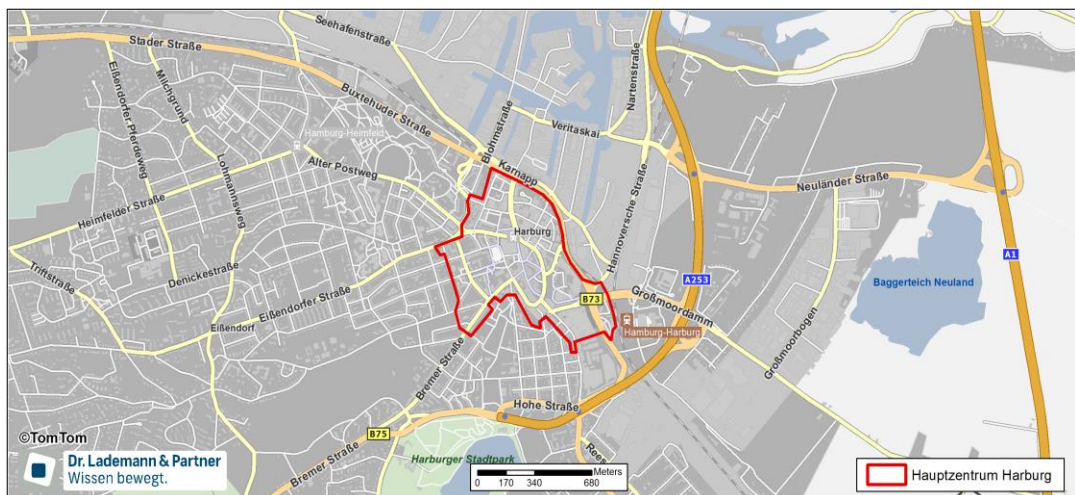


Abbildung 36: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Harburg

Das Hauptzentrum Harburg besteht aufgrund der Größe des Zentrums aus unterschiedlichen Lagen mit qualitativ unterschiedlichen Angeboten und Betriebstypen. Geprägt wird es von gründerzeitlichen Strukturen und einzelnen großmaßstäblichen Bauten. Das Zentrum besitzt ein vielfältiges Angebot im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich in allen Preissegmenten. Insbesondere das Phoenix Center mit seinen filialisierten Betrieben, welche überwiegend innenstadtypische Sortimente mit dem Schwerpunkt im Segment Bekleidung und Schuhe aufweisen, konkurriert dabei mit dem WHÜ.

Das Hauptzentrum Harburg erfüllt seine Versorgungsfunktion für den Bezirk und ist als stabil zu bezeichnen.



## Zentrenpass

### 6.3.6 Hauptzentrum Bergedorf

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum erstreckt sich von der Kreuzung Bergedorfer Straße/Mohnhof im Südosten im nordwestlichen Richtung bis zur Kreuzung Alte Hostenstraße/Sander Damm. Im Norden bilden die Bergedorfer Schlossstraße, der Reetwerder sowie der östliche Teil des Ludwig-Rosenberg-Rings die Grenzen des ZVBs.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld im Norden und Osten ist überwiegend durch Wohngebiete geprägt. Unmittelbar nördlich des ZVB grenzt zudem das Bergedorfer Schlossmuseum an mit einem großen Schlossgarten. Im Westen und Süden sind Gewerbegebiete vorzufinden.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Neben vielen Fachläden ist ein relativ hoher Anteil an inhabergeführten Geschäften anzutreffen, was für einen abwechslungsreichen Mix sorgt. Der Großteil der Betriebstätigkeit wird Waren im mittleren Preissegment an. Im CCB sind dagegen ausschließlich Fachläden der zentrenrelevanten Branchen vorzufinden.

##### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt auf dem kurz- sowie dem mittelfristigen Bedarf. Vor allem die Branche Bekleidung/Schuhe ist stark vertreten.

##### Magnetbetriebe

U.A. H&M, C&A, P&C, TK Maxx, Esprit

##### Ergänzende Nutzungen

Viele zusätzliche Angebote an Dienstleistungen sowie gastronomischen Betrieben hinzu kommen öffentlichen Einrichtungen sowie Fitnessstudios und kulturellen Einrichtungen.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Sachsentor sowie die Alte Hostenstraße bilden die Hauptachse des ZVBs. Eine weitere Hauptverkaufsstelle ist das Einkaufszentrum City Center Bergedorf. Das Sachsentor ist als Fußgängerzone ausgewiesen, so wie der obere Abschnitt der Alten Hostenstraße. Architektonisch betrachtet sind die Fußgängerzonen sehr attraktiv mit verschiedenen Außenfassaden und neu sanierten Gehwegen mit Altstadtfarben. Im Erdgeschoss Handel, in den oberen Stockwerken Wohnnutzungen.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Unmittelbar südlich angrenzend liegt die B5 mit einer Halteung zu der B207. Die Bus- und Bahnhaltestelle Bergedorf liegt im ZVB, genauso zahlreiche weitere Bushaltestellen entlang der Bergedorfer Straße und des Ludwig-Rosenberg-Rings. Eine sehr gute Anbindung mit dem ÖPNV ist gewährleistet.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Die fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten stellt kein Problem dar.

##### Stellplatzangebot

Innerhalb des ZVBs befinden sich ausreichend Stellplatzangebote in zwei Parkhäusern.

##### Aufenthaltsqualitäten

Die Aufenthaltsqualität ist insgesamt als hoch einzustufen. Vor allem die ausgewiesenen Fußgängerzonen entlang der Hauptachse weisen eine attraktive städtebauliche Gestaltung mit Fachwerkhäusern auf und überzeugen mit Sauberkeit und einer angenehmen Gestaltungswelt.

##### Leerstandssituation

Vereinzelt Leerstände sind vornehmlich in den Nebengebäuden zu verzeichnen.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen befinden sich vor allem in den Leerständen.





Abbildung 37: Hauptzentrum Bergedorf

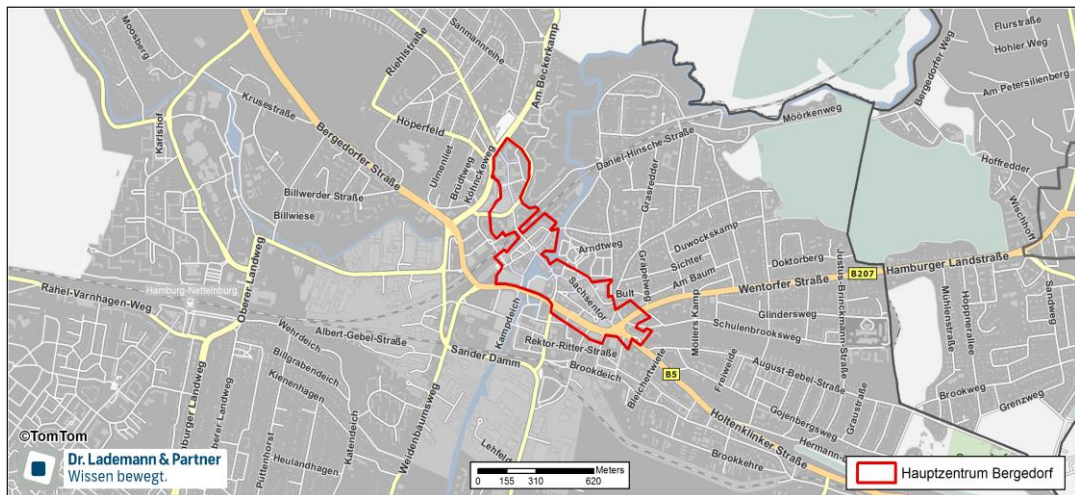


Abbildung 38: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Bergedorf

Das Hauptzentrum Bergedorf stellt einen attraktiven Einzelhandelsstandort dar. Die hohe Handelsdichte in Verbindung mit dem gastronomischen Angebot sowie der ansprechenden städtebaulichen Gestaltung der Fußgängerzone führen zu einer angenehmen Einkaufsatmosphäre. Der Handelsbestand erfüllt alle Ansprüche bezüglich des periodischen, des mittelfristigen und teilweise auch des langfristigen Bedarfs. Die Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität durch die Ausweisung des ZVBs als BID sind wahrzunehmen. Aufgrund des angebotenen Warensortiments des ZVBs steht dieser in Konkurrenz mit dem Vorhaben im Überseequartier. Durch die weite Entfernung sollten sich diese allerdings auf ein Minimum beschränken.

Das Hauptzentrum Bergedorf kann als leistungsfähiger ZVB eingestuft werden. Er übernimmt die Versorgungsfunktion für den Bezirk Bergedorf.



## Zentrenpass

### 6.3.7 Hauptzentrum Wandsbek

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Hauptzentrum erstreckt sich im Westen beginnend an der Bahnstation Wandsbeker Chaussee entlang der Wandsbeker Chaussee/Wandsbeker Marktstraße in Richtung Osten bis zur Gabelung Kattunbrücke. Diese Ost-West-Hauptachse besitzt nur im nördlichen Ausläufer, bspw. am Alten Posthaus und an der Wandsbeker Königsstraße

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Im direkten Umfeld dominiert die Wohnfunktion. Darüber hinaus sind einige Dienstleistungen und städtische Einrichtungen angesiedelt. Im Norden des ZVBs sind die Wandse sowie der Mühlenteich Fußgängerfreundlich

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Angebotsschwerpunkt befindet sich im Bereich Quarree Wandsbek und dem Karstadt Warenhaus. Hier dominieren fast ausschließlich die nemmett'schen Preisverläufe. Die Betriebse außerhalb des Quarrees sind insgesamt eher discounterorientiert. Mit der Ansiedlung eines Decathons konnte ein starker Frequenzbringer gewonnen werden, welcher eine große Strahkraft besitzt.

##### Branchen-Mix

Schwerpunkt liegt im mittleren Bedarfsbereich

##### Magnetbetriebe

U.A. Karstadt, C&A, Decathlon, H&M, Ansons, Thalia, Esprit, Rewe

##### Ergänzende Nutzungen

Sehr hoher Bestand an Freizeiteinrichtungen, Imbissbuden und Wettbüros. Hinzu kommen Finanzinstitute und ein Fitnessstudio sowie ein Multiplex-Kino

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Der Hauptgeschäftsbereich befindet sich entlang der Wandsbeker Chaussee/Marktstraße. Allerdings werden die beiden Straßenseiten von einer sehr stark befahrenen, fünfspurigen Straße getrennt. Dominiert wird das Erscheinungsbild durch das Einkaufszentrum Quarree, das Karstadt Warenhaus sowie das vor einigen Jahren neu errichtete Geschäftshaus W1 im Süden. Ansonsten wird das Zentrum durch eine dichtere, kleinere Bebauungsstruktur mit eher tieferer Höhe geprägt. Während die Erdgeschossflächen für den Handel und Dienstleistungen genutzt werden, dienen die oberen Geschosse der Wohnfunktion.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Die Wandsbeker Marktstraße, die Brauhäuserstraße und der Ring 2 sorgen für eine sehr gute Erreichbarkeit. Zwei U-Bahnstationen liegen unmittelbar am oder direkt angrenzend an den ZVB. Des Weiteren befindet sich der ZOB Wandsbek innerhalb des Versorgungsbereichs.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Die fußläufige Erreichbarkeit ist aufgrund der sehr breiten und stark befahrenen Straßen etwas eingeschränkt.

##### Stellplatzangebot

Innerhalb des ZVBs liegen drei Parkhäuser. Darüber hinaus können die umliegenden Wohngebiete genutzt werden.

##### Aufenthaltsqualitäten

Die Gestaltung ist überwiegend funktional und durch Geschäftshäuser geprägt. Die Lage an der Hauptverkehrsachse schränkt die Qualität ein.

##### Leerstandssituation

Vereinzelt Leerstände sind am östlichen Ende sowie vereinzelt auf der Hauptachse zu verzeichnen.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Während der Erhebung fanden innerhalb des Quarrees umfangreiche Bauarbeiten statt.





Abbildung 39: Hauptzentrum Wandsbek

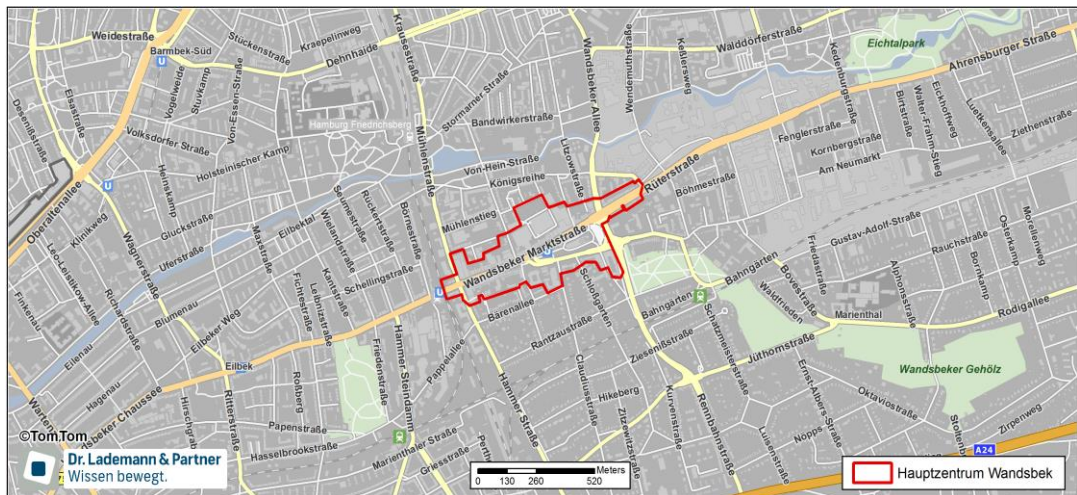


Abbildung 40: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Wandsbek

Das Hauptzentrum Wandsbek stellt ein leistungsstarkes Zentrum dar. Hinsichtlich des periodischen sowie des mittelfristigen Bedarfs ist der Standort gut aufgestellt. Aufgrund der Schwerpunktsetzung in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe steht das Hauptzentrum Wandsbek in Konkurrenz zu dem Vorhabenstandort im Überseequartier. Gerade im EKZ ist das mittlere Preissegment vorzufinden, welches stärker von der Neuansiedlung an der Elbe tangiert werden wird. Außerhalb des EKZs sind hingegen discountorientierte Betriebe vorzufinden, die eher weniger im Konflikt mit dem Neubau stehen werden.

Das Hauptzentrum Wandsbek kann als stabil und funktionsfähig eingestuft werden



## Zentrenpass

### 6.3.8 Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee erstreckt sich entlang der Hoheluftchaussee sowie Teilen der Gärtnerstraße und des Eppendorfer Wegs bis hin zur Mansteinststraße

##### Versorgungsfunktion

Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld stehen neoklassische Domänen der Wohnfunktion mit hauptsächlich dichter Blockrandbebauung aus der Gründerzeit vorzufinden

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Entlang der Hoheluftchaussee auch großflächige Fachgeschäfte, vorwiegend inhabergeführte Geschäfte am Eppendorfer Weg

##### Branchen-Mix

Alle Bedarfsbereiche werden abgedeckt, insbesondere der persönliche Bedarf entlang der Hoheluftchaussee

##### Magnetbetriebe

Ulla Schuh Kay, Böhm, Budnikowsky, Edeka, Rewe, A natura, B&O Company

##### Ergänzende Nutzungen

Schwerpunkt bei neuartigen Dienstleistungen, insbesondere im medizinischen Bereich; gastronomische Einrichtungen, Kinos

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

In der Hoheluftchaussee (Hauptachse) überwiegend funktionale Gestaltung und Erdgeschossnutzung in schichten Wohn- und Geschäftshäusern. Vereinzelt moderne Ersatzbauten von Wohn- und Geschäftshäusern (u.a. B&O Company). Im Eppendorfer Weg besteht überwiegend geschlossene Blockrandbebauung aus der Gründerzeit mit durchgehendem Geschäftsbesatz im Erdgeschoss

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung durch die Hoheluftchaussee gewährleistet die Nähe zur Gärtnerstraße (B 5) und den Lokstedter Steindamm (B 447) übergeht. Gute ÖPNV-Anbindung durch U-Hoheluftbrücke (1 Linie) sowie 4 Buslinien

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den umliegenden Wohngebieten ist gewährleistet

##### Stellplatzangebot

Überwiegend straßenbegleitend sowie z.T. Parkplätze bei den Nahversorgern

##### Aufenthaltsqualitäten

Aufgrund der Lage an der Ausfallstraße Hoheluftchaussee keine besondere Aufenthaltsqualität. In den Randbereichen (v.a. Eppendorfer Weg) nimmt die Aufenthaltsqualität zu und ist urban geprägt

##### Leerstandssituation

Nur vereinzelt Leerstände vorhanden

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenzialflächen ersicht





Abbildung 41: Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee

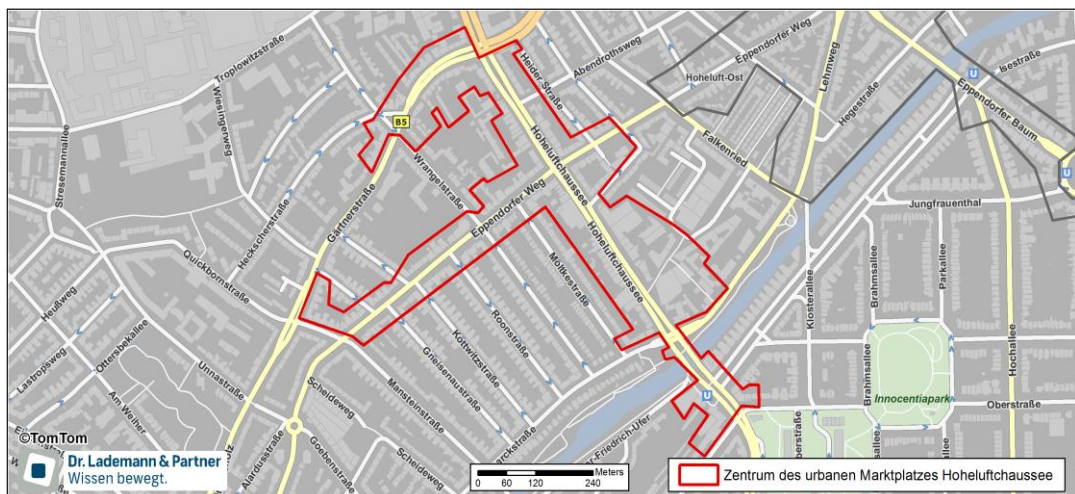


Abbildung 42: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee

Das Zentrum Hoheluftchaussee macht mit seiner städtebaulichen Qualität, seiner u.a. kleinteiligen Nutzungsmischung und stetigen Modernisierungen einen insgesamt urbanen, funktionsfähigen Eindruck und lässt sich als stabil bezeichnen.

Der vielseitige Einzelhandel im kurz-, mittel- sowie langfristigen Bedarf steht aufgrund seiner Fokussierung auf die wohnortnahe Versorgung im Umfeld zumindest nicht im unmittelbaren Wettbewerb zu den Angeboten des WHÜ. Insgesamt besteht zwischen dem WHÜ und dem Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee somit eine moderate Wettbewerbssituation.

Das urbane Zentrum Hoheluftchaussee ist als stabiles und funktionsfähiges Zentrum einzustufen, welches sich stetig weiterentwickelt.



## Zentrenpass

### 6.3.9 Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf erstreckt sich vom Eppendorfer Markt, über den Eppendorfer Baum bis hin zum Kosterstern. Dabei werden angrenzende Bereiche der Erkastraße, Lehmweg, Eppendorfer Weg und Hegestraße einbezogen.

##### Versorgungsfunktion

Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld stehen die Domänen der Wohnfunktion mit hauptsächlich dichter Blockrandbebauung aus der Gründerzeit vorzufinden.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Überwiegend kleine Fachgeschäfte und inhabergeführter Einzelhandel vor allem an den Randlagen, sowie einige Fachläden am Eppendorfer Baum und an der Eppendorfer Landstraße; gewachsene, kleine Einzelhandelsstruktur;

##### Branchen-Mix

Verkaufsfachenschwerpunkt mit mittleren bis geringen Bedarfen; auch verschiedene Angebote mit kurzfristigen Bedarfen.

##### Magnetbetriebe

Uau Douglas, TK Maxx, Depot, Heymann, BoConcept

##### Ergänzende Nutzungen

Schwerpunkt bei Einzelhandelsnahe Dienstleistungen, insbesondere im medizinischen Bereich; gastronomische Einrichtungen sowie öffentliche Einrichtungen (Kundenzentrum Hamburg-Nord)

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Jeweils bestehende überwiegend geschossene Blockrandbebauung aus der Gründerzeit mit durchgehendem Geschäftsbesatz im Erdgeschoss. Zudem Platznutzung am Marie-Jonas-Platz am ehemaligen Warenhaus-Standort mit zunehmender moderner Centerbebauung.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung durch die Eppendorfer Landstraße, Eppendorfer Baum und den Kosterstern. Gute ÖPNV-Anbindung durch die U-Bahnstationen Kosterstern, Eppendorfer Baum und Kehlhofstraße (2 Linien) sowie 7 Buslinien.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den umliegenden Wohngebieten ist gewährleistet.

##### Stellplatzangebot

Nahezu durchgehend straßenbegleitende Parkbuchten sowie ein großzügiges Stellplatzangebot im Parkhaus am Marie-Jonas-Platz.

##### Aufenthaltsqualitäten

Aufgrund der ansprechenden Gestaltung des öffentlichen Raums hohe Aufenthaltsqualitäten. Urbaner Platznutzung am Marie-Jonas-Platz.

##### Leerstandssituation

Nur vereinzelte Leerstände vorhanden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenzialflächen ersichtbar.





Abbildung 43: Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf



Abbildung 44: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Eppendorf

Das Zentrum Eppendorf macht mit seiner städtebaulichen urbanen Qualität und seiner kleinteiligen Nutzungsmischung einen insgesamt funktionsfähigen Eindruck und lässt sich als stabil bezeichnen.

Der überwiegend kleinflächige, inhabergeführte sowie hochwertige Einzelhandel im mittel- und langfristigen Bedarf steht aufgrund seiner Fokussierung auf die besonders kaufkraftstarken Bevölkerungsstrukturen im Wohnumfeld zumindest nicht im unmittelbaren Wettbewerb zu den Angeboten des WHÜ. Insgesamt besteht zwischen dem WHÜ und dem Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf somit eine moderate Wettbewerbssituation.

Das urbane Zentrum Eppendorf macht mit seiner städtebaulichen Qualität und seiner kleinteiligen Nutzungsmischung einen insgesamt funktionsfähigen Eindruck und lässt sich als stabil bezeichnen.



## Zentrenpass

### 6.3.10 Zentrum des urbanen Marktplatzes Fuhlsbüttler Straße

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Der ZVB erstreckt sich von der U/S-Bahnhaltestelle Barmbek im Stadtteil Barmbek-Nord entlang der Fuhlsbüttler Straße in nördlicher Richtung bis zur Kreuzung Mönkebergstraße. Hier kommen noch keine Ausläufer der angrenzenden Straßen.

##### Versorgungsfunktion

Zentrum des urbanen Marktplatzes

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld stehen keine Domänen der Wohnfunktion. Die hauptsächliche dichter Blockrand- und Hofbebauung vorzufinden. Westlich steht zudem der Stadtpark gegen.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Hauptgeschäftsbereich liegt entlang der Fuhlsbüttler Straße zwischen Wesendamm und Hebrookstraße. Neben kleineren Betrieben sind auch Fachmarktanbieter mit einem überwiegend discountorientierten Angebot vorhanden. Der Göttertorsteht mit Abstand das größte Geschäft dar.

##### Branchen-Mix

Starker Fokus auf den peripheren sowie mittleren Bedarf.

##### Magnetbetriebe

Göttertor, Woolworth, Deichmann, Verbrauchermärkte (Rewe, Edeka), Drogeriemärkte (Rossmann, Budnikowsky), Discount (Lidl, Aldi).

##### Ergänzende Nutzungen

Es sind sehr viele Dienstleister (hauptsächlich Friseur sowie Nagelstudios) anzutreffen. Hierzu kommt eine vielfältige gastronomische Angebot.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Der ZVB erstreckt sich hauptsächlich entlang der Fuhlsbüttler Straße, welche eine hohe Handels- und Dienstleistungsdichte aufweist. Die Architektur besteht größtenteils aus einer einheitlichen Blockrandbebauung. Keine Gebäude, die die Bebauungsstrukturen prägen den Straßenzug. Die Bahnstation fungiert als physische Barriere und trennt das Areal rund um das Göttertor-Gebäude räumlich vom Rest des ZVBs. Der Bereich um den Bahnhof wurde vor Kurzem durch mehrere Neubauten und einer umfassenden Modernisierung deutlich aufgewertet.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Der ZVB ist über die Fuhlsbüttler Straße verkehrlich gut angebunden. Die Bahnhaltestelle Barmbek liegt innerhalb des ZVBs. Darüber hinaus sind zahlreiche Bushaltestellen innerhalb des ZVBs auch um den ZVB herum vorzufinden. Die Anbindung mit dem ÖPNV ist als sehr gut zu betrachten.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Auch die fußläufige Erreichbarkeit von den umliegenden Siedlungsgebieten aus ist sehr gut.

##### Stellplatzangebot

Es befinden sich kaum größere Parkplätze innerhalb des ZVBs oder Umgebung. Parken ist Straßenbegleitend weitgehend möglich.

##### Aufenthaltsqualitäten

Das Zentrum ist funktionell gestaltet mit überwiegend schlichten Wohn- und Geschäftshäusern. Die Fuhlsbüttler Straße selbst weist eine hohe Verkehrsbelastung auf und stellt dementsprechend einen Störfaktor dar.

##### Leerstandssituation

Es sind vereinzelt Leerstände vorhanden, allerdings keine strukturellen Probleme ersicht.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Im gesamten ZVB verteilte Pläne zur Zeit der Erhebung umfangreiche Bauarbeiten statt.







## Zentrenpass

### 6.3.11 Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Der ZVB erstreckt sich in Nord-Ost-Richtung entlang der Hamburger Straße und umfasst das Einkaufszentrum Hamburger Messe

##### Versorgungsfunktion

Zentrum des urbanen Marktplatzes

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld dominieren Wohnnutzungen das Gebiet (Mehrfamilienhäuser)

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Das Einkaufszentrum beinhaltet eine große Auswahl an internationalen und nationalen bekannten Marken. Der Großteil der betriebl. Waren im mittleren Preissegment an, es gibt wenige orientierten sich in Discounterbereich. Fast ausschließlich eine Handelsbetriebsflächen

##### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt deutlich auf dem mittleren bis hohen Bedarf und wird dominiert von Betrieben mit den Sortimenten Schuhe und Bekleidung. Der persönliche Bedarf ist mit Lebensmittel Discounter, einem Verbrauchermarkt sowie Drogeriemärkten ebenfalls gut vertreten

##### Magnetbetriebe

U.A. C&A, TK Maxx, H&M, New Yorker, Esprit, Jack&Jones/VeroModa, Thalia

##### Ergänzende Nutzungen

Großes gastronomisches Angebot sowie eine Friseur- und Banken

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum besteht aus dem Einkaufszentrum Hamburger Messe mit vielfältigen Angeboten an stadttypischen Sortimenten. Es gibt das längste Shopping-Center Europas und verfügt entlang einer bedeutenden Hamburger Magistraße

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Der ZVB liegt unmittelbar an der B5 und ist von allen Himmelsrichtungen her über mehrspurige Straßenverkehr sehr gut angebunden. An dem Ost- sowie an dem Westende befindet sich jeweils eine U-Bahnstation (Mundsburg und Hamburger Straße). Darüber hinaus sind zahlreiche Bushaltestellen in Fußgänger Entfernung rund um das EKZ vorzufinden

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Von den Wohngebieten im Nordwesten und Südwesten ist das Center gut zu erreichen; In östlicher Richtung sind die vierspurige Hamburger Straße/Oberaltenallee eine physikalische Barriere, da, welche nur teilweise durch Fußgängerüberquerungen überwunden werden kann

##### Stellplatzangebot

Es sind ausreichend Parkplätze im Parkhaus des Einkaufszentrums vorhanden

##### Aufenthaltsqualitäten

Bei dem Center handelt es sich um einen funktionellen Baukörper, dessen Charakteristika die Länge ist. Insgesamt kann im Inneren des Centers aber von einer angenehmen Einkaufsatmosphäre gesprochen werden

##### Leerstandssituation

Es stehen einige Flächen leer bzw. sind im Umbau. Aufgrund der aufwendigen Modernisierungsmaßnahmen handelt es sich vor allem um temporäre Leerstände

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Im Rahmen eines umfassenden Refurbishments wird das Center aktuell modernisiert und um neue Angebote erweitert





Abbildung 47: Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße

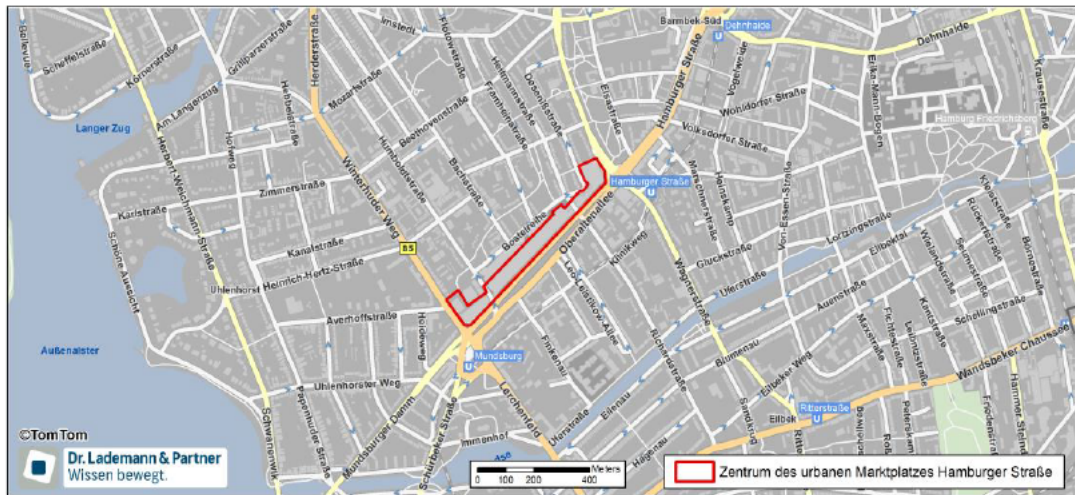


Abbildung 48: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße

Im ZVB Hamburger Straße sind durch das Einkaufszentrum Hamburger Meile innerstadtrelevante Sortimente stark vertreten und der periodische Bedarf wird ebenfalls ausreichend abgedeckt. Bekannte nationale als auch internationale Filialisten sind hier vorzufinden, wobei sich das Preissegment im mittleren Bereich befindet. Neben den zahlreichen Mieterwechseln der vergangenen Jahre sind auch einige Leerstände im Gebäude vorhanden. Im Rahmen eines umfassenden Refurbishments wird das Center aktuell modernisiert und um neue Angebote erweitert. Aufgrund des großen Angebots im mittelfristigen Bedarf mit einem Schwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe sowie der Nähe zur HafenCity steht die Hamburger Meile in starker Konkurrenz mit dem Vorhabenstandort im Überseequartier.

Durch das leistungsfähige innerstädtische Einkaufszentrum handelt es sich um ein attraktives Stadtteilzentrum, welches eine Versorgungsfunktion weit über den Bereich Barmbek-Süd hinaus einnimmt.



## Zentrenpass

### 6.3.12 Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Zentrale Lage im Stadtteil Eimsbüttel des gleichnamigen Bezirks; Hauptachse ist die Osterstraße sowie Teile des Eppendorfer Wegs und des Heußwegs

##### Versorgungsfunktion

Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld stehen keine Domänen der Wohnfunktion mit hauptsächlich dichter Blockrandbebauung (z.T. Gründerzeit) vorzufinden

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Konfiguriert und inhabergeführter Einzelhandel sowie Fachläden (u.a. Karstadt, Deichmann), insbesondere im Kern Osterstraße/Heußweg,

##### Branchen-Mix

Schwerpunkt im kurz- und insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich. Durch Karstadt wird bereits ein vielfältiges Sortiment geboten, welches durch die konfigurierten, inhabergeführten Betriebe ergänzt wird

##### Magnetbetriebe

U.a. Karstadt, Deichmann, Fiemann, Buters

##### Ergänzende Nutzungen

Schwerpunkt bei Nahversorgungsaffinen Dienstleistungen, insbesondere im medizinischen Bereich; gastronomische Einrichtungen

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Der Standort ist neben zusammenhängenden Gründerzeitlichen Baustrukturen auch durch zahlreiche einfache Wohngebäude der Nachkriegszeit sowie großformatige Baukörper der 70er und 80er Jahre geprägt

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung über die Osterstraße, die sowohl über den Schulweg als auch den Heußweg die Anbindung an die B 5 gewährleistet. Im Westen wird über den Langenfeeder Damm zudem eine Anbindung an die B 4 erreicht. Gute ÖPNV-Anbindung durch U-Bahn Osterstraße (1 Linie) sowie 3 Buslinien

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den umliegenden Wohngebieten ist gewährleistet

##### Stellplatzangebot

Im Kernbereich besteht ein Parkhaus von Karstadt; zusätzliches Stellplatzangebot in der Tiefgarage im Heußweg sowie straßenbegleitende Parkbuchten

##### Aufenthaltsqualitäten

Durch die Umstrukturierung der Osterstraße eine verbesserte Aufenthaltsqualität, wenn auch am Fanny-Mende-Platz weitere Potenziale auszuschöpfen sind

##### Leerstandssituation

Nur vereinzelte Leerstände vorhanden

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenziale für Flächenerschließung





Abbildung 49: Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße

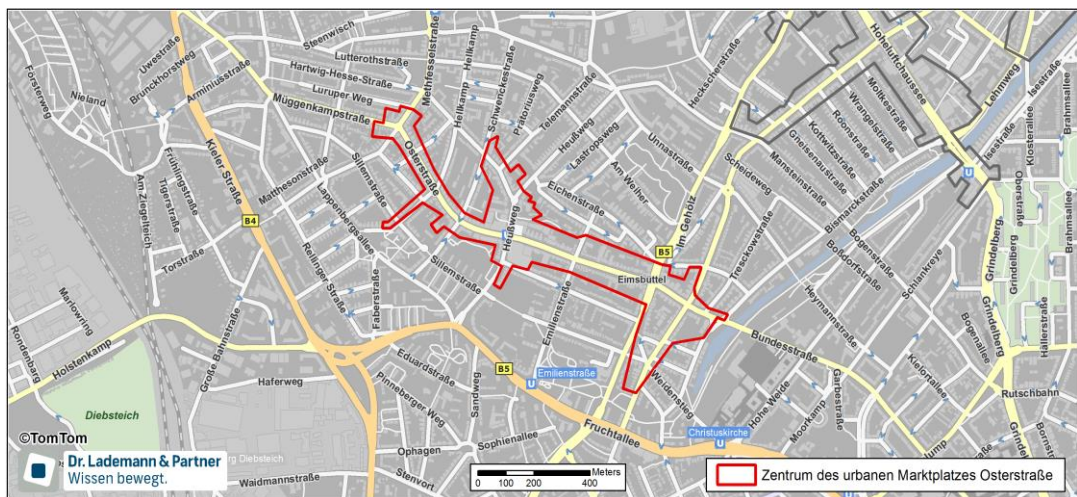


Abbildung 50: Zentrenabgrenzung des Zentrums des urbanen Marktplatzes Osterstraße

Die Osterstraße macht mit ihrer städtebaulichen urbanen Qualität und z.T. kleinteiligen Nutzungsmischung einen insgesamt funktionsfähigen Eindruck und lässt sich als stabil bezeichnen.

Der durchmischte Einzelhandel im kurz- und mittelfristigen Bedarf steht aufgrund seiner Fokussierung auf die wohnortnahe Versorgung zumindest nicht im unmittelbaren Wettbewerb zu den Angeboten des WHÜ. Insgesamt besteht zwischen dem WHÜ und dem Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße somit eine moderate Wettbewerbssituation.

**Die Osterstraße ist als stabiles und funktionsfähiges Zentrum einzustufen.**



## Zentrenpass

### 6.3.13 Stadtteilzentrum Billstedt

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum erstreckt sich im Osten ab der Kreuzung Mölner Landstraße/Reichmanstraße entlang der Mölner Landstraße, übergehend in die Billstedter Hauptstraße, bis zur Kreuzung mit dem Schffbekker Weg. Somit umfasst der ZVB auch das Billstedt-Center. Im Norden wird das Gebiet durch die Bahnstation Billstedt abgegrenzt, im Süden durch die Billstedter Hauptstraße.

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Im direkten Umfeld dominieren die Wohnfunktionen (überwiegend Geschosswohnungsbau). Im Süden grenzt die Billbeke an, südlich davon befindet sich ein größeres Gewerbegebiet.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Im Billstedt Center ist ein vielfältiges Angebotsspektrum von überwiegend fashion-orientierten Betrieben vertreten. Das Umfeld zeichnet sich dagegen durch kleinere Nutzungsstrukturen im Niedrigpreissegment aus. Hier ist auch eine deutliche Abnahme der Einzelhandelsdichte festzustellen.

##### Branchen-Mix

Schwerpunkt liegt im mittleren Bedarfsmerkmal ergänzenden Betrieben im kurz- und langfristigen Bedarf. Dabei dominieren besonders das Segment Bekleidung/Schuhe sowie Elektrowaren.

##### Magnetbetriebe

Ulla-Mediamarkt, H&M, C&A, Primark, TK Maxx, New Yorker.

##### Ergänzende Nutzungen

Entlang der Billstedter Hauptstraße sind viele Betriebe der Gastronomie (hauptsächlich Imbissbuden) und Wettbüros vorzufinden. Innerhalb des Einkaufszentrums sind einige Dienstleistungen angesiedelt.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Die Mölner Landstraße bildet die Hauptachse in Ost-West-Richtung innerhalb des ZVBs und ist als Fußgängerzone ausgewiesen. Diese weist eine dichte Bebauungsstruktur auf. Einige Gebäude befinden sich in einem Sanierungsdürftigen Zustand. Das Billstedt-Center bildet den Hauptgeschäftsbereich des ZVBs und verzahnet einen dichten Handelsbesatz.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Unmittelbar südlich des ZVBs grenzt die Bergedorfer Straße/B5 an. Über den Schffbekker Weg sowie die Horner Landstraße und die Billstedter Hauptstraße kann der ZVB von allen Hauptverkehrsrichtungen aus angefahren werden. Die U-Bahnstation Billstedt liegt unmittelbar nördlich des Einkaufszentrums. Darüber hinaus sind diverse Bushaltestellen im ZVB vorzufinden.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Die fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngemeinden ist gegeben.

##### Stellplatzangebot

Das Einkaufszentrum verfügt über ein eigenes großes Parkhaus. Am Geesthang befindet sich ein weiterer großer Parkplatz.

##### Aufenthaltsqualitäten

Im Umfeld des Centers ist ein deutlicher Sanierungsbedarf der Gebäude sowie der Bodenbeläge festzustellen. Hierzu kommen Defizite im Bereich Möblierung und Sauberkeit. Das Billstedt Center hingegen verfügt über ein zeitgemäßes Erscheinungsbild.

##### Leerstandssituation

Ein größerer Leerstand am Schffbekker Weg (ehemals Dänisches Bettenlager).

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen befinden sich im östlichen Abschnitt der Fußgängerzone gegenüber des Postkommersats.





Abbildung 51: Stadtteilzentrum Billstedt

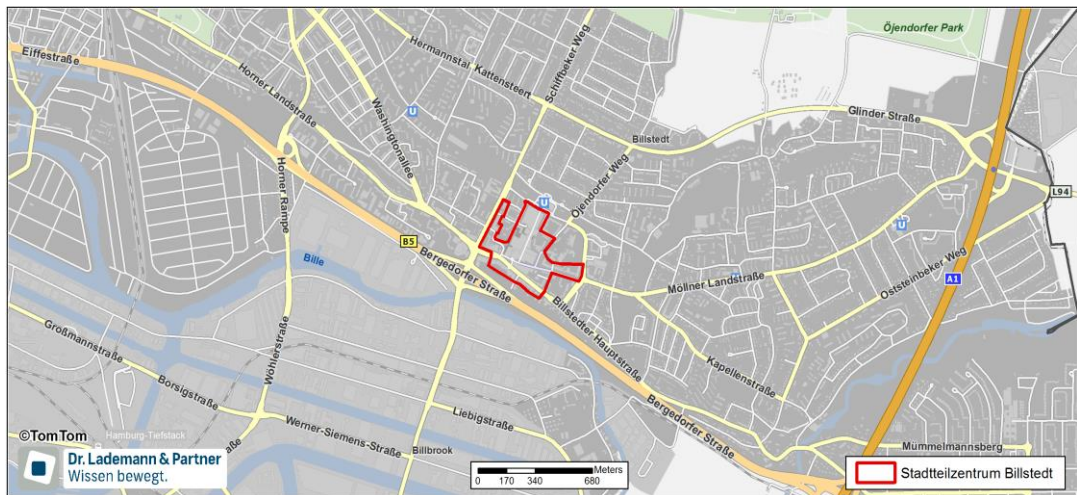


Abbildung 52: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Billstedt

Das Stadtteilzentrum Billstedt kann als ausreichend funktionsfähig eingestuft werden. Hinsichtlich des kurzfristigen Bedarfs ist der Standort gut aufgestellt und erfüllt seine Nahversorgungsfunktion. Alle Branchen des mittelfristigen Bedarfs werden ebenfalls abgedeckt; das Bekleidungssegment dominiert jedoch stark. Mit der Ansiedlung von Primark innerhalb des Billstedt-Centers im Jahr 2016 konnte das Stadtteilzentrum zudem einen weitreichenden Magnetmieter gewinnen. Bezüglich der vorhabenrelevanten Branchen des mittelfristigen Bedarfs steht das Stadtteilzentrum Billstedt in leichter Konkurrenz mit dem Vorhaben im Überseequartier. Dies wird allerdings durch das discountorientierte Angebot innerhalb des ZVBs relativiert.

Das Stadtteilzentrum kann durch das zeitgemäße und funktionsfähige Einkaufszentrum als stabil eingestuft werden. Im Umfeld besteht dagegen erheblicher Modernisierungsbedarf.



## Zentrenpass

### 6.3.14 Stadtteilzentrum Blankenese

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Zentrale Lage im Ortskern von Blankenese zwischen Bahnhof Blankenese und Eilbäussee; Hauptachse ist die Blankeneser Bahnhofstraße sowie die Neuentwicklung am Erk-Bahnhof (Bahnhof Blankenese)

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Umfeld hauptsächlich durch freistehende Wohnbebauung (Stadtviertel) geprägt; im Süden schließt das sog. Treppenviertel an, ein bekanntes Wohngebiet am Eilbhang; besondere Straßenbegliederung der Eilbange entlang der Blankeneser Bahnhofstraße zwischen S-Bahnhof Blankenese und Eilbäussee; Nutzungsschwerpunkt im nördlichen Bereich

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Überwiegend kleine Fachgeschäft und inhabergeführter Einzelhandel; gewachsene, bekannte Einzelhandelsstruktur;

##### Branchen-Mix

Verkaufsfachenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarf, zweiter Schwerpunkt vor allem Modischen Bedarf

##### Magnetbetriebe

Rewe, Edeka und Budn

##### Ergänzende Nutzungen

Schwerpunkt bei Nahversorgungsaffären Dienstleistungen, insbesondere im medizinischen Bereich; gastronomische Einrichtungen, Kino

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum zeigt sich in bekannter Bebauungs- und Nutzungsstrukturen entlang der Blankeneser Bahnhofstraße; 2-3 geschossige Wohn- und Geschäftshäuser mit Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss. Am Erk-Bahnhof um die Park- und T-Moderne Wohn- und Geschäftshäuser

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung durch die Bahrenfelder Landstraße, Eilbäussee und Süddorfer Kirchenweg. Gute ÖPNV-Anbindung durch S-Bahnhof Blankenese (2 Linien) sowie 7 Buslinien

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den umliegenden Wohngebieten ist gewährleistet

##### Stellplatzangebot

Im nördlichen Bereich besteht ein Parkhaus in der Nähe von Rewe; zusätzliches Stellplatzangebot auf dem Parkplatz von Edeka sowie Straßenbegleitende Parkbuchten

##### Aufenthaltsqualitäten

Bekannte Einkaufsstraße mit zentraler Lage am Marktplatz und zusätzlichem Platz (Erk-Bahnhof um die Park- und T-Moderne Aufenthaltsqualität auch durch die Nähe zu weiteren Parks und dem Eilbhang

##### Leerstandssituation

Nur vereinzelte Leerstände vorhanden

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Bekannte Potenzialflächen finden sich hauptsächlich im Süden der Blankeneser Bahnhofstraße





Abbildung 53: Stadtteilzentrum Blankenese

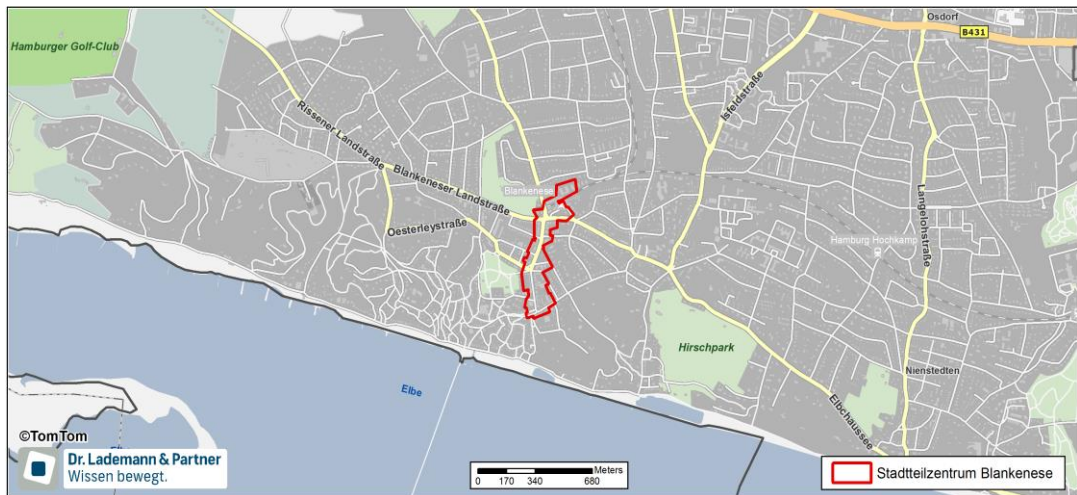


Abbildung 54: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Blankenese

Das Stadtteilzentrum Blankenese stellt den historisch gewachsenen Ortskern des Stadtteils Blankenese dar. Charakteristisch für den Stadtteil sind seine Lage direkt an der Elbe und das Treppenviertel. Die stadtraumprägende kleinteilige Nutzungsstruktur mit Boutiquen und Cafés in baulich sehr gutem Zustand erstreckt sich im Wesentlichen beidseitig entlang der Blankeneser Bahnhofstraße. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarf. Der überwiegend kleinflächige, inhabergeführte sowie hochwertige Einzelhandel im mittel- und langfristigen Bedarf steht aufgrund seiner Fokussierung auf die besonders kaufkraftstarken Bevölkerungsstrukturen im Wohnumfeld zumindest nicht im unmittelbaren Wettbewerb zu den Angeboten des WHÜ. Insgesamt besteht zwischen dem WHÜ und dem Stadtteilzentrum somit eine moderate Wettbewerbssituation.

Das Stadtteilzentrum Blankenese macht mit seiner städtebaulichen Qualität und seiner kleinteiligen Nutzungsmischung einen insgesamt funktionsfähigen Eindruck und lässt sich als stabil bezeichnen.



## Zentrenpass

### 6.3.15 Stadtteilzentrum Bramfeld

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Stadtteilzentrum Bramfeld erstreckt sich entlang der Bramfelder Chaussee über die Herthastrasse, den Bramfelder Dorfpark bis zur Berner Chaussee

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld des Standorts befinden sich überwiegend Geschosswohnungsbauten sowie Einfamilienhäuser

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Einzelhandels Schwerpunkt liegt im Einkaufszentrum Marktpark-Galerie neben dem benachbarten Kaufhof und SB-Warenhaus mit überwiegend fashion-orientierten Einzelhändlern. Entlang der Bramfelder Chaussee sind dagegen zum Großteil kleine Angebote Strukturen, bestehend aus fashion- und inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben, vorzufinden

##### Branchen-Mix

Das Zentrum bietet, vor allem aufgrund des Einkaufszentrums, einen vielfältigen Mix aus kurz- und mittelfristigem Bedarf, wobei der Schwerpunkt auf dem persönlichen Bedarf liegt

##### Magnetbetriebe

u.a. H&M, C&A, Dänisches Bettenlager, Saturn, Deichmann

##### Ergänzende Nutzungen

Viele zusätzlichen Nutzungen vorhanden, wie z.B. Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe, Behörden und Spielplätze

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum teilt sich in die großmaßstäbliche Bebauung um die Marktpark-Galerie herum und die kleinteiligen Bebauungs- und Nutzungsstrukturen entlang der Bramfelder Chaussee auf. Der zuletzt genannte Bereich ist durch straßenbegleitende Bebauungen mit Erdgeschoss und Wohnnutzungen darüber gekennzeichnet. Bei dem Einkaufszentrum handelt es sich um einen modernen Bau mit ansprechender Architektur

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Anbindung an den MIV durch die verspurte Bramfelder Chaussee, welche durch das gesamte Zentrum führt und eine bedeutende Verkehrsachse in Hamburg darstellt. Eine Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist durch die umliegenden Bushaltestellen (z.B. Bramfelder Dorfpark) gewährleistet. Der Verkehr der verschiedenen öffentlichen Abstände

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Aufgrund der direkten Anbindung an die umliegenden Wohnnutzungen ist die fußläufige Erreichbarkeit als sehr gut zu bewerten

##### Stellplatzangebot

Es sind eine Vielzahl an straßenbegleitenden Parkplätzen sowie Sammelparkplätzen in den Parkhäusern der Marktpark-Galerie und des Kaufhofs vorhanden

##### Aufenthaltsqualitäten

Das Zentrum ist zum Großteil funktionell gestaltet und weist keine erhöhten Aufenthaltsqualitäten auf

##### Leerstandssituation

Es sind mehrere kleine Flächen Leerstände entlang der gesamten Bramfelder Chaussee vorzufinden

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind lediglich in den Leerständen zu erkennen





Abbildung 55: Stadtteilzentrum Bramfeld

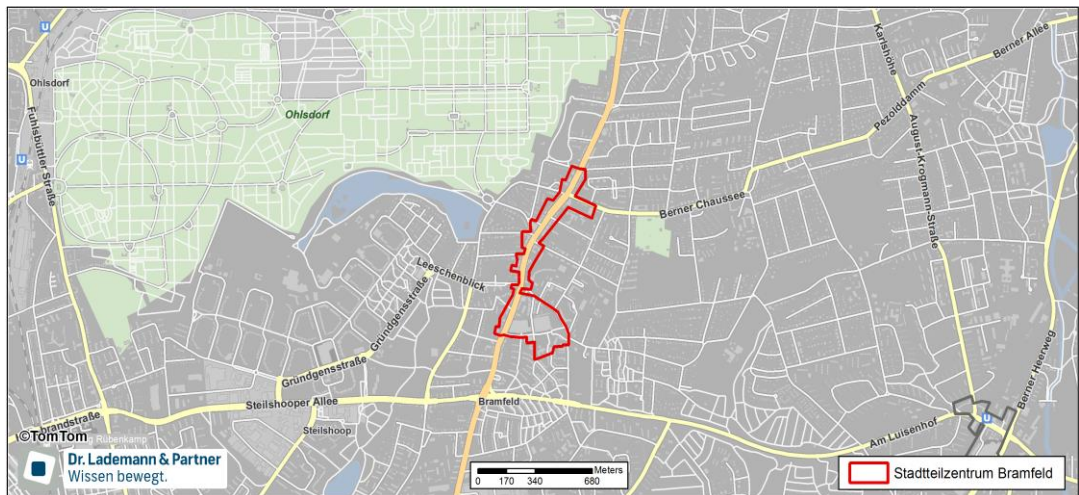


Abbildung 56: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Bramfeld

Das Stadtteilzentrum Bramfeld stellt ein leistungsfähiges Zentrum dar mit einem vielfältigen Angebot sowohl im periodischen als auch mittelfristigen Bedarf. Dafür sorgt insbesondere die Marktplatz-Galerie, die überwiegend filialisierte Betriebe mit innerstadtypischen Sortimenten aufweist. Hier sind diverse Angebotsüberschneidungen mit dem Vorhaben in der HafenCity vorhanden. Aufgrund der weiten Entfernung wird der Standort allerdings trotzdem nur leicht betroffen sein.

Es handelt sich um ein stabiles und funktionsfähiges Zentrum, welches aufgrund seiner großen Angebotsvielfalt eine Versorgungsfunktion für Bramfeld sowie darüber hinaus einnimmt.



## Zentrenpass

### 6.3.16 Stadtteilzentrum Eidelstedt

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Zentrale Lage im Stadtteil Eidelstedt; der Zentrumsbereich umschließt den Eidelstedter Platz und erstreckt sich entlang der Eidelstraße, dem Eikenknick sowie der Lohkampstraße bis zur Bahnstrecke

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Das direkte Umfeld ist geprägt durch Wohnnutzungen sowohl in aufgedeckelter Bauweise als auch Geschosswohnungsbau

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Den räumlichen Schwerpunkt bildet das Eidelstedt-Center mit seinem breiten Angebotsmix. Entlang der Fußgängerzonen befinden sich zudem kleine, nahbergelagerte Einzelhandelsbetriebe. In der Lohkampstraße haben sich mehrere ausdifferenzierte Supermärkte sowie Discounter etabliert. Insgesamt breites Angebotsspektrum, mit Schwerpunkt im unteren bis mittleren Angebotsniveau

##### Branchen-Mix

Das Zentrum bietet, vor allem aufgrund des Einkaufszentrums, einen vielfältigen Mix aus kurz- und mittelfristigem Bedarf, wobei der Schwerpunkt auf dem periodischen Bedarf liegt

##### Magnetbetriebe

um das Eidelstedt-Center, Rewe, Aldi, Woolworth

##### Ergänzende Nutzungen

Breites Angebot an komplementären Nutzungen. Öffentliche Einrichtungen (Bürgerhaus, Schulen, Bücherei), nahversorgungsauffällige Dienstleistungen und gastronomische Angebote

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Kleinflächige Nutzungsmischung aus öffentlichen Einrichtungen, Einzelhandels-, Dienstleistungen und Wohnen. Den räumlichen Schwerpunkt des Zentrums bilden der Eidelstedter Platz sowie das Eidelstedt-Center. Zahlreiche Einfache Wohngebäude der Nachkriegszeit sowie Baukörper der 70er und 80er Jahre geprägt

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung über die Pönniger Chaussee sowie die Keelerstraße (B4) als stungsfähige Verbindung in die Hamburger Kernstadt und an die A7. Gute Erreichbarkeit über den Bahnhof "Eidelstedt Zentrum" (A1) sowie den Busbahnhof am Eidelstedter Platz

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer durch Fußwege (z. T. gekennzeichneten Radwege) aus den umliegenden Wohngeländen gewährleistet

##### Stellplatzangebot

Stellplätze sind im Zentrum sowohl in der Tiefgarage des Eidelstedt-Centers sowie im Parkhaus des Geschäftsgebäudes an der Lohkampstraße vorhanden

##### Aufenthaltsqualitäten

Das Zentrum präsentiert sich als durchaus belebt und das Eidelstedt-Center wurde kürzlich umfassend modernisiert. Die bauliche Struktur außerhalb und Platzgestaltung weisen dennoch z. T. deutlichen Investitionsbedarf auf. Zudem sorgt die vorbeiführende Keelerstraße für hohe Lärmmessungen

##### Leerstandssituation

Mehrere kleine Leerstände, zudem struktureller Leerstand im Center

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind innerhalb des Eidelstedt-Centers vorhanden





Abbildung 57: Stadtteilzentrum Eidelstedt



Abbildung 58: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Eidelstedt

Das Zentrum Eidelstedter Platz hat mit dem Umbau des Eidelstedt-Centers als prägendste Einzelhandelsnutzung des zentralen Versorgungsbereichs eine deutliche Stärkung erfahren. Es bildet den räumlichen Schwerpunkt im Einzelhandel mit einem breiten Angebotsmix im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf. Das Eidelstedt-Center hat damit zwar eine ähnliche Branchenstruktur wie das WHÜ, allerdings ist das Angebot insgesamt deutlich discountlastiger und zielt eher auf die Grundversorgung der umliegenden Wohnquartiere in den umgebenden Stadtteilen ab. In Verbindung mit der räumlichen Entfernung ist die Konkurrenzbeziehung zum WHÜ daher als geringfügig zu beurteilen.

Das Stadtteilzentrum Eidelstedt ist als funktionsfähig einzustufen und besitzt innerhalb des sanierten Eidelstedt-Centers weitere Ansiedlungspotenziale.



## Zentrenpass

### 6.3.17 Stadtteilzentrum Farmsen

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Stadtteilzentrum Farmsen befindet sich reaktiv zentral im Stadtteil Farmsen-Bernegeegen und erstreckt sich von Am Luisenpark/August-Krogmann-Straße/Rahstedter Weg am Berner Heerweg entlang bis hin zu der Straße An der Waldorfbahn

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld des Zentrums befinden sich überwiegend Wohnbebauungen sowie ein Gewerbegebiet im südlichen Richtung

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Einzelhandel ist schwerpunktmäßig im Einkaufszentrum verortet. Dort existiert ein Mix aus Fach- und inhabergeführtem Einzelhandel im edeligen bis mittleren Preissegment. Das Angebot kann vor allem im kurz- bis mittelfristigen Bedarf verortet werden (insbesondere Bekleidung und Schuhe)

##### Branchen-Mix

Verfügt über ein Angebot in nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereichen sowie im mittelfristigen Bedarf

##### Magnetbetriebe

H&M- und ein C&A-Bekleidungsfachmarkt, Real-SB-Warenhaus, Penny-Lebensmitteldiscounter, Rewe-Supermarkt

##### Ergänzende Nutzungen

Verfügt über ergänzende Nutzungen und Funktionen durch medizinische Einrichtungen sowie Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum ist Mittelpunkt einer verdichteten, hauptsächlich durch mehrstöckige Wohnbauten geprägten Bebauungsstruktur und zentraler Verkehrsknotenpunkt für den Stadtteil. Die Hauptneukaufsgasse ist das Einkaufszentrum dar

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Verkehrsanbindung über den Friedrich-Ebert-Damm/Berner Heerweg, welcher das Zentrum von Norden nach Süden durchquert, und der Straße Am Luisenpark/August-Krogmann-Straße/Rahstedter Weg. Durch die vielen direkt im Zentrum verkehrenden Buslinien und die U-Bahn mit der Haltestelle U-Farmsen ist der Standort sehr gut an den ÖPNV angebunden

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngemeinden ist, trotz der Bahntrasse im Westen und der verspurten Straße im Osten, gegeben

##### Stellplatzangebot

Insbesondere das Parkhaus des Einkaufszentrums sorgt für ausreichende Kapazitäten, das zu Spitzenzeiten jedoch an seine Belastungsgrenze gelangt

##### Aufenthaltsqualitäten

Eine besondere Aufenthaltsqualität ist sowohl außerhalb des Einkaufszentrums als auch innerhalb, aufgrund der geräumlichen und baulichen Merkmale, nicht gegeben

##### Leerstandssituation

Es sind geringfügige Leerstände im Einkaufszentrum sowie im Umfeld zu verzeichnen

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen befinden sich in den Leerständen





Abbildung 59: Stadtteilzentrum Farmsten



Abbildung 60: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Farmsten

Das Stadtteilzentrum Farmsten weist eine gute Angebotsvielfalt auf. Einen wesentlichen Beitrag dazu liefert – trotz einiger struktureller und baulicher Mängel – das Einkaufszentrum. Das Zentrum weist infolge seiner sehr guten verkehrlichen Anbindung, seiner hohen Multifunktionalität und des vielfältigen Einzelhandelsangebots eine hohe Frequenz auf. Insbesondere das Nahversorgungsangebot stellt sich insgesamt sehr ausdifferenziert dar und bietet einen guten und vielfältigen Betriebstypenmix. Aufgrund des großen Angebots im mittelfristigen Bedarf sind leichte Überschneidungen mit dem WHÜ vorhanden.

Das Stadtteilzentrum Farmsten ist insgesamt als stabil zu bewerten und kann seine ihm zugewiesene Versorgungsfunktion erfüllen. Es weist allerdings einen nicht mehr zeitgemäßen Charakter mit erheblichem Modernisierungsbedarf auf.



## Zentrenpass

### 6.3.18 Stadtteilzentrum Langenhorn

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Stadtteilzentrum Langenhorn erstreckt sich beginnend am Krohnsteg-Center entlang des Krohnstegs bis zur Tangstedter Landstraße, dessen Ausläufer in südlicher Richtung bis zur Kreuzung mit der Straße Timmweg ebenfalls zum Zentrum gehört

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Der Standort wird überwiegend von Wohngebieten mit Mehrfamilienhäusern umschlossen

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Die Haupteinkaufsstätte ist der Langenhorn-Markt sowie das Einkaufszentrum Krohnsteg-Center. Dabei befinden sich am Markt überwiegend kleine Fachgeschäfte und im Einkaufszentrum verschiedene Fachmärkte. Dabei handelt es sich um einen zum Großteil ausseren Einzelhandelsmittelpunkt bis zum Teilscorement

##### Branchen-Mix

Das Zentrum bietet einen ausgewogenen Mix aus kurz- und mittelfristigem Bedarf, wobei der Schwerpunkt auf dem persönlichen Bedarf liegt

##### Magnetbetriebe

u.a. Decathlon, Act on, Kauf und SB-Warenhaus, Edeka-Verbrauchermarkt, Budn kowsky-Drogermarkt, Müller-Drogermarkt

##### Ergänzende Nutzungen

Verschiedene Nutzungen von Dienstleistungen, Gastronomiebetrieben, medizinischen Einrichtungen, Kreditinstituten und Behörden

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum stellt den Mittelpunkt des Stadtteils Langenhorn dar und kann, aufgrund seiner Struktur, in drei unterschiedliche Bereiche aufgeteilt werden. Dazu zählen der Langenhorn Markt, welcher als Fußgängerzone gestaltet ist und erst vor kurzem umfassend modernisiert wurde, das Einkaufszentrum Krohnsteg-Center, welches ebenfalls aktuell umgebaut wird, und die Einkaufsstätten in der Tangstedter Straße

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Erreichbarkeit durch die direkte Anbindung an den Ring 3, welcher eine bedeutende Verkehrsstraße in Hamburg darstellt. Die U-Bahn-Haltestelle „Langenhorn Markt“ befindet sich direkt am ZVB und wird von der Linie U1 angefahren. Mittels direkter Verbindung zur Hamburger Innenstadt. Fünf weitere Buslinien ergänzen die ÖPNV-Anbindung

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist gegeben

##### Stellplatzangebot

Parkmöglichkeiten befinden sich sowohl im Parkhaus des „Krohnsteg-Centers“ und des Kaufands als auch auf einem weiten für das Zentrum vorgesehenen Parkplatz

##### Aufenthaltsqualitäten

Der Bereich um den Langenhorn-Markt wurde vor wenigen Jahren umfassend umgebaut und modernisiert, sodass hier von einer erhöhten Aufenthaltsqualität gesprochen werden kann. Auch das Krohnsteg-Center wird aktuell innen und außen saniert und aufgewertet

##### Leerstandssituation

Es sind geringfügige Leerstände am Langenhorn Markt und der Tangstedter Landstraße vorhanden

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen befinden sich in den Leerständen





Abbildung 61: Stadtteilzentrum Langenhorn

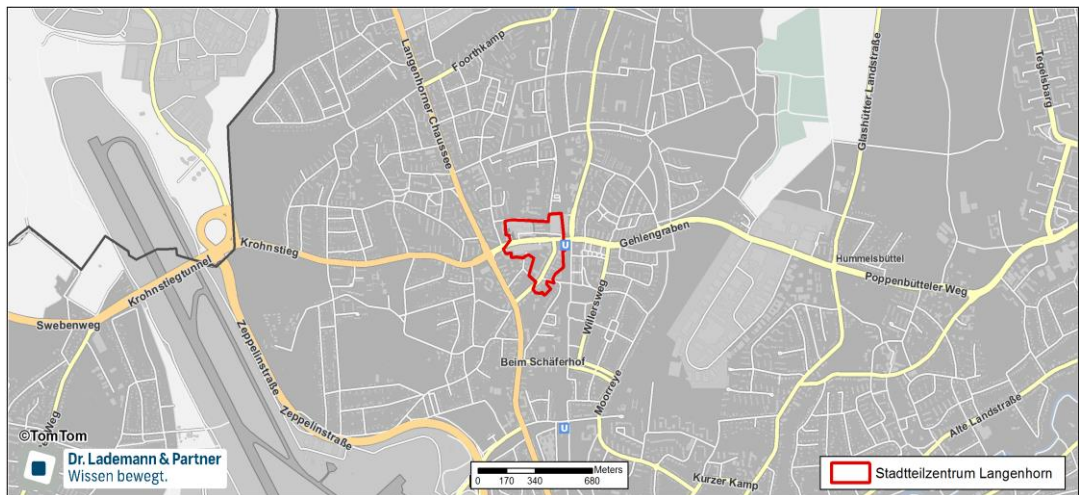


Abbildung 62: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Langenhorn

Das Stadtteilzentrum Langenhorn stellt, insbesondere durch die großflächigen Sanierungsmaßnahmen am Langenhorner Markt in den letzten Jahren sowie aktuell im Krohnstieg-Center, einen modernen und attraktiven Standort dar. Er besitzt eine ausgeprägte Nahversorgungsfunktion sowie ergänzende fachmarktorientierte Angebote im mittelfristigen Bedarf. Aufgrund des überwiegend discountorientierten Angebots kann aber nur von einer bedingten Überschneidung mit dem Vorhaben gesprochen werden kann.

Das Stadtteilzentrum Langenhorn ist ein leistungsfähiges Zentrum, welches für die Bevölkerung des Stadtteils eine bedeutende Versorgungsfunktion vor allem im periodischen Bedarf übernimmt.



## Zentrenpass

### 6.3.19 Stadtteilzentrum Neugraben

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Stadtteilzentrum Neugraben erstreckt sich zwischen den Straßen Am Neugrabener Bahnhof, Neugrabener Bahnhofstraße, Scheideheweg und Bauernweide mit der Marktpassage als Hauptachse

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld befinden sich überwiegend Wohngebiete in unterschiedlicher Bauart (Einfamilienhausbebauung, Geschosswohnungsbau und Zeilenbauweise) sowie gewerbliche Betriebe entlang der Cuxhavener Straße

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Die Hauptagebiete der Marktpassage, die mit dem Kauf und SB-Warenhäusern starken Frequenzbringer besitzt. Ansonsten steht hier eine eher kleine gezielte Bebauungs- und Nutzungsstruktur mit Fachgeschäft und inhabergeführtem Einzelhandel vorzufinden. Im Einkaufszentrum sind keine abnehmende Einzelhandelsformen sowie Trading-Down Effekten zu erkennen

##### Branchen-Mix

Der Fokus des Zentrums liegt eindeutig auf dem kurzfristigen Bedarf, mit ergänzenden überwiegend kaufmännischen Betrieben mittlerer Bedarfsstufe

##### Magnetbetriebe

Kauf und SB Warenhaus, Edeka-Verbrauchermarkt, Budn kowsky-Drogeriemarkt

##### Ergänzende Nutzungen

Vergnügungsbereich, Dienstleistungen, Kreditinstitute, Gastronomiebetriebe und öffentlichen Einrichtungen sowie mehreren Spielplätzen

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Bei dem Standort handelt es sich um ein gewachsenes Zentrum, welches aus der Fußgängerzone Marktpassage sowie aus dem, in zwei separaten Bauteilen aufgeschiedenen, Süderebe Einkaufszentrum besteht. Eine Besonderheit stellen dabei die Fußgängerbrücken dar, mit der die S-Bahnstation direkt an der Neugrabener Bahnhofstraße angebunden ist und die trennende B73 somit übergangen wird

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Erreichbarkeit über die Cuxhavener Straße (B73), welche eine bedeutende Verkehrsachse im Hamburger Süden darstellt, und die Neugrabener Bahnhofstraße

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngemeinden ist gegeben

##### Stellplatzangebot

Ausreichend Parkmöglichkeiten befinden sich auf den Sammelparkplätzen/Parkhäusern der Lebensmittlbetriebe

##### Aufenthaltsqualitäten

Die Fußgängerzone um die Marktpassage sowie dem Marktplatz herum weist, aufgrund ihrer Verkehrsberuhigten Freiräume, gewisse Aufenthaltsqualitäten auf. Im Süderebe Einkaufszentrum ist dies, aufgrund der geradlinigeren und baulicher Mängel, allerdings nicht gegeben. Der Bereich um die S-Bahn Haltestelle wird aktuell saniert

##### Leerstandssituation

Es besteht keine erhebliche Konzentration von Leerständen im Einkaufszentrum

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen bestehen vor allem in den Leerständen im Einkaufszentrum





Abbildung 63: Stadtteilzentrum Neugraben



Abbildung 64: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Neugraben

Das Stadtteilzentrum Neugraben besitzt ein ausgeprägtes Nahversorgungsangebot und ist in dem Segment sehr gut aufgestellt. Im mittel- und langfristigen Bedarf ist lediglich ein geringes, discountorientiertes Angebot vertreten. Das vorhandene Einkaufszentrum weist eine nicht mehr zeitgemäße Architektur auf und ist von einer signifikanten Leerstandsproblematik betroffen. Hier besteht deutlicher Erneuerungsbedarf. Insgesamt können nur sehr bedingt Überschneidungen mit dem Vorhaben in der HafenCity festgestellt werden.

Das Stadtteilzentrum kann als überwiegend funktionsfähig bezeichnet werden. Das prägende Einkaufszentrum weist allerdings Trading-Down-Effekte auf und zeigt einen deutlichen Modernisierungsbedarf.



## Zentrenpass

### 6.3.20 Stadtteilzentrum Niendorf

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Zentrum Stadtteil Niendorf gelegen, im Norden des Bezirks Eimsbütte. Hauptgeschäftsbereich ist die Fußgängerzone Torgweg zwischen Torg-Center und Niendorfer Marktplatz.

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Direktes Umfeld durch 2-3 geschossigen Wohnungsbau in Zeilenbauweise (Norden/Westen), sowie kleine Einfamilienhausbebauung und Kleingärten (Süden/Nordosten) geprägt. Im Südosten befindet sich zudem der Niendorfer Friedhof und im Südwesten schließt das Niendorfer Gelände an.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Einzelhandelsbereich ist überwiegend auf die Fußgängerzone sowie auf das Torg-Center insgesamt ausgerichtet. Ein ausgewogener Mix aus Fashion- und inhabergeführtem Einzelhandel ist überwiegend mittelpreisigen bis zum Teil preisintensiven Segmenten zugeordnet.

##### Branchen-Mix

Breites Angebot an Nahversorgungsrelevanten und vor allem modernen Sortimenten.

##### Magnetbetriebe

Torg-Center (u.a. H&M, Douglas, Budnig), Rewe, Edeka und Rossmann, Woolworth.

##### Ergänzende Nutzungen

Schwerpunkt bei handelsaffinen Dienstleistungen, (u.a. Banken, Fahrschule, Friseur, Fachärzte); gastronomische Einrichtungen sowie Einrichtungen des Bezirksamts Eimsbütte.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Der Hauptgeschäftsbereich Torgweg als Fußgängerzone mit funktionalen 2-3 geschossigen Wohn- und Geschäftshäusern gestaltet. Das Torg-Center ist funktional ein Shoppingcenter als nördlicher Ankerpunkt.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung durch die Friedrich-Ebert-Straße (B 447) und den Garstedter Weg. Gute ÖPNV-Anbindung durch U-Bahnhof Niendorf Markt (U 2) sowie 6 Buslinien.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den umliegenden Wohngebieten ist gewährleistet.

##### Stellplatzangebot

Im nördlichen Bereich besteht ein Parkhaus am Torg-Center; zusätzliches Stellplatzangebot auf den Parkplätzen von Rewe und Edeka sowie an Torgstraßenbegleitende Parkbuchten außerhalb der Fußgängerzone.

##### Aufenthaltsqualitäten

Funktionale Gestaltung mit Aufenthaltsqualitäten vor allem in den Bereichen und hohen Kundenfrequenzen; Aufwertungspotenziale besonders im südlichen Bereich der Fußgängerzone (Niendorfer Marktplatz).

##### Leerstandssituation

Nur vereinzelte Leerstände vorhanden.

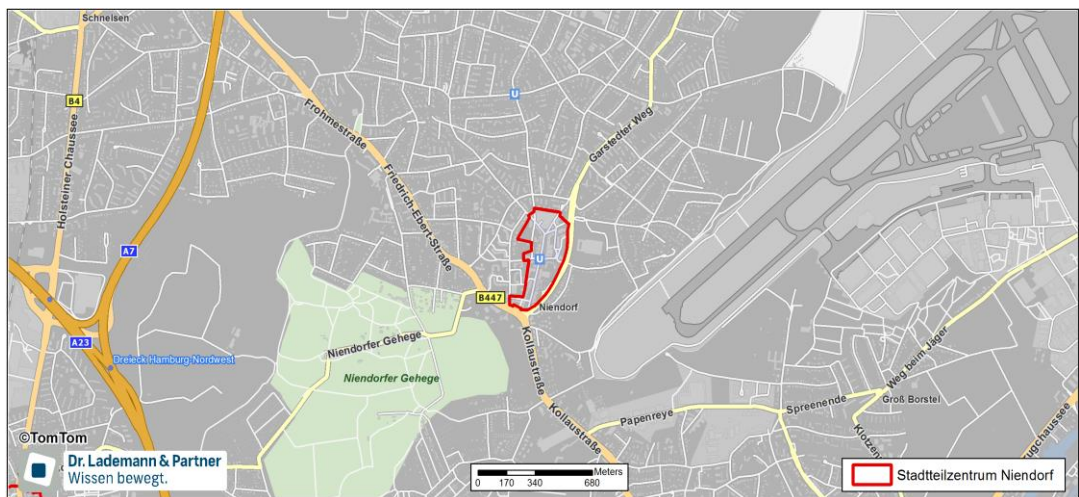
##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Kleinere Potenzialflächen finden sich hauptsächlich im Süden der Fußgängerzone.





**Abbildung 65: Stadtteilzentrum Niendorf**



**Abbildung 66: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Niendorf**

Das Stadtteilzentrum Niendorf übernimmt für die Bewohner des gesamten Stadtteils eine zentrale Versorgungsfunktion und ist als stabil zu bewerten. Vor allem das vielfältige Einzelhandelsangebot und die hohe Multifunktionalität sorgen für eine vergleichsweise hohe Frequenz im Zentrum. Dabei stehen vor allem die filialisierten Betriebe mit innenstadttypischen Sortimenten im Center mit dem Vorhaben im Überseequartier im Wettbewerb. Aufgrund der weiten Entfernung sollten die Auswirkungen allerdings gering sein.

**Das Stadtteilzentrum Niendorf kann als funktionsfähig bezeichnet werden und dient vorwiegend der wohnortnahen Versorgung.**



## Zentrenpass

### 6.3.21 Stadtteilzentrum Osdorf

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Lage im Südosten des Stadtteils Osdorf an der Grenze zu Groß Flottbek; Kern des Zentrums bildet das Einkaufszentrum (EEZ)

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Direktes Umfeld durch Geschosswohnungsbau in Zeilenbauweise (Norden), Punkt- und Scheibenhochhäuser sowie kleine Einfamilienhausbebauung und Kindergärten (Süden) geprägt

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Eindeutiger Angebotsschwerpunkt ist das EEZ, welches durch Nahversorgungsstandorte ergänzt wird (Edeka und Penny);

##### Branchen-Mix

Verkaufsfächenschwerpunkt im periodischen sowie im täglichen Bedarf mit Innenstadttypischem Angebot

##### Magnetbetriebe

Unter anderem Saturn, C&A, H&M, Ansons, Zara, P&C, Thalia, Intersport, Rewe, Edeka

##### Ergänzende Nutzungen

Schwerpunkt bei Nahversorgungsaffinen Dienstleistungen und Gastronomie

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Dominanter, kompakter Einzelhandelsstandort mit dem EEZ als Hauptnukaufszentrum

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Erschließung über Osdorfer Landstraße (B431) mit eigenen Abbiegespuren. Gute ÖPNV-Anbindung über die Haltestelle „Einkaufszentrum“ (6 Buslinien), aber keine schienengebundene Anbindung

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den umliegenden Wohngemeinschaften gegeben. Die 4-spurige B431 bildet eine Zäsur, kann aber über eine Ampelanlage überwunden werden

##### Stellplatzangebot

Umfassendes Stellplatzangebot im Parkhaus des EEZ und des Edeka-Markts gegeben

##### Aufenthaltsqualitäten

Funktionale Gestaltung mit Aufenthaltsqualitäten und hohen Kundenfrequenzen vor der Markierung; Aufwertungspotenziale im Außenbereich des Einkaufszentrums

##### Leerstandssituation

Lediglich geringer Leerstand vorhanden

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind innerhalb des Einkaufszentrums sowie im nördlichen Bereich der B431 verorteten Bereiche der Kehre (Flurkamp) vorhanden





Abbildung 67: Stadtteilzentrum Osdorf

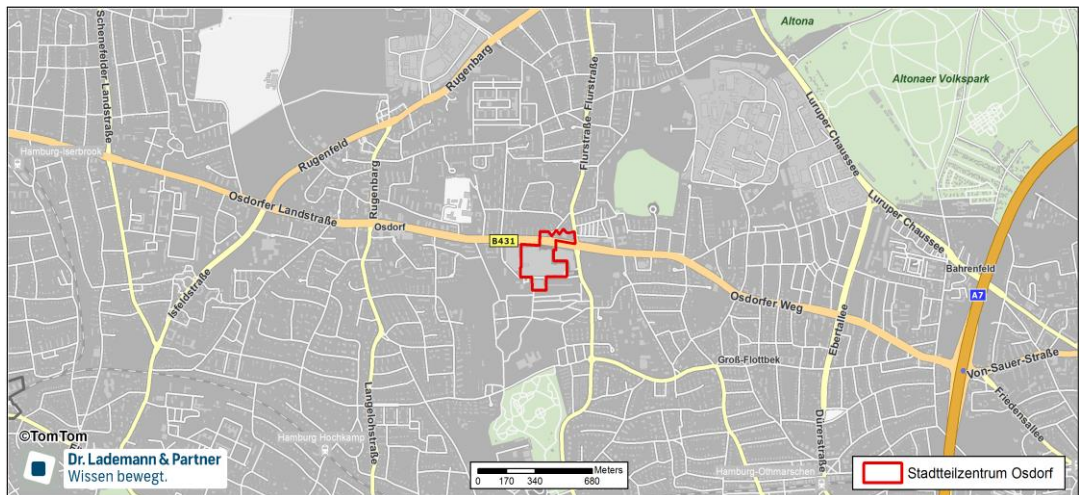


Abbildung 68: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Osdorf

Das Stadtteilzentrum Osdorf umfasst in erster Linie das 1966 eröffnete EEZ im Südosten des Stadtteils Osdorf. Der zentrale Versorgungsbereich erzeugt v.a. mit dem Einkaufszentrum als Shoppingstandort eine starke Anziehungskraft auf das westliche Hamburger Stadtgebiet und schleswig-holsteinische Umland. Das Stadtteilzentrum Osdorf ist aufgrund der Performance des EEZ als funktionsfähig und stabil zu bezeichnen. Der Angebotsschwerpunkt des zentralen Versorgungsbereichs liegt im mittelfristigen Bedarf mit einer Reihe namhafter nationaler und internationaler Modedefizialisten, weshalb das Zentrum im direkten Wettbewerb mit dem Vorhaben im Überseequartier steht.

Das Stadtteilzentrum Osdorf ist vor allem durch das stabile Shoppingcenter EEZ als funktionsfähig zu bezeichnen. Aufgrund der Angebotsüberschneidungen steht das Vorhaben jedoch im direkten Wettbewerb mit dem Vorhaben.



## Zentrenpass

### 6.3.22 Stadtteilzentrum Poppenbüttel

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Stadtteilzentrum umfasst die Straße Heegbarg mit dem Astarta Einkaufszentrum sowie den Stormarnplatz und den Frahmredder bis zur Kreuzung mit der Stadtbahnstraße

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Das Stadtteilzentrum wird nördlich, südlich und östlich von Wohngebieten umschlossen und grenzt auf westlicher Seite an das Astarta

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Die Haupteinkaufsstätte ist das Einkaufszentrum, mit ausschließlicher Fokuserten Betriebsebenen mit teils höherpreisigem Segment, das im Umfeld befindlichen Geschäftsentwicklungen entspricht

##### Branchen-Mix

Das Einkaufszentrum bietet einen vielfältigen Branchenmix mit dem Schwerpunkt mittlerer bis hoher Bedarf mit einem nennenswerten Angebot

##### Magnetbetriebe

UAGA KarstadtKaufhof, Saturn, H&M, Zara, Ansons, Thalia, P&C, SportSperk, Rewe, Edeka

##### Ergänzende Nutzungen

Der Schwerpunkt liegt bei Dienstleistungen, Gastronomiebetrieben und Kreditinstituten

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Der Standort besteht hauptsächlich aus dem dominanten Einkaufszentrum mit einer vielfältigen Angebotsstruktur sowie einem Saturn-Elektrofachmarkt und verschiedenen Nutzungsstrukturen in den umliegenden Straßen

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Durch die bedeutenden Verkehrsstraße Ring 3, welche sich in unmittelbarer Nähe befindet, ist eine sehr gute Erreichbarkeit gegeben. Die Erreichung des Einkaufszentrums erfolgt über die Straße Heegbarg mit einer eigenen Abgespurung. Sehr gute ÖPNV-Anbindung über die sich in unmittelbarer Nähe befindliche S-Bahn-Haltestelle Poppenbütte (S1 und S11) sowie über diverse Buslinien

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist gegeben

##### Stellplatzangebot

Es ist ein umfassendes Stellplatzangebot im Parkhaus des Einkaufszentrums vorhanden

##### Aufenthaltsqualitäten

Funktionale Gestaltung mit Aufenthaltsqualitäten und hohen Kundenfrequenzen voran der Maßzahl; Außenbereich des Einkaufszentrums sind keine besonderen Aufenthaltsqualitäten zu verzeichnen

##### Leerstandssituation

Es sind geringfügige Leerstände im Einkaufszentrum sowie im Umfeld zu erkennen

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind nicht vorhanden





Abbildung 69: Stadtteilzentrum Poppenbüttel

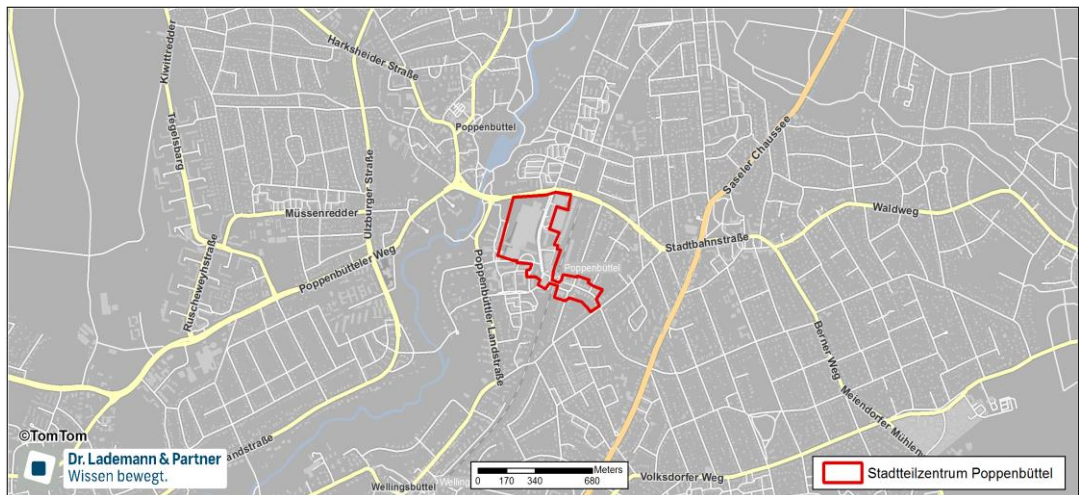


Abbildung 70: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Poppenbüttel

Das Stadtteilzentrum Poppenbüttel besitzt mit dem Alstertal Einkaufszentrum ein sehr modernes und attraktives Einkaufszentrum, welches vor allem im aperiodischen Bedarf durch eine vielfältige Auswahl besticht und eine überregionale Strahlkraft aufweist. Aufgrund des starken Fokus auf das Segment Bekleidung und der hohen Attraktivität des Standorts steht er trotz der Entfernung im Wettbewerb mit dem Vorhaben.

Das Zentrum ist als stabil und funktionsfähig zu bezeichnen und übernimmt eine herausragende Versorgungsfunktion für den Norden Hamburgs und darüber hinaus.



## Zentrenpass

### 6.3.23 Stadtteilzentrum Rahlstedt

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Stadtteilzentrum Rahlstedt ist zentral gelegen im Stadtteil Rahlstedt und umfasst das gesamte Bahnhofs-Gebiet, das Rahlstedt Center und die südöstlich angrenzenden Bereiche bis hin zur Rahlstedter Straße. Im Norden schließt die Hagenower Straße/Schwermer Straße das Zentrum ab.

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld ist vor allem durch verdichtete Wohnnutzungen geprägt.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Einzelhandelteil ist sich überiegend auf die Fußgängerzone in der Schwermer- und Rahlstedter Bahnhofstraße sowie auf das Einkaufszentrum, welches ein breites Angebot an Nahversorgungsrelevanten und vor allem modernen Sortimenten vorhält. Insgesamt existiert ein ausgewogener Mix aus Fachsätzen und nahergeführtem Einzelhandel überiegend im preisgebundenen Teilscountersortiment.

##### Branchen-Mix

Vertreten sind Mix aus kurz- und mittelfristigem Bedarf mit einem Schwerpunkt im Bekleidungssegment.

##### Magnetbetriebe

H&M, Aldi, Edeka-Verbrauchermarkt, Rewe-Verbrauchermarkt, Aldi-Lebensmittelscounters sowie die Drogeriemärkte Budnikowsky und Rossmann.

##### Ergänzende Nutzungen

Ergänzende Nutzungen durch Dienstleistungen, Kreative und Gastronomiebetriebe.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das kompakte Zentrum liegt in der integrierten Lage mitten im Kern des Stadtteils Rahlstedt. Es ist nahezu vollständig als Fußgängerzone gestaltet mit einer größtenteils einheitlichen Nutzungs- und Bebauungsstruktur. Ein wesentlicher Frequenzbringer stellt das in der Fußgängerzone integrierte, im Jahr 2010 umfassend modernisierte Rahlstedt Center dar.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Verkehrlich erschlossen ist das Zentrum vor allem über die Rahlstedter Straße, welche von Südwesten nach Nordosten verläuft. An den ÖPNV ist das Zentrum durch die Bushaltestellen Schwermer Straße, Mecklenburger Straße und den Bahnhof Rahlstedt angebunden, der von Regionalbahnlinien bedient wird (perspektivisch S4).

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den unmittelbaren Wohnumgebungen ist gegeben.

##### Stellplatzangebot

Insbesondere das Parkhaus des Einkaufszentrums sorgt für ausreichende Kapazitäten, das zu Spitzenzeiten jedoch an seine Belastungsgrenze gelangt.

##### Aufenthaltsqualitäten

Das Zentrum ist durch die Lage am Bahnhof und die stark befahrene Rahlstedter Straße sehr belebt und weist aufgrund der Fußgängerzonen Schwermer Straße, Bozenburger Weg und Rahlstedter Bahnhofstraße eine vergleichsweise hohe Aufenthaltsqualität auf.

##### Leerstandssituation

Es sind kaum Leerstände vorhanden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Eine zukünftige Potenzialfläche stellt der ehemalige Med Max-Markt im Rahlstedt Center dar.





Abbildung 71: Stadtteilzentrum Rahlstedt

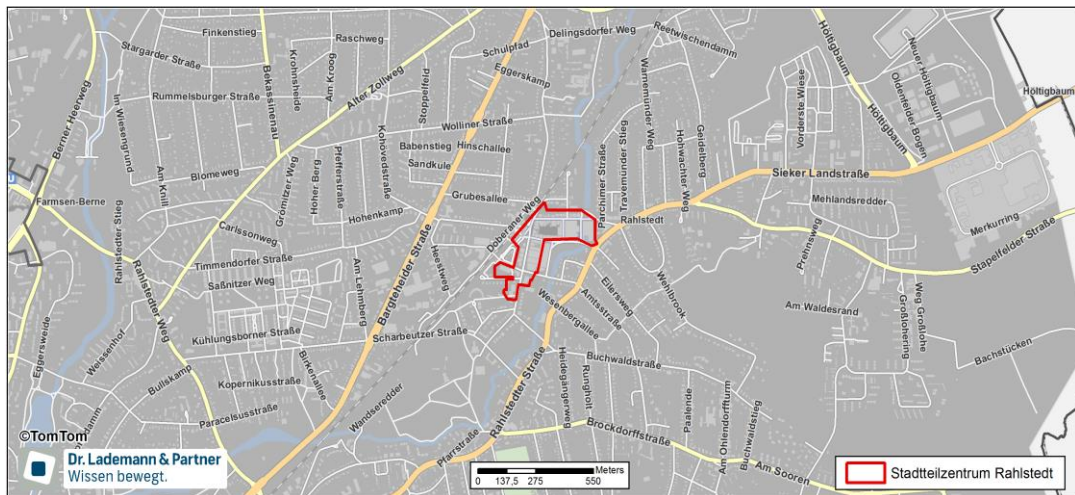


Abbildung 72: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Rahlstedt

Das Stadtteilzentrum Rahlstedt besitzt ein umfangreiches Angebot im kurz- und mittelfristigen Bedarf und wurde innerhalb der letzten Jahre deutlich aufgewertet. Vor allem das vielfältige Einzelhandelsangebot und die hohe Multifunktionalität sorgen für eine vergleichsweise hohe Frequenz im Zentrum. Dabei stehen vor allem die filialiserten Betriebe mit innenstadttypischen Sortimenten im Rahlstedt Center mit dem Vorhaben im Überseequartier im Wettbewerb. Aufgrund der weiten Entfernung sollten die Auswirkungen allerdings gering sein.

Das Stadtteilzentrum Rahlstedt übernimmt für die Bewohner des gesamten Stadtteils eine zentrale Versorgungsfunktion und ist als stabil zu bewerten.



## Zentrenpass

### 6.3.24 Stadtteilzentrum Volksdorf

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Stadtteilzentrum umfasst den Fußgängerbereich We ße Rose und die daran angrenzenden Bereiche, die Einkaufspassage und den Volksdorfer U-Bahnhof sowie den Marktplatz

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Das Stadtteilzentrum stellt den Mittelpunkt dar durch Wälder und Grünflächen durchsetzten, gehobenen Wohnbebauung dar. In nördlicher Richtung befindet sich zudem ein Schwimmbad

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Es besteht ein ausgewogener Mix aus Fachsätzen und inhabergeführtem Einzelhandel. Neben den großflächigen Lebensmittelmärkten sind vor allem kleine flächige Betriebe im mittleren Preissegment ansässig. Die höchste Einzelhandelsdichte ist in der Fußgängerzone We ße Rose zu verzeichnen

##### Branchen-Mix

Der Angebotsschwerpunkt des Zentrums liegt im Kurz- und mittleren Fristigen Bedarf

##### Magnetbetriebe

Als Magnetbetriebe fungieren vor allem ein Edeka-Verbrauchermarkt, ein Netto-Lebensmitteldiscounter und ein Budnikowsky-Drogeriemarkt

##### Ergänzende Nutzungen

Dienster, Gastronomiebetriebe, Kreditinstitute sowie Kultureinrichtungen und freizeitorientierte Nutzungen sind vorhanden

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Stadtteilzentrum Volksdorf teilt sich durch die Bahntrasse in zwei Hälften, wobei im westlichen Teil nur wenig Einzelhandelsbetriebe und der Marktplatz vorhanden sind und der östliche Teil den Hauptgeschäftsbereich darstellt. Dieser zeichnet sich durch eine überwiegend kompakte Bebauungs- und Nutzungsstruktur aus. Das Gebiet um die Straße We ße Rose stellt dabei eine Fußgängerzone ausweisen

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Über die Farmsener Landstraße/Hafenreim Westen und die Einkaufsstraße im Süden ist das Zentrum verkehrlich gut angebunden. Die Anbindung an den ÖPNV erfolgt hauptsächlich über den im Zentrum gelegenen U-Bahnhof Volksdorf sowie über mehrere Bushaltestellen

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Aufgrund der direkten Anbindung an umliegende Wohngebiete und Stadtteile ist die Fußläufigkeit sehr gut zu bewerten

##### Stellplatzangebot

Das Stellplatzangebot ist begrenzt, da neben vereinzelten Parkplätzen nur straßenbegleitendes Parken möglich ist

##### Aufenthaltsqualitäten

Das Zentrum weist aufgrund seiner Verkehrsberuhigten Freiräume gewisse Aufenthaltsqualitäten auf. Insbesondere die Fußgängerzone We ße Rose sorgt dabei für eine angenehme Einkaufsumgebung

##### Leerstandssituation

Es sind lediglich vereinzelte Leerstände in einem unbedeutenden Ausmaß zu verzeichnen

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind nicht vorhanden. Aktuell findet eine Sanierung des Marktplatzes statt





Abbildung 73: Stadtteilzentrum Volkisdorf

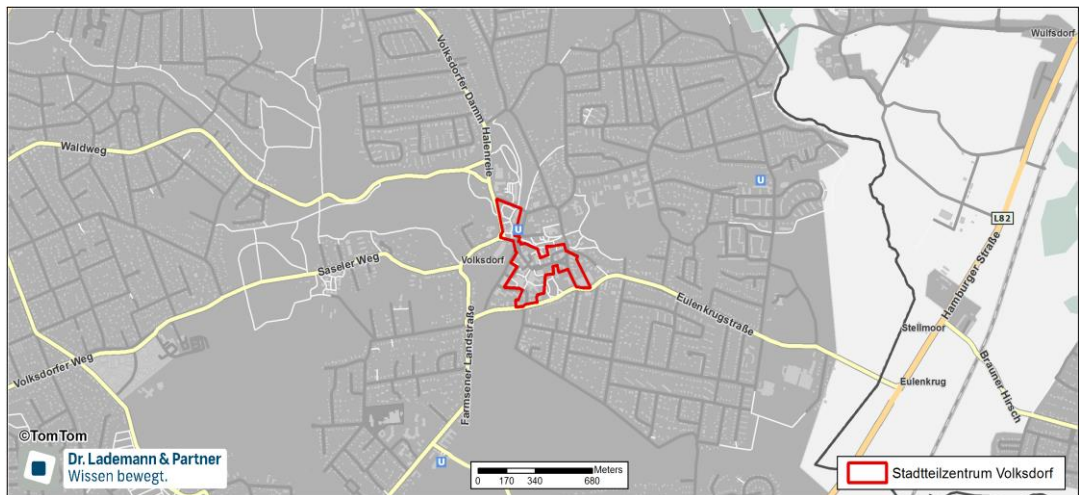


Abbildung 74: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Volkisdorf

Das Zentrum ist für ein Stadtteilzentrum insgesamt gut aufgestellt und bietet ein ansprechendes Angebot im kurz- sowie mittelfristigen Bedarf. Aufgrund seiner verkehrsberuhigten Freiräume können besondere Aufenthaltsqualitäten festgestellt werden. Insbesondere die Fußgängerzone Weiße Rose sorgt dabei für eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Positiv wirkt sich zudem die gute ÖPNV-Anbindung aus. Aufgrund der weiten Entfernung zum Vorhaben in der HafenCity sowie des überwiegend kleinteiligen Angebots im mittelfristigen Bedarf wird das Zentrum kaum betroffen sein.

Das Stadtteilzentrum Volkisdorf besitzt einen dörflichen Charakter und ist als voll funktionsfähig zu bezeichnen. Es übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegende Bevölkerung.



## Zentrenpass

### 6.3.25 Stadtteilzentrum Wilhelmsburg

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Stadtteilzentrum Wilhelmsburg umfasst das Luna-Center und den Berta-Kröger-Platz sowie die Geschäfte an der Alsterdeichstraße

##### Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum

##### Städtebau/Umfeld

Im direkten Umfeld befinden sich überwiegend Geschosswohnungsbau und Zeilenbebauung. In westlicher Richtung hinter der Bahntrasse sind außerdem eine Behörde sowie eine Gewerbeschule ansässig.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Schwerpunkt des Einzelhandels ist im Einkaufszentrum Luna-Center verortet. Neben überwiegend discounterorientierten Fachmärkten existieren hier auch inhabergeführte Betriebe. Der Großteil des Angebots liegt im niedrigen Segment.

##### Branchen-Mix

Das Zentrum bietet zu einem Großteil Nahversorgungsrelevante Sortimente, welche durch großflächige Anbieter geprägt werden. Ergänzt wird das Angebot durch discounterorientierte Sortimente mit dem frischen Bedarf.

##### Magnetbetriebe

Marktkauf, K&M, Aldi, Lidl, Netto, Aldi, Aldi

##### Ergänzende Nutzungen

Schwerpunkt liegt auf Nahversorgungsaffinen Dienstleistungen (z.B. Kreditinstitute, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen)

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum ist der Mittelpunkt einer aus Geschosswohnungsbauten bestehenden Bebauungsstruktur in zentraler Lage des Stadtteils Wilhelmsburg. Die Haupteinkaufsagente ist hier das Luna-Center. Der öffentliche Raum im Zentrum ist als Fußgängerzone mit einem großen Marktplatz gestaltet.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Eine gute Anbindung an den MIV ist durch die anliegende Neuenfelder Straße, welche eine bedeutende Verkehrsachse im Stadtteil darstellt, vorhanden. Sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, aufgrund der unmittelbaren Nähe befindlichen S-Bahn-Station "Wilhelmsburg" und dem Bus-Bahnhof (S3, S31 und diverse Buslinien).

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist gegeben, wobei die Bahntrasse eine Barriere nach Westen darstellt.

##### Stellplatzangebot

Ausreichend Parkmöglichkeiten befinden sich im Parkhaus des "Luna-Centers".

##### Aufenthaltsqualitäten

Die Plätze im Umfeld des Einkaufszentrums sowie das Einkaufszentrum selbst wurden vor einigen Jahren im Zuge der Internationalen Bauausstellung saniert und der öffentliche Raum mit raumprägenden Sitzgelegenheiten ausgestattet, weshalb hier von einer erhöhten Aufenthaltsqualität gesprochen werden kann.

##### Leerstandssituation

Es sind kaum Leerstände im Luna-Center und im Umfeld vorhanden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen befinden sich in den Leerständen.





Abbildung 75: Stadtteilzentrum Wilhelmsburg

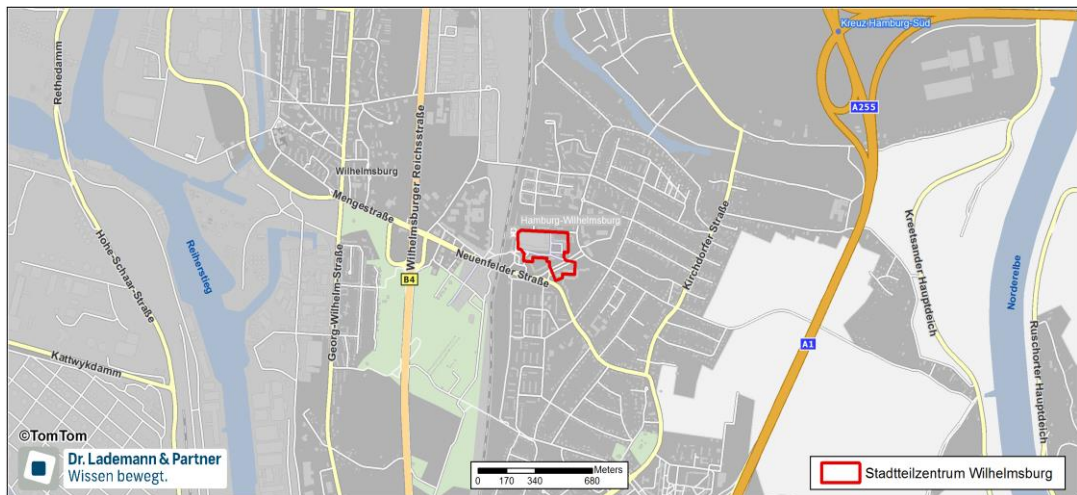


Abbildung 76: Zentrenabgrenzung des Stadtteilzentrums Wilhelmsburg

Das Stadtteilzentrum Wilhelmsburg beinhaltet mit dem Luna-Center ein modernes und gut funktionierendes Einkaufszentrum, welches vor allem im periodischen Bedarf ein attraktives Angebot aufweist. Der mittelfristige Bedarf ist durch überwiegend discountorientierte Fachmärkte im Segment GPK/Hausrat und Deko geprägt. Aufgrund der starken Preisorientierung der Geschäfte steht das Zentrum nur bedingt im Wettbewerb mit dem WHÜ.

Das Zentrum stellt einen stabilen und funktionsfähigen Standort mit einem guten Angebotsmix dar.



## Zentrenpass

### 6.3.26 Innenstadt Ahrensburg

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum liegt im Kern von Ahrensburg und der Hauptgeschäftsbereich wird umrundet von den Straßen Wohdenhorn, Berliner Doppelreihe und Reeshop. Hinzu kommen die Bereiche um den Bahnhof Ahrensburg und der Bereich nördlich des Zentrums bis zur Kirche.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Ahrensburg

##### Städtebau/Umfeld

Das Stadtzentrum wird westlich, östlich und südlich von Wohngebieten umschlossen und grenzt an der nördlichen Seite an das Schloss Ahrensburg mit seinen Grünflächen.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Entlang der Großen Straße sowie dem Rondell mit der abzweigenden Hamburger Straße, Hagener Allee und Manhagener Allee befinden sich eine Vielzahl an inhabergeführten Betrieben und es gibt eine hohe Ebene handelsrechtlich vor. Eine Ausnahme bildet hier das Kaufhaus Neßler, welches ein breites Angebot aufweist. Im modernen City-Center sind dagegen vor allem fast ausschließlich Einzelhandelsbetriebe ansässig.

##### Branchen-Mix

Das Zentrum besitzt neben einem deutlichen Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarf auch ein vielfältiges Angebot des mittelfristigen Bedarfs.

##### Magnetbetriebe

Kaufhaus Neßler, C&A, Depot, Müller-Drogerie-Markt

##### Ergänzende Nutzungen

Breites Angebot an verschiedenen Dienstleistungen, Gastronomiebetrieben und öffentlichen Einrichtungen (z.B. Rathaus).

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Den Hauptgeschäftsbereich des Zentrums stellen die Große Straße sowie das Rondell mit seinen abzweigenden Straßen dar. Entlang der Straßen sind vor allem kleine Nutzungstrukturen im Erdgeschoss und Wohnnutzungen darüber zu erkennen. Mit dem City-Center befindet sich aber auch ein modernes Einkaufszentrum mit fast allen Fachmärkten vor Ort.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Erreichbarkeit mit dem MIV über die Hamburger Straße in Richtung Hamburg sowie weiteren Straßen in die umliegenden Städte und Gemeinden. Sehr gute ÖPNV-Anbindung über den Bahnhof Ahrensburg (Regionalbahn) sowie mehreren Bushaltestellen direkt im Zentrum.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Aufgrund der zentralen Lage im Stadtgebiet bietet das Zentrum eine sehr gute fußläufige Erreichbarkeit.

##### Stellplatzangebot

Es steht ein umfassendes Stellplatzangebot durch straßenbegleitendes Parken sowie Sammelparkplätzen am City-Center und am Rathausplatz vorhanden.

##### Aufenthaltsqualitäten

Im Zentrum kann, aufgrund von vorhandener Begrünung und Sitzgelegenheiten sowie einer Verkehrsberuhigten Zone, von einer erhöhten Aufenthaltsqualität gesprochen werden.

##### Leerstandssituation

Leerstände treten nur vereinzelt auf und prägen nicht den Gesamteindruck.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind nicht vorhanden.





Abbildung 77: Hauptzentrum Ahrensburg



Abbildung 78: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Ahrensburg

Die Innenstadt von Ahrensburg stellt einen attraktiven Einzelhandelsstandort dar mit einem ausgewogenen Mix aus kurz- und mittelfristigem Bedarf. Im mittelfristigen Bedarf sind vor allem das Einkaufszentrum City-Center Ahrensburg, welches durch Filialisten geprägt ist, und das Kaufhaus Nessler, welches ein Angebot im mittleren bis höherpreisigen Segment aufweist, hervorzuheben. Eine Angebotsüberschneidung mit dem WHÜ ist vorhanden, wobei die große Entfernung zu berücksichtigen ist.

Die Innenstadt von Ahrensburg übernimmt eine überörtliche Versorgungsfunktion und kann als stabil bezeichnet werden.



## Zentrenpass

### 6.3.27 Innenstadt Buchholz

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Der ZVB grenzt im Süden unmittelbar an den Bahnhof und wird ringförmig von der Schützen-, der Kirchen- sowie der Lindenstraße umgeben

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Buchholz

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld des Zentrums ist hauptsächlich durch Wohngebiete geprägt. In der Nähe des Bahnhofes sind zudem teilweise Gewerbeflächen

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Mittler Buchholz-Galerie an der Breiten Straße verfügt Buchholz über ein starkes innerstädtisches Shopping-Center. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Sortiment Bekleidung und Schuhe. Der übrige Einzelhandelsbesatz ist in der Innenstadt durch kleine strukturierte Fachgeschäfte gekennzeichnet, welche zum großen Teil inhabergeführt sind. Gegenüber der Buchholz-Galerie liegt mit dem City-Center ein zweites Shopping-Center an der Breiten Straße. Dieses wird aktuell saniert und ist somit auch nur eingeschränkt zugänglich.

##### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt im mittleren frischen Bedarf und hier auf dem Sortiment Bekleidung und Schuhe.

##### Magnetbetriebe

U.A. C&A, H&M, Bekleidungshaus Rameow, Woolworth, Fama

##### Ergänzende Nutzungen

Viele gastronomische Betriebe und Dienstleistungszentren sowie ein großes Veranstaltungszentrum befinden sich in der Innenstadt.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Die Haupteinkaufsachse der Buchholzer Innenstadt bildet die Breite Straße und der nördlich des Caspers Hoff sowie Peets Hoff gelegene Teil der Poststraße. Dieser Bereich ist zugleich als Fußgängerzone ausgewiesen. Die umliegenden Seitenstraßen in der inneren Stadt sowie die gesamte äußere Ringstraße bilden die Nebenzonen.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Von der Ringstraße gehen alle relevanten Ein- und Ausfallstraßen ab und bilden die Buchholzer Innenstadt sehr gut an das gesamte Gemeindegebiet an. Sesselsteinmietenveraufen Anschlusse an die überregionalen Straßenverbindungen der Bundesstraßen 3, 75 und der Bundesautobahn 1 her. Auch die Anbindung an das ÖPNV-Netz ist sehr gut. So hatten am Treffpunkt in der Adolphstraße alle Linien des Buchholzer Stadtbussystems. Zudem liegt der Bahnhof Buchholz in fußläufiger Entfernung.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Ein fußläufiger Erreichbarkeit von den umliegenden Wohngebieten ist vorhanden.

##### Stellplatzangebot

In Bahnhofsnähe befinden sich zwei größere Parkplätze sowie ein Parkhaus. Darüber hinaus sind weitere größere Parkplätze vorhanden, die unmittelbar im ZVB liegen.

##### Aufenthaltsqualitäten

Hinsichtlich der Gestaltung des öffentlichen Raumes bieten vor allem die Bereiche vor dem Veranstaltungszentrum Empore sowie der Peets Hoff eine erhöhte Aufenthaltsqualität.

##### Leerstandssituation

Es sind nur wenige Leerstände zu verzeichnen.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenzialflächen ersicht sich.





Abbildung 79: Hauptzentrum Buchholz



Abbildung 80: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Buchholz

Die Innenstadt von Buchholz bietet, vor allem durch das Einkaufszentrum Buchholz Galerie, ein vielfältiges Angebot. Die Branchenstruktur weist typisch innerstädtische Merkmale auf und wird dominiert von den Segmenten Bekleidung und Schuhe. Die zentral gelegene Buchholz- Galerie ist modern gestaltet und dient als Frequenzbringer für die Innenstadt. Aufgrund der innenstadttypischen Sortimente im ZVB ergeben sich Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ, wobei die große Entfernung dabei einschränkend zu berücksichtigen ist.

Die Innenstadt von Buchholz stellt einen stabilen und funktionsfähigen ZVB dar und erfüllt eine überörtliche Versorgungsfunktion.



## Zentrenpass

### 6.3.28 Innenstadt Buxtehude

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum erstreckt sich zwischen dem Bahnhof im Süden und der Hafenbrücke im Norden. Ein Ergänzungsstandort befindet sich südlich der Gesebertstraße hinter dem Bahnhof. Die Begrenzungen östlich und westlich verlaufen nahezu linear sowie parallel zueinander.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Buxtehude

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld des Zentrums befinden sich überwiegend Wohnnutzungen.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der Einzelhandelsbesatz ist aufgrund des historischen Stadtgrundrisses durch kleine Strukturen im Hauptgeschäftsbereich geprägt. Neben vielen inhabergeführten Fachgeschäften befinden sich hier auch eine hohe Zahl an Fasten. Das vorhabenrelevante Angebot ist v.a. dem mittleren bis höheren Preissegment zuzuordnen. Entlang der Bahnhofstraße ist eine niederschwellige Ansiedlung von Einzelhandelsfestzuleen.

##### Branchen-Mix

Schwerpunkt liegt im kurz- und mittelfristigen Bedarf.

##### Magnetbetriebe

C&A, H&M, Woolworth, Bekleidungshaus Stackmann, Marktkauf.

##### Ergänzende Nutzungen

Hoher Anteil an Gastronomie sowie einige Dienstleistungen, Banken, Verwaltungsgebäude und Hotels.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Der Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt befindet sich der Ostseite und der Westseite sowie der Straße zwischen den Brücken, Teilabschnitten der Kirchenstraße und der Rüterstraße, also auch der St. Petri-Platz. Eine physikalische Barriere stellt die Elbe im Westen und Osten dar. Der nördliche Abschnitt weist eine hohe Einzelhandelsdichte auf mit Ladenflächen im Erdgeschoss und Wohnungen darüber. Erst zum Großteil als Fußgängerzone gestaltet und besetzt einen historischen Gebäudebestand.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Anbindung an den MIV über die Hansestraße, welche parallel zum Zentrum verläuft. Das Zentrum grenzt südlich unmittelbar an den Bahnhof Buxtehude an. Im nördlichen Abschnitt befindet sich der Zentrale Omnibusbahnhof, welcher regelmäßig von sechs verschiedenen Buslinien angefahren wird.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Die fußläufige Erreichbarkeit ist aufgrund genügend Fußgängerüberwege sowie der nahen Erstreckung des zentralen Versorgungsbereiches gegeben.

##### Stellplatzangebot

Östlich des Zentrums gibt es mehrere große Parkplatze sowie ein Parkhaus. Im Süden gibt es zudem rund um den Bahnhof viele Stellplätze.

##### Aufenthaltsqualitäten

Die teilweise gut erhaltene historische Bebauung und die vorhandenen Fußgängerzone sowie eine attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums sorgen für eine hohe Aufenthaltsqualität in der Altstadt.

##### Leerstandssituation

Es sind wenige Leerstände im gesamten Zentrum vorzufinden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenzialflächen ersicht.





Abbildung 81: Hauptzentrum Buxtehude

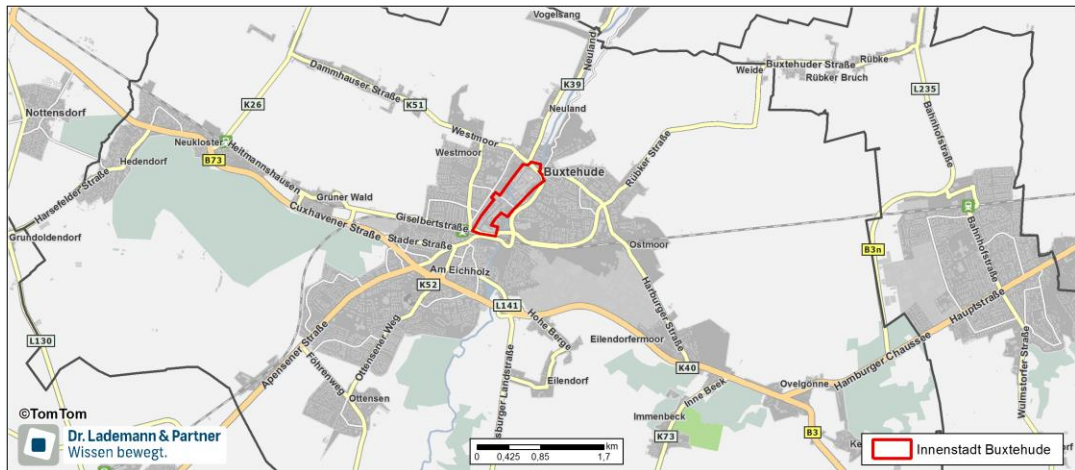


Abbildung 82: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Buxtehude

Die Innenstadt von Buxtehude stellt einen attraktiven zentralen Versorgungsbereich mit hoher Aufenthaltsqualität dar. Sie zeichnet sich durch ein breites Angebot, bestehend aus Handel, Dienstleistungen und Gastronomie aus. Der Schwerpunkt der Branchenstruktur liegt dabei im mittelfristigen Segment, allen voran Bekleidung und Schuhe. Zwar konkurriert das Vorhaben im Überseequartier mit dem zentrenrelevanten Sortiment Buxtehudes, allerdings neutralisiert die Entfernung von knapp 50 Kilometern diese weitestgehend.

**Das Hauptzentrum Buxtehude ist ein stabiler, leistungsstarker Standort mit einer überörtlichen Versorgungsfunktion.**



## Zentrenpass

### 6.3.29 Innenstadt Elmshorn

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum erstreckt sich zwischen der Mühlenstraße im Osten und Wedenkamp im Westen. Zudem bestehen östlich und westlich der Innenstadt zwei Ergänzungsbereiche. Südlich grenzt der Erweiterungsbereich Buttermarkt an.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Elmshorn

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld des Zentrums ist überwiegend durch Wohnnutzungen verschiedener Art geprägt. Hinzu kommen vereinzelt Dienstleistungen, Gastronomieebene und öffentliche Einrichtungen.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Dichtester Handelsbesatz in der Fußgängerzone Königsstraße; ergänzt wird die Struktur durch drei Passagen im Bereich des Alten Markts: Marktpassage, City Center Elmshorn (CCE) und Neuer Markt; insgesamt ein breiter, auf das mittlere Angebotsgenre fokussierter Branchenmix; in Teilen aber auch Discountorientiert.

##### Branchen-Mix

Der Angebotsschwerpunkt liegt im mittleren Segment. Bedarf, es findet sich aber auch ein ausdifferenziertes Nahversorgungsangebot (v.a. Wedenkamp) sowie ein ausgeprägtes Angebot im angfristigen Bedarf;

##### Magnetbetriebe

EDEKA, Budn, Rossmann, H&M, C&A, Modehaus Rameow

##### Ergänzende Nutzungen

Breites Angebot an Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen (u.a. Rathaus), Gastronomie und in den Randlagen Wohnen.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Die Innenstadt weist eine kompakte städtebauliche Struktur auf, die sich um den Alten Markt konzentriert und sich nördlicher Richtung entlang der Königsstraße als Hauptachse sowie der Marktstraße als Nebenachse erstreckt. Die Bebauungsstruktur ist kompakt und weist in Teilen historischen Bestand auf.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung über die B 431, die ringförmig den Zentrumsbereich umschließt; die B 431 verbindet die Innenstadt mit dem ändernden Umland sowie mit der A 23 als stistungsfähige Fernanbindung. Sehr gute Anbindung an den ÖPNV über den Bahnhof Elmshorn, der die Innenstadt über diverse Regionalbahnen (RB 61 und 71 u.a.) in Richtung Hamburg an den ÖPNV anbindet.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer durch Fußwege aus den umliegenden Wohngemeinden gegeben.

##### Stellplatzangebot

Stellplatzangebot im Parkhaus Neuer Markt, auf dem Buttermarkt sowie im Ergänzungsbereich Wedenkamp; insgesamt aber zu wenige Parkplätze.

##### Aufenthaltsqualitäten

Hohe Aufenthaltsqualität, v.a. im Bereich des Marktplatzes mit kleinen Cafés und Restaurants; ansonsten eingeschränkt aufgrund städtebaulicher Mängel.

##### Leerstandssituation

Vereinzelt Leerstände, v.a. in den Innenstadtrandlagen, aber kein strukturelles Leerstandsproblem.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Der Erweiterungsbereich Buttermarkt soll im Zuge der Sanierung des Bereichs Krückau-Vormstegen neu entworfen und in die Innenstadt integriert werden. U.a. städtebauliche Ansiedlung eines Verbrauchermärkts zzgl. Fachmärkten angedacht. Konkrete Planungen gibt es aber noch nicht.





Abbildung 83: Hauptzentrum Elmshorn

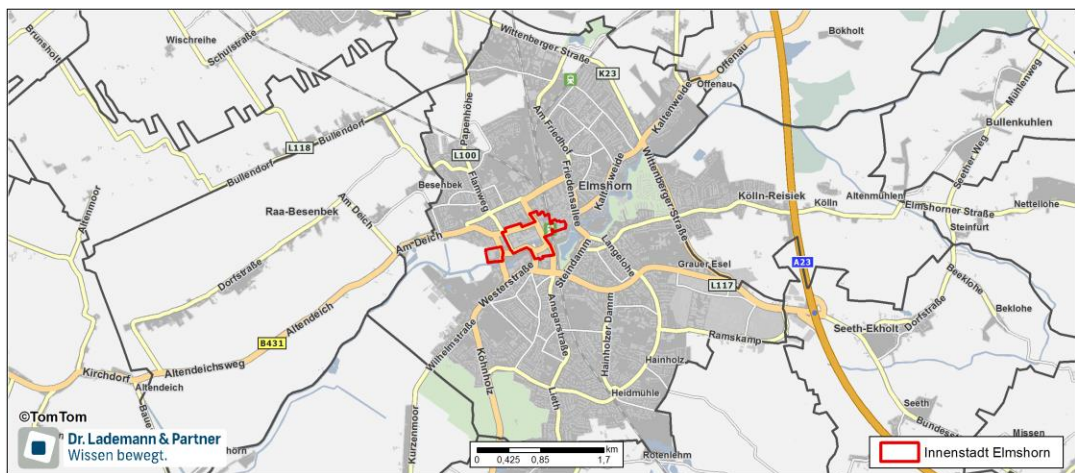


Abbildung 84: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Elmshorn

Die Innenstadt des Mittelzentrums Elmshorn ist insgesamt als ein weitgehend funktionsfähiger zentraler Versorgungsbereich einzustufen, der zwar Problemlagen aufweist, aber trotz der räumlichen Nähe zur Metropole Hamburg über ein für Mittelzentren vergleichsweise breites und attraktives Angebotsspektrum verfügt und einige sogstarke Einzelhandelsbetriebe beherbergt. Mit ihrem Angebotsschwerpunkt in der Innenstadtleitbranche Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und ihrer für Mittelzentren typischen Fokussierung auf das mittlere Angebotsgenre steht die Innenstadt von Elmshorn zwar in direktem Wettbewerb mit dem WHÜ. Die räumliche Entfernung schwächt die Wettbewerbsbeziehung zum WHÜ gleichwohl bereits deutlich ab.

Die Innenstadt von Elmshorn stellt ein vollständig funktionsfähiges Zentrum dar.



## Zentrenpass

### 6.3.30 Innenstadt Geesthacht

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum erstreckt sich zwischen der Bergstraße, Norderstraße und Berliner Straße. Zudem hat es einen Ausläufer in nördlicher Richtung entlang der Berliner Straße bis zur Post sowie in südlicher Richtung bis zur Schillerstraße.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Geesthacht

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld des Zentrums ist überwiegend durch Wohnnutzungen in verschiedenen Formen geprägt. Hinzu kommen vereinzelt Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe und öffentliche Einrichtungen.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Entlang der Bergedorfer Straße sowie innerhalb des Plaza-Centers ist eine hohe Einzelhandelsdichte festzustellen. Im Umfeld finden sich unter anderem Betrieben. Es besteht ein ausgewogener Mix aus Fachgeschäften und Fachmärkten. Mit dem Kaufhaus Nessel befindet sich auch ein großes Warenhaus vor Ort.

##### Branchen-Mix

Der Großteil des Angebots liegt im kurz- und mittelfristigen Bedarf (z.B. Bekleidung/Schuhe).

##### Magnetbetriebe

Nessel-Kaufhaus, C&A, Takko, Deichmann, Rewe-Center

##### Ergänzende Nutzungen

Eine Vielzahl an Gastronomiebetrieben, Dienstleistungen und Finanzinstituten.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Die Innenstadt stellt ein kompaktes Zentrum dar, welches hauptsächlich aus der Fußgängerzone entlang der Bergedorfer Straße besteht und neben kleinen Bebauungs- und Nutzungsstrukturen auch ein großes Kaufhaus sowie Fachmärkte beinhaltet. An der Bergedorfer Straße anschließend befindet sich zudem das Plaza-Center, welches als kein innerstädtisches Einkaufszentrum konzipiert ist.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Die Erreichbarkeit mit dem MIV ist durch die nördlich verlaufende Berliner Straße (B 404 bzw. B 5) in Richtung Hamburg im Westen und Ludwigslust im Osten als sehr gut zu bewerten. Sehr gute ÖPNV-Anbindung über den ZOB Geesthacht innerhalb des Zentrums, welcher von mehreren Buslinien in regelmäßigen Abständen angefahren wird.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Aus den unmittelbaren Wohngemeinden kann das Zentrum sehr gut zu Fuß erreicht werden. Lediglich die stark befahrene Bundesstraße im Norden stellt ein Hindernis dar.

##### Stellplatzangebot

Es befindet sich ein großflächiger Sammelplatz am Plaza-Center.

##### Aufenthaltsqualitäten

Entlang der Bergedorfer Straße ist eine angenehme Einkaufsatmosphäre sowie eine erhöhte Aufenthaltsqualität festzustellen. Sie ist als Fußgängerzone gestaltet, mit einem modernen Erscheinungsbild und vorhandener Begrünung sowie Möblierung.

##### Leerstandssituation

Es konnten nur vereinzelt Leerstände festgestellt werden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind nicht ersichtbar.



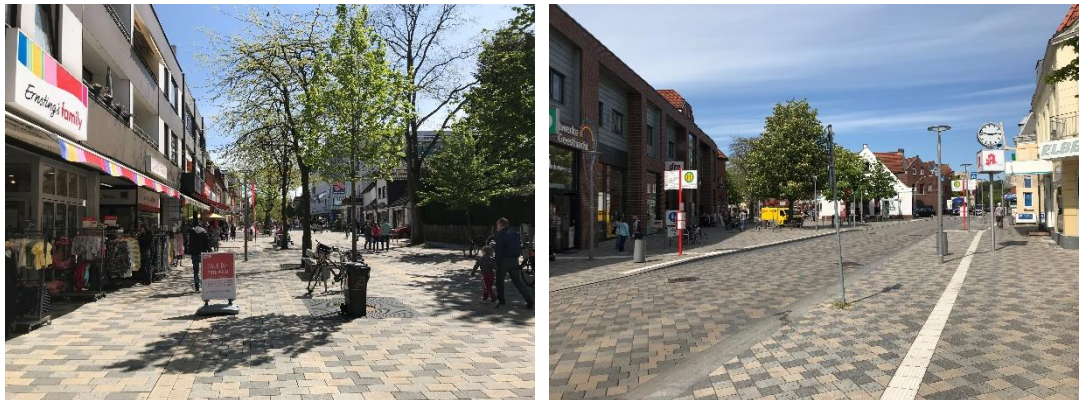


Abbildung 85: Hauptzentrum Geesthacht



Abbildung 86: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Geesthacht

Die Innenstadt von Geesthacht besitzt eine hohe Aufenthaltsqualität und ein vielfältiges Angebot im kurz- und mittelfristigen Bedarf. Dabei steht besonders das Segment Bekleidung und Schuhe im Vordergrund. Hier dominiert vor allem das Kaufhaus Nessler das Erscheinungsbild. Insgesamt wird das Zentrum aufgrund der großen Entfernung allerdings nur gering von dem Vorhaben im Überseequartier betroffen sein.

Die Innenstadt von Geesthacht stellt ein vollständig funktionsfähiges Zentrum dar.



## Zentrenpass

### 6.3.31 Innenstadt Pinneberg

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum erstreckt sich zwischen den Bahntrassen im Westen und der Straße ‚Damm‘ im Osten, nördliche Begrenzung durch die Friederich-Ebert-Straße und im Süden durch die Motkestraße. Den Kernbereich bildet die Fußgängerzone entlang der Straße „Dingstätte“. Nebenagen bilden die Straßen Rübenkamp, Fahlskamp, Bahnhofstraße, Lindenstraße sowie die Rathaus- und Ebertpassage, die deutlich geringer frequentiert sind.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Pinneberg

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld des Zentrums ist überwiegend durch Wohnnutzungen in verschiedenen Formen geprägt. Hinzukommen vereinzelt Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe und öffentliche Einrichtungen.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Räumlicher Handlungsschwerpunkt entlang der Fußgängerzone "Dingstätte"; Angebot setzt sich aus einem Mix aus kleinen Fachgeschäften, naheliegender Modehäusern und einigen namhaften Fachläden zusammen;

##### Branchen-Mix

Schwerpunkt liegt im mittleren Bereich des Bedarfs mit Fokus auf dem unteren bis mittleren Angebotsniveau.

##### Magnetbetriebe

H&M, Modehäuser Gindmeyer und Kunstmann, Budn, Edeka

##### Ergänzende Nutzungen

Breites Angebot an Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen (u.a. Rathaus), Gastronomie und im Randlagen Wohnen.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

In weiten Teilen der Innenstadt wird die Nutzungsstruktur durch Wohnen geprägt, in denen die Passantenfrequenz entsprechend gering ist. Die Fußgängerzone erstreckt sich zwischen dem Drostevorplatz und dem Lindenplatz. Neben kleinen Bebauungs- und Nutzungsstrukturen auch funktionale Fachmärkte mit z.T. anspruchsvoller Architektur.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung über die örtlichen Erschließungsstraßen, die den Innenstadtbereich umschließen bzw. tangieren; über die Straße "Damm" sind die A 23 in nur 5 Fahrminuten zu erreichen. Sehr gute Anbindung an das regionale und lokale ÖPNV-Netz über den Bahnhof Pinneberg südlich der Innenstadt (Bahn RB 61/71).

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer durch Fußwege aus den umliegenden Wohngemeinden gegeben.

##### Stellplatzangebot

Steppatzmöglichkeiten bieten der erste Linien der Parkhäuser der Rathaus- und Ebertpassage sowie das Center "PIZ".

##### Aufenthaltsqualitäten

Insgesamt geringe Aufenthaltsqualität im Zentrum aufgrund städtebaulicher Mängel, wenn auch am Lindenplatz ein Geschäftshaus realisiert wurde, das die Aufenthaltsqualität erhöht.

##### Leerstandssituation

Mehrere Leerstände; einige Betriebe sind nicht mehr zeitgemäß positioniert – es drohen weitere Leerstände.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Die Innenstadt befindet sich in der fortwährenden Weiterentwicklung. Einige Projektentwicklungen deuten bislang noch nicht genutzte Potenziale an.





Abbildung 87: Hauptzentrum Pinneberg

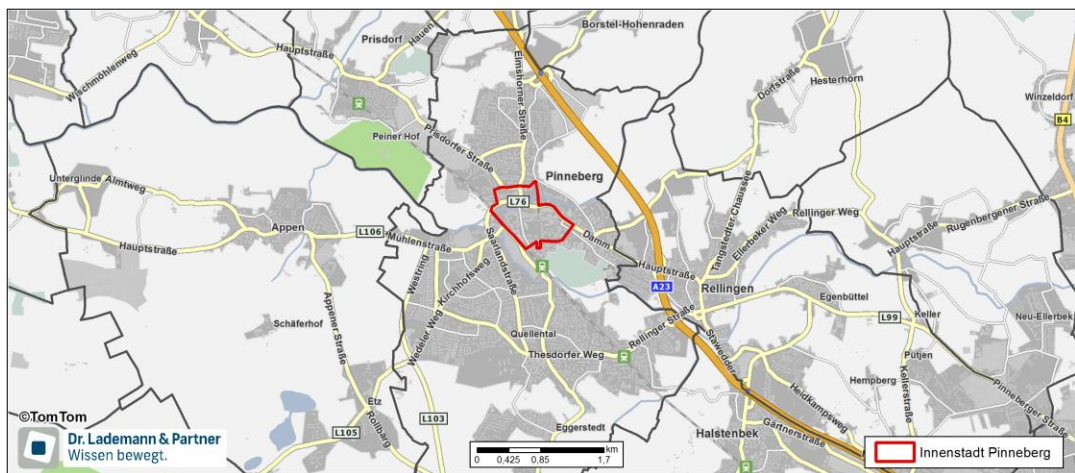


Abbildung 88: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Pinneberg

Die Pinneberger Innenstadt bildet das Handels- und Dienstleistungszentrum des Mittelzentrums. Die städtebaulichen Mängel und die Häufung von Leerständen deuten darauf hin, dass die Pinneberger Innenstadt nur als eingeschränkt funktionsfähig zu bewerten ist. Unter dieser Berücksichtigung ist die Angebotsstruktur der Pinneberger Innenstadt noch als befriedigend einzustufen, wenngleich ein signifikantes Optimierungspotenzial hinsichtlich der städtebaulichen Qualitäten und des Branchen- und Anbietermixes besteht. Aufgrund des Sortimentsschwerpunkts der Pinneberger Innenstadt im mittelfristigen Bedarf bzw. im Modischen Segment bestehen zwar branchenseitige Überschneidungen mit dem WHÜ. Diese relativieren sich aber aufgrund der räumlichen Entfernung von etwa 22 km. Zudem sind die Einzelhandelsstrukturen vor allem auf die örtliche Versorgung orientiert und strahlen nicht nach Hamburg aus.

Die Innenstadt von Pinneberg hat gewisse Schwächen. Die räumliche Nähe zu Hamburg wirkt zudem restriktiv auf die Entwicklungsperspektiven. Gleichwohl ist die Innenstadt noch als funktionsfähig im Hinblick auf die örtliche Versorgung einzustufen.



## Zentrenpass

### 6.3.32 Innenstadt Wedel

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Der zentrale m Wedeler Stadtgebiet verortete Zentrumsbereich erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Bahnhofstraße vom S-Bahnhof im Norden bis zur Straße "Beider Doppeleiche" im Süden

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Wedel

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld des Zentrums ist überwiegend durch Wohnnutzungen in verschiedenen Formen geprägt. Hinzukommen vereinzelt Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe und öffentliche Einrichtungen

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Der räumliche Handlungsschwerpunkt bilden die Weidau Arcaden mit einem hohen Fassungsgrad. Weiterhin z.T. inhabergeführte Fachgeschäfte befinden sich in der Einkaufsstraße. Der Fokussierung liegt auf dem mittleren Angebotsgenre, ergänzt um discountorientierte Angebote

##### Branchen-Mix

Kernsortimente der Innenstadt bilden der periodische sowie der modische Bedarf

##### Magnetbetriebe

Edeka, Budn, Aldi, Deichmann, Rossmann, Woolworth

##### Ergänzende Nutzungen

Breites Angebot an Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen (u.a. Rathaus), Gastronomie; in den Randlagen Wohnen

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Zwischen den Weidau Arcaden und dem S-Bahnhof Wedel (nördlicher Bereich der Bahnhofstraße) ist auch überwiegend ein durchgängiger Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz vorhanden. Südlich der Weidau Arcaden weist die Innenstadt abnehmende Frequenzen und auch einen schwächer werdenden Geschäftsbesatz auf. Neben kleineren Bebauungs- und Nutzungsstrukturen auch funktionale Fachmärkte mit anspruchsvoller Architektur

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung über die Bahnhofstraße als Nebenbahnstraße sowie die Mühlenstraße/Rosengarten (B 431) als Fernanbindung in Richtung Hamburg und inschließend hohes Umfand. Sehr gute Erreichbarkeit der Innenstadt über den S-Bahnhof Wedel, der als Endhaltestelle von der Hamburger S-Bahn bedient wird (Linie S1); zudem verkehren diverse Buslinien vom Bahnhof

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer durch Fußwege aus den umliegenden Wohngemeinden ist gegeben

##### Stellplatzangebot

Stellplatzmöglichkeiten bieten zum einen das Parkhaus der Weidau Arcaden sowie der S-Bahnhof Wedel

##### Aufenthaltsqualitäten

Keine ausgeprägte Aufenthaltsqualität entlang der Bahnhofstraße als Hauptachse aufgrund des Straßenverkehrs und der engen Gehwege; keine besondere stadträumliche Gestaltung

##### Leerstandssituation

Vereinzelt Leerstände, vor allem in den Innenstadtrandlagen, allerdings keine strukturelle Leerstandsproblematik

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind nicht zu erkennen





Abbildung 89: Hauptzentrum Wedel



Abbildung 90: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Wedel

Die Wedeler Innenstadt stellt den Hauptgeschäftsbereich des Mittelzentrums dar. Aufgrund der räumlichen Nähe zu Hamburg ist die Angebotsvielfalt der Innenstadt deutlich eingeschränkt und für ein Mittelzentrum eher schwach aufgestellt. Das Hauptzentrum ist aber trotz wechselnder Leerstände (zuletzt Aufgabe von C&A) und eingeschränkter Entwicklungspotenziale durch die räumliche Nähe der Metropole Hamburg dennoch als weitgehend funktionsfähig einzustufen. Gerade der Bereich innerhalb und im Umfeld der Welau Arcaden weist einige leistungsfähige Magnetbetriebe auf, die für eine gute Frequenz in der Bahnhofstraße als Hauptlage sorgen. Mit dem Angebotsschwerpunkt in der Innenstadtleitbranche Bekleidung, Schuhe/Lederwaren steht die Innenstadt von Wedel in direktem Wettbewerb mit dem WHÜ. Dies relativiert sich in Teilen allerdings aufgrund der räumlichen Entfernung von etwa 22 km zum Überseequartier.

Die Innenstadt von Wedel stellt ein noch funktionsfähiges Zentrum dar.



## Zentrenpass

### 6.3.33 Innenstadt Glinde

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Die Innenstadt Glinde umfasst das Gebiet um den Marktplatz und die Fußgängerzone sowie die angrenzenden Bereiche nördlich und westlich der Mölner Landstraße

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Glinde (Teil des Mittelzentrums Glinde, Rebeck, Wentorf)

##### Städtebau/Umfeld

Das Stadtteilzentrum wird von Wohngebieten umschlossen. Dabei handelt es sich sowohl um Einfamilienhäuser als auch um Geschosswohnungsbauten

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Die Haupteinkaufsstage steht der Bereich um den Marktplatz mit der Fußgängerzone dar. Hier steht eine erhöhte Einzelhandelsdichte mit einem ausgewogenen Mix aus inhabergeführten und franchiseerten Betrieben vor. Die Sortimentsstruktur tendiert dabei in eine Diversifizierung

##### Branchen-Mix

Der Angebotsschwerpunkt liegt eindeutig im Nahversorgungssektor. Der Bedarf an verschiedenen Fachgeschäften im Mittel- und Großbedarf ergänzen das Angebot

##### Magnetbetriebe

Edeka-Verbrauchermarkt, Lidl-Lebensmittel-discounter, Budnowsky-Drogerie markt, dm-Drogerie markt, Tedi

##### Ergänzende Nutzungen

Es stehen viele Flächen für Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe und öffentlichen Einrichtungen vorhanden

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Die Innenstadt von Glinde verfügt über eine kompakte Standortstruktur, die für kurze Wege der Besucher sorgt. Es überwiegt eine kompakte Bebauungs- und Nutzungsstruktur, deren Schwerpunkt sich innerhalb des Marktplatzes und der Fußgängerzone befindet. Die Mölner Landstraße, welche nahezu komplett um den Bereich des Marktplatzes herumführt, stellt eine physikalische Barriere dar

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem MIV ist über die Mölner Landstraße gegeben, welche durch das Zentrum führt und eine bedeutende Verkehrsachse in der Stadt darstellt. Gute Anbindung an den ÖPNV über zwei Bushaltestellen innerhalb des ZVBs, welche von mehreren Buslinien in regelmäßigen Abständen angefahren werden

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist, trotz der um das Zentrum führenden und stark befahrenen Mölner Landstraße, gegeben

##### Stellplatzangebot

Umfassendes Stellplatzangebot auf den Sammelparkplätzen am Marktplatz und am Lidl-Markt

##### Aufenthaltsqualitäten

Der als Fußgängerzone gestaltete Marktplatz mit der anschließenden Einkaufspassage sorgt mit einem modernen Erscheinungsbild sowie vorhandener Begrünung und Möblierung für eine angenehme Einkaufsatmosphäre und besondere Aufenthaltsqualität

##### Leerstandssituation

Im Zentrum konnten nur vereinzelte Leerstände festgestellt werden

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Eine Potenzialfläche stellt die ungenutzte Brachfläche am östlichen Ende des Zentrums dar





Abbildung 91: Hauptzentrum Glinde



Abbildung 92: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Glinde

In der Innenstadt von Glinde ist vor allem im periodischen Bedarf ein ausdifferenziertes Angebot vorhanden. Bei den Betrieben des mittelfristigen Bedarfs handelt es sich überwiegend um inhabergeführte Geschäfte oder Fachmärkte im Niedrigpreissegment. Die Fußgängerzone sorgt für eine angenehme Einkaufsatmosphäre, wobei die Gebäudefassaden einen Modernisierungsbedarf aufweisen. Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ sind nur im geringen Umfang vorhanden.

Der zentrale Versorgungsbereich in Glinde kann als stabil und funktionsfähig bezeichnet werden.



## Zentrenpass

### 6.3.34 Innenstadt Reinbek

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Die Innenstadt Reinbek erstreckt sich entlang der Bahnhofstraße bzw. Bergstraße bis zum Rosenplatz, umfasst den Schmiedesberg einschließlich der nördlich angrenzenden Schönnengstedter Straße und darüber hinaus einen Teil der Hamburger Straße und der Sophienstraße.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Reinbek (Teil des Mittelsentrums Glinde, Reinbek, Wentorf)

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld der Innenstadt befinden sich zum Großteil Wohnnutzungen (Ein- und Mehrfamilienhäuser) sowie eine Schule in nördlicher Richtung und das Schloss Reinbek nördlich des Parks. In südlicher Richtung zudem verläuft südlich des Zentrums eine Bahntrasse.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Das Zentrum wird größtenteils durch verschiedene Fachgeschäfte geprägt, die zu einem bedeutenden Teil inhabergeführt betrieben werden. Das City-Center weist aktuelle Tendenzen mehr zugehörige Architektur auf, wodurch hier eher eher Tradition Down Effekte zu erkennen sind. In der gesamten Innenstadt existiert nur eine großflächige Betrieb.

##### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt eindeutig im Nahversorgungsrelevanten Bereich, welcher durch Fachgeschäfte im mittleren- und angfristigen Bedarf ergänzt wird.

##### Magnetbetriebe

Rewe-Verbrauchermarkt

##### Ergänzende Nutzungen

Überwiegend Finanzinstitute, Dienstleistungen und gastronomische Betriebe.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum liegt am südlichen Rand von Reinbek und wird größtenteils durch klassische städtebauliche Strukturen mit Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss geprägt. Eine Ausnahme stellt das City-Center dar, welches aufgrund der zentralen Lage und Größe eine dominante Position in der Innenstadt einnimmt.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Anbindung an den ÖPNV über die S-Bahnstation Reinbek (S 21 Richtung Hamburg und Aumühle) sowie weitere Bushaltestellen innerhalb der Innenstadt. Die Hamburger Straße, welche in Richtung Hamburg führt, und die Bergstraße, welche in Nord-Süd Richtung verläuft, durchqueren die Innenstadt und sorgen für eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem MIV.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den unmittelbaren Wohnumgebungen ist gegeben.

##### Stellplatzangebot

Eine Vielzahl an Parkmöglichkeiten durch Straßenbegleitendes Parken sowie einen Sammelparkplatz am City-Center.

##### Aufenthaltsqualitäten

Positiv hervorzuheben sind die vorhandene Begrünung sowie die einheitliche Pfasterung und Möblierung. Die Aufenthaltsqualität wird allerdings stark durch die Verkehrsbelastung in der Berg- und Bahnhofstraße beeinträchtigt.

##### Leerstandssituation

Eine Konzentration von Leerständen ist im City-Center festzustellen.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen sind im City-Center vorhanden.





### Abbildung 93: Hauptzentrum Reinbek



### Abbildung 94: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Reinbek

Die Innenstadt von Reinbek zeichnet sich durch einige kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte im mittelfristigen Bedarf sowie einen strukturprägenden Lebensmittelbetrieb aus. Insgesamt ist somit vor allem im periodischen Bedarfsbereich nur ein geringes Angebot vorhanden. Eine Problemlage innerhalb des ZVBs stellt zudem das City-Center dar, welches eine signifikante Leerstandsquote aufweist und sich in keinem zeitgemäßen Zustand befindet. Eine Angebotsüberschneidung mit dem Vorhaben in der HafenCity ist aufgrund der hauptsächlich kleinteiligen, inhabergeführten Betriebe kaum vorhanden.

Die Innenstadt von Reinbek kann als eingeschränkt funktionsfähig bezeichnet werden und weist vor allem im periodischen Bedarfsbereich ein geringes Angebot auf. Zudem sind im City-Center deutliche Trading-Down-Effekte zu erkennen.



## Zentrenpass

### 6.3.35 Ortskern Wentorf

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Der Ortsmittelpunkt Wentorf umfasst den Bereich um den nördlichen Teil der Hamburger Landstraße sowie die Hauptstraße bis zur Einmündung Haberland's Grund. Darüber hinaus wird auch die Berliner Straße bis zum Echardussteig inklusive des Casno-Parks dazugezählt.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Wentorf (Teil des Mittelpunkts Günde, Rebnick, Wentorf)

##### Städtebau/Umfeld

Der Ortsmittelpunkt wird von Wohnnutzungen mit überwiegend Mehrfamilienhäusern umschlossen.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Die Haupteinkaufsstätte der Bereich um den Casno-Park darstellt ein attraktives Angebot an großflächigen Lebensmittell- und Drogeriebetrieben. Entlang der Hauptstraße sind vor allem kleine Fachgeschäfte ansässig, wobei die Einzelhandelsfläche stark abnimmt.

##### Branchen-Mix

Der Angebotsschwerpunkt liegt im Nahversorgungsrelevanten Bedarf mit einer breiten Sortimentsvielfalt.

##### Magnetbetriebe

Rewe- und Edeka-Verbrauchermarkt, Lidl- und Aldi-Lebensmitteldiscounter, Budnikowsky- und Rossmann-Drogeriemarkt.

##### Ergänzende Nutzungen

Eine geringe Auswahl an Dienstleistungen, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum von Wentorf gliedert sich in den historisch gewachsenen Teil entlang der Hauptstraße und den Casno-Park im Süden, der eine weitgehend abgeschlossene Einheit darstellt. Dieser stellt eine Fußgängerzone dar und weist eine moderne Architektur auf.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Anbindung an den MIV über die Hamburger Landstraße (B 207), welche in unmittelbarer Nähe zum Zentrum verläuft und in Ost-West-Richtung von Hamburg bis nach Schwarzenbek führt. Das Zentrum selbst wird überwiegend durch die Hauptstraße erschlossen. Über die Bushaltestellen "Zoostraße" und "Rathaus", die von einer Buslinie mehrmals am Tag angefahren werden, besteht eine gute Anbindung an den ÖPNV.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngemeinschaften ist gegeben.

##### Stellplatzangebot

Es stellen sich ausreichendes Stellplatzangebot durch straßenbegleitendes Parken und Sammelplatzanlagen bei den Lebensmittellbetrieben und dem Rathaus vor.

##### Aufenthaltsqualitäten

Im Casno-Park kann, aufgrund der Fußgängerzone, gestalterische Plätze und moderne Architektur, eine erhöhte Aufenthaltsqualität festgestellt werden.

##### Leerstandssituation

An der Hauptstraße gibt es einen größeren Leerstand und auch im Casno-Park stehen einige Ladeneinheiten leer.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialflächen befinden sich in den Leerständen. Aktuell findet am Casno-Park ein Neubau des Rewe-Verbrauchermarkts mit geplanten Wohnnutzungen darüber statt.



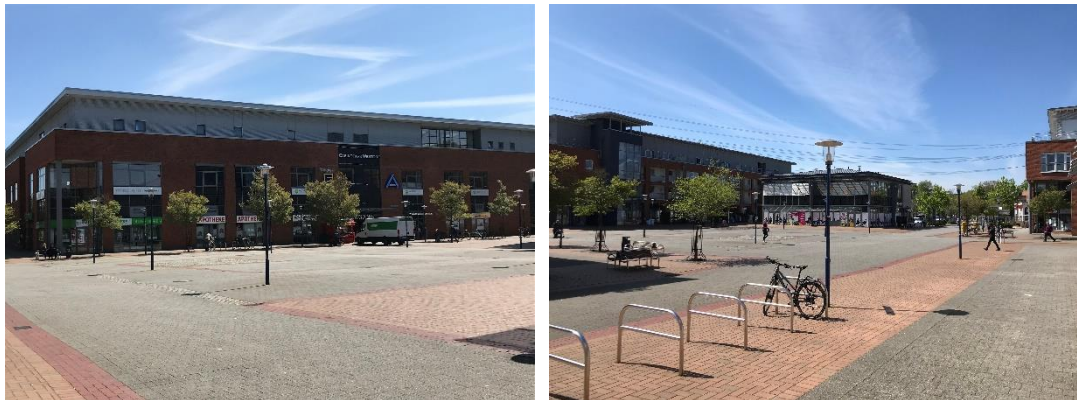


Abbildung 95: Hauptzentrum Wentorf



Abbildung 96: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Wentorf

Der zentrale Versorgungsbereich in Wentorf besitzt ein attraktives, ausdifferenziertes nahversorgungsrelevantes Angebot. Die Modernisierungen, welche aktuell stattfinden und in den letzten Jahren bereits stattgefunden haben, sorgen für ein ansprechendes Erscheinungsbild. Im aperiodischen Bedarfsbereich sind dagegen kaum Betriebe vertreten. Aus diesem Grund steht der Standort in keinem Wettbewerb mit dem WHÜ.

Das Hauptzentrum Wentorf ist voll funktionsfähig und übernimmt für die Gemeinde eine wichtige Versorgungsfunktion im periodischen Bedarfsbereich.



## Zentrenpass

### 6.3.36 Innenstadt Winsen (Luhe)

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Zentrum erstreckt sich von Süden nach Norden entlang der Rathausstraße als Hauptachse, welche im nördlichen Abschnitt von der Marktstraße in Ost-West-Richtung geschnitten wird. Abgegrenzt wird der ZVB im Süden und im Osten durch den Schanzenring. Im Norden verläuft die Grenze südlich des Altstadtwohngeländes entlang des Hasehorsthofs und der Brauhofstraße. Westlich endet die Luhe als natürliche Abgrenzung.

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Winsen (Luhe)

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld wird von Wohngebieten geprägt. Westlich schließt sich entlang der Luhe große Grünflächen vorzufinden, die teilweise sebegbar sind.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Die Innenstadt ist durch eher kleine Einzelhandelsstrukturen geprägt. Dabei sind die Betriebsebene hauptsächlich im mittleren Preissegment zu verorten. Eine Ausnahme bildet das Kaufhaus Düsenberg und Harms, welches auch hochpreisige Angebote im Sortiment bietet und Heimtextilien führt. Neben den Großtextilfirmen sind auch einige wenige inhabergeführte Betriebe im Zentrum ansässig.

##### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt eindeutig auf dem mittleren für ständigen Bedarf und hier insbesondere in dem Segment Bekleidung und Schuhe.

##### Magnetbetriebe

u.a. C&A, Woolworth, Kaufhaus Düsenberg & Harms

##### Ergänzende Nutzungen

Einige Dienstleistungen und gastronomische Betriebe sowie Finanzinstitute und kleine Kioske sind im Zentrum ansässig.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Der Ortskern besitzt historische Stadtstrukturen mit Häusern aus der Gründerzeit sowie Fachwerkbauwerken. Die Haupteinkaufsbereiche bilden die Fußgängerzone gestaltete Rathausstraße. Neben angelegten Straßen in der Deichstraße, der Bahnhofstraße sowie am Schanzenring. Neben einem EDEKA-Verbrauchermarkt und einem Rossmann-Drogeriefachgeschäft steht hier auch der Schuhfachmarkt Deichmann vertreten.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Der ZVB wird von der Ringstraße umgeben und kann somit sehr gut angefahren werden. Mehrere Bushaltestellen innerhalb sowie direkt außerhalb der Zentrenabgrenzung, welche von mehreren Linien in regelmäßigen Abständen angefahren werden, sorgen für eine gute ÖPNV-Anbindung. Auch der Bahnhof Winsen ist nur rund 1 km entfernt.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Die fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist aufgrund der geringen räumlichen Ausdehnung des ZVBs gegeben.

##### Stellplatzangebot

Ausgehend vom ZVB ergeben sich in den Haupterschließungsstraßen begrenzende Parkplätze und Sammelplätze (Schwenemarkt, Bäche, Sandparkplatz, Eppens Aue).

##### Aufenthaltsqualitäten

Die Fußgängerzone mit Altstadtfarben und ansprechender Architektur sorgt für eine erhöhte Aufenthaltsqualität.

##### Leerstandssituation

Vereinzelte Leerstände entlang der Marktstraße, welche aufgrund der geringen strukturellen Probleme offenbaren.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Im Nordwesten des ZVBs befindet sich eine große Brachfläche.





Abbildung 97: Innenstadt Winsen

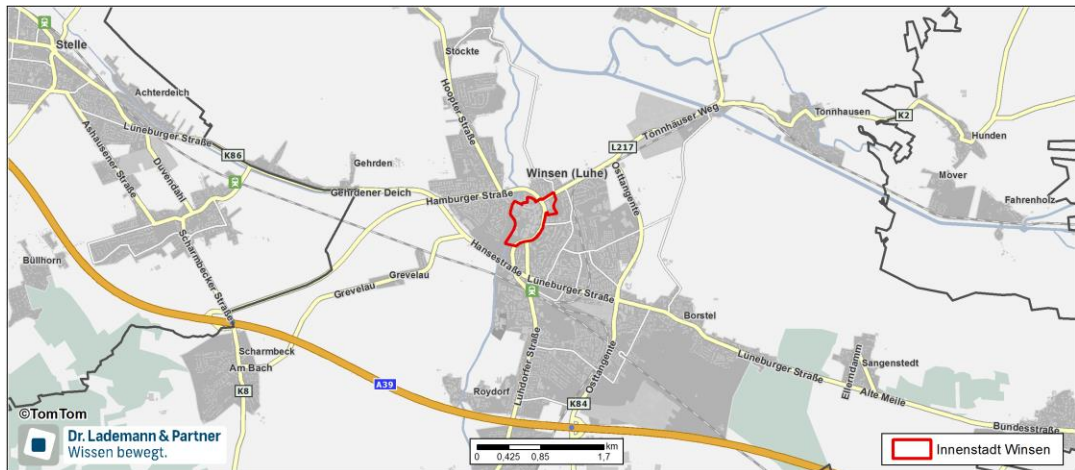


Abbildung 98: Zentrenabgrenzung des Hauptzentrums Winsen (Luhe)

Die Innenstadt von Winsen (Luhe) mit den beiden Hauptachsen Rathaus-/Marktstraße zeichnet sich durch eine atmosphärische Fußgängerzone mit Altstadtcharakter aus. Im Hauptgeschäftsbereich dominieren innenstadtrelevante Sortimente rund um Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren. Das Preissegment gestaltet sich vorrangig im mittleren Bereich, teilweise sind auch discountorientierte Betriebe anzutreffen. Aufgrund der vorhandenen innerstädtischen Branchenstruktur steht der ZVB in Konkurrenz mit dem Vorhaben im Überseequartier. Aufgrund der Entfernung von knapp 35 Kilometern ist dessen Strahlungskraft allerdings als gering einzustufen.

Die Innenstadt von Winsen (Luhe) kann als funktionsfähiger ZVB betrachtet werden.



## Zentrenpass

### 6.3.37 Innenstadt Norderstedt (Garstedt)

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Hauptzentrum Garstedt befindet sich zentral in Norderstedter Stadtteile Garstedt im Kreuzungsbereich Ochsenzooer Straße/ Berliner Allee

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Garstedt

##### Städtebau/Umfeld

Die umliegenden Strukturen sind überwiegend durch Wohnnutzungen gekennzeichnet. Zudem befinden sich zwei Schulkomplexe in unmittelbarem Umfeld.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Das Zentrum besteht aus mehreren Einzelhandelsaggregaten. Der Angebotsschwerpunkt liegt dabei im Hero d-Center. Hier liegt ein vielfältiger Angebotsmix mit national und international bekannten Marken vor. Die zum Großteil als ersten Betriebsstand in diesem Segment verortet. Im Umfeld des Centers nimmt zudem das Karstadt Kaufhaus eine prägende Rolle ein.

##### Branchen-Mix

Attraktiver Angebotsmix in allen Bedarfsbereichen. Der Schwerpunkt liegt im mittleren bis gehobenen Bedarf.

##### Magnetbetriebe

u.a. H&M, P&C, C&A, Saturn

##### Ergänzende Nutzungen

Mehrere Dienstleistungsbetriebe und gastronomische Einrichtungen sowie ein Fitnessstudio befinden sich vor Ort.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum ist überwiegend durch eine großmaßstäbliche Bauweise geprägt. Das Hero d-Center ist das größte Shopping-Center in Südschleswig-Holstein. Eine weitere Einzelhandelsaggregat ist die De-Gasper-Passage, welche sich im Süden an das Hero d-Center anschmiegt. Die Fußgängerzone Europaallee erstreckt sich im östlichen Bereich des ZVBs in Nord-Süd-Richtung.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Erreichbarkeit mit dem MIV über die Berliner Allee sowie die unmittelbare Nähe befindet sich die B 432. Zudem besteht eine optimale Anbindung an den ÖPNV über die U-Bahnhaltestelle Garstedt innerhalb des ZVBs.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Aus den umliegenden Wohngebieten im Norden, Westen und Süden kann der ZVB sehr gut zu Fuß erreicht werden.

##### Stellplatzangebot

Stellplätze sind sowohl im Hero d-Center als auch auf dem Parkdeck der De-Gasper-Passage verfügbar.

##### Aufenthaltsqualitäten

Mehrere Modernisierungen haben das im Jahr 1971 eröffnete Hero d-Center zu einem attraktiven Shopping-Center entwickelt. Im Umfeld kann dagegen keine erhöhte Aufenthaltsqualität festgestellt werden.

##### Leerstandssituation

Keine signifikante Leerstandsproblematik zu erkennen.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenzialflächen ersichtbar.





Abbildung 99: Hauptzentrum Garstedt

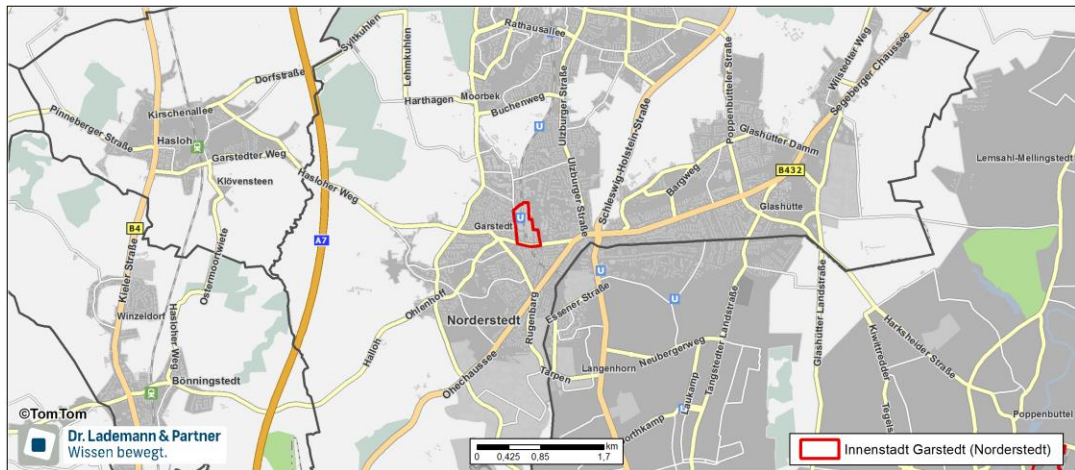


Abbildung 100: ZVB Garstedt in Norderstedt

Das Herold-Center wird von innenstadtrelevanten Sortimenten rund um Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren dominiert. Das Preissegment gestaltet sich vorrangig im mittleren Bereich, teilweise sind auch discountorientierte Betriebe anzutreffen. Aufgrund der vorhandenen innerstädtischen Branchenstruktur steht der ZVB in Konkurrenz mit dem Vorhaben im Überseequartier. Aufgrund der Entfernung von gut 20 Kilometern ist dessen Strahlkraft allerdings als gering einzustufen.

Der ZVB Garstedt in Norderstedt ist als funktionsfähiger und stabiler zentraler Versorgungsbereich einzustufen.



## Zentrenpass

### 6.3.38 Seevetal (Ortskern Maschen)

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Im Ortsteil Maschen befindet sich die Schulstraße im Abschnitt Hamburger Straße bis Ate Bahnhofstraße den Haupteinkaufsbereich

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Maschen (Teil des Mittelzentrums Seevetal)

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld befinden sich überwiegend Wohnnutzungen (Einfamilienhäuser)

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Insgesamt befindet sich die Einzelhandelslage eine „Knochenstruktur“. Als Magnetbetriebe fungieren die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl südlich Bereich der Schulstraße sowie der Rewe-Markt und die Budnikowsky-Drogerie im nördlichen Bereich. Entlang der Schulstraße reihen sich insbesondere nahrungsgütergeführter Einzelhandel

##### Branchen-Mix

Das Angebot ist insgesamt auf die periodische Bedarfsdeckung konzentriert

##### Magnetbetriebe

Budnikowsky-Drogeriemarkt, Rewe-Verbrauchermarkt, Lidl und Aldi-Lebensmitteldiscounter

##### Ergänzende Nutzungen

Vereinzelt gastronomische Betriebe sowie Dienstleistungen

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Der ZVB erstreckt sich über eine relativ große Gesamtfläche von rund 800 m und weist einen dünnen Einzelhandelsbesatz, welcher durch Leerstände und Wohnnutzungen unterbrochen wird, auf

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Über die durch den ZVB verlaufende Schulstraße sowie die unmittelbare Nähe befindet sich die A39 besteht eine sehr gute Anbindung an den MIV. Mehrere Bushaltestellen innerhalb des ZVBs sorgen zudem für eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Aus den unmittelbaren Wohnumgebungen ist eine optimale Fußläufige Erreichbarkeit gegeben

##### Stellplatzangebot

Ausreichendes Stellplatzangebot durch Sammel- und Parkplätze bei den Lebensmitteldiscontern und straßenbegleitendes Parken

##### Aufenthaltsqualitäten

Die Aufenthaltsqualität in der gesamten Einzelhandelslage ist aufgrund der großen Gesamtfläche sowie der funktionellen Bauweise als relativ gering einzuschätzen

##### Leerstandssituation

In der Schulstraße finden sich derzeit mehrere Leerstände

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenziale befinden sich in den Leerständen



## Zentrenpass

### 6.3.39 Seevetal (Ortskern Hittfeld)

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Im Ortsteil Hittfeld konzentrieren sich die Einzelhandelsagenturen der Kirchstraße sowie die Enden der Hittfelder Schulstraße

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Hittfeld (Teil des Mittelzentrums Seevetal)

##### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld befinden sich überwiegend Wohnnutzungen (Einfamilienhäuser) sowie andwirtschaftlich genutzte Flächen

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Insgesamt steht auch hier die Nahversorgung der ortsansässigen Bevölkerung im Vordergrund. Allerdings konzentrieren sich die Einzelhandelsbesetzungen der Kirchstraße auch durch die Reihe kleinerer, inhabergeführter Fachgeschäfte aus, deren Angebote über den persönlichen Bedarfsbereich hinausreichen. Dabei ist hervorzuheben, dass es sich nahezu ausschließlich um mittel- bis höherpreisige Angebote aus dem Segment Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Accessoires handelt.

##### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt eindeutig auf dem kurzfristigen Bedarf mit ergänzenden Fachgeschäften im mittleren Bedarfsbereich.

##### Magnetbetriebe

Budnowsky-Drogermarkt, Edeka-Verbrauchermarkt

##### Ergänzende Nutzungen

Viezahn gastronomischen Betrieben sowie öffentlichen Einrichtungen und einigen Dienstleistungen

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das Zentrum zeichnet sich durch eine überwiegend kompakte Bebauungs- und Nutzungsstruktur in aufgedeckelter Bauweise aus.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Anbindung über die Kirchstraße, welche durchs Zentrum verläuft, sowie die angrenzende Jesteburger Straße, die direkt zur A 41 führt. Mit dem ÖPNV kann der ZVB lediglich über eine Haltestelle mit mehreren Buslinien erreicht werden.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Aufgrund der geringen Größe des Ortes kann der ZVB von überall aus gut zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreicht werden.

##### Stellplatzangebot

Es befindet sich ein ausreichendes Stellplatzangebot auf den Sammelparkplätzen der Lebensmittellebensmittel. Zudem befinden sich eine Vielzahl an straßenbegleitenden Parkplätzen im ZVB.

##### Aufenthaltsqualitäten

Aufgrund der Lage im historischen Ortskern um die St. Mauritius-Kirche konzentrieren sich das Ortszentrum von Hittfeld durch eine besondere Aufenthaltsqualität aus.

##### Leerstandssituation

Es konnten keine Leerstände festgestellt werden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenzialflächen ersichtlich.



## Zentrenpass

### 6.3.40 Seevetal (Ortskern Meckelfeld)

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Das Ortsteilzentrum von Meckelfeld befindet sich auf das Geschäftszentrum an der Güsinger Straße

##### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum Meckelfeld (Teil des Mittelzentrums Seevetal)

##### Städtebau/Umfeld

In nördlicher und östlicher Richtung befinden sich Wohngebiete. Im Süden grenzen strukturprägenden Lebensmittelläden sowie gewerbliche Betriebsflächen an den Standort an. Im Westen verläuft eine Bahntrasse entlang des Standorts.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Neben einem EDEKA-Center, einem Aldi-Lebensmitteldiscounter sowie einer Budnikowsky-Drogerie befinden sich hier auch ein Kik-Textildiscounter sowie ein Dänisches Bettenlager, ergänzt durch eine Apotheke sowie ein medizinisches Gesundheitszentrum. Der Schwerpunkt liegt demnach in der örtlichen Grundversorgung.

##### Branchen-Mix

Schwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarf.

##### Magnetbetriebe

EDEKA-Center, Aldi-Lebensmitteldiscounter Budnikowsky-Drogeriemarkt, Kik-Textildiscounter, Dänisches Bettenlager.

##### Ergänzende Nutzungen

Es ist lediglich eine geringe Anzahl an Dienstleistungen vor Ort.

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Bei dem Standort handelt es sich um ein kompaktes, relativ neu errichtetes Geschäftszentrum in der funktionellen Bauweise. Es besteht aus mehreren größeren Gebäudekomplexen.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Über die bedeutende Verkehrsachse Güsinger Straße kann der Standort optimal angefahren werden. Eine Anbindung an den ÖPNV ist jedoch lediglich über zwei Bushaltestellen in rund 200 m Entfernung gegeben.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten im Norden und Osten ist gegeben. In Richtung Westen steht jedoch die Bahntrasse einer physikalischen Barriere dar.

##### Stellplatzangebot

Es befinden sich genügend Stellplätze auf dem Sammelparkplatz innerhalb des ZVBs.

##### Aufenthaltsqualitäten

Der ZVB weist eine funktionelle Bauweise auf, weshalb keine besondere Aufenthaltsqualität vorhanden ist.

##### Leerstandssituation

Keine Leerstände vorhanden.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Es waren keine Potenzialflächen ersichtbar.





Abbildung 101: Ortskerne des Mittelzentrums Seevetal

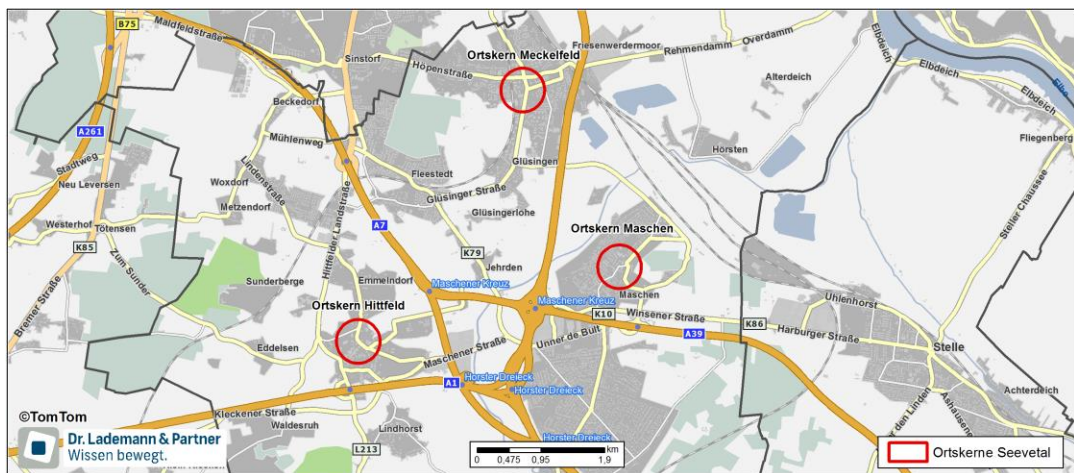


Abbildung 102: Hauptzentren des Mittelzentrums Seevetal

Die Ortsteilzentren der Gemeinde Seevetal konzentrieren sich auf nahversorgungsrelevante Angebote, ergänzt durch einige wenige Betriebe des mittelfristigen Bedarfs im Bekleidungssegment. Sonstige Branchen sind nur sehr gering vertreten oder gar nicht vorzufinden. Die einzelnen Ortsteilzentren entsprechen eher dem Charakter eines Grundzentrums und können dementsprechend als funktionsfähig angesehen werden. Aufgrund des schmalen Angebots hinsichtlich des mittel- und langfristigen Segments stehen die drei Standorte nicht in direkter Konkurrenz mit dem Vorhaben im Überseequartier.

Gemäß dem RROP 2005 ist Seevetal als Mittelzentrum eingestuft. Aufgrund des Zusammenschlusses von ehemals 19 selbständigen Gemeindeteilen zeichnet sich Seevetal durch eine polyzentrale Siedlungsstruktur aus – eine klassische Innenstadt fehlt in der Gemeinde Seevetal. Die drei Ortskerne können vor allem im Bereich der Nahversorgung als funktionsfähig bezeichnet werden.



## Zentrenpass

### 6.3.41 Nahversorgungszentrum Rothenburgsort

#### Räumliche Analyse

##### Lagebeschreibung

Lage im Westen des Stadtteils Rothenburgsort  
(Bezirk Mitte)

##### Versorgungsfunktion

Nahversorgungszentrum

##### Städtebau/Umfeld

Das Umfeld ist vorwiegend durch Geschosswohnungsbau in Zeilenbauweise geprägt. Der Einzelhandelsbesatz wird durch eine hohe Dichte an Dienstleistungen, Gastronomie, Schulen und eine Kirche ergänzt.

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Nahversorgungsangebot mit Discountern gem. Angebot (Penny, Aldi) zudem ein Buden-Discountermarkt am Rothenburgsorter Marktplatz. Keine weiteren Fachgeschäfte mit besonderem Bedarf (Bekleidung).

##### Branchen-Mix

Funktionsgerecht deutlicher Angebotsschwerpunkt im besonderen Bedarf.

##### Magnetbetriebe

Penny, Aldi

##### Ergänzende Nutzungen

Gastronomie und Einzelhandelsdienstleistungen (u.a. Sparkasse)

#### Städtebauliche Analyse

##### Bebauungsstruktur

Das kompakte, einheitlich geprägte Nahversorgungszentrum im Erdgeschoss der Wohnbebauung erstreckt sich am Rothenburgsorter Marktplatz und an der Lindeneystraße.

##### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erschließung durch die Hauptverkehrsachse Verändersdamm/Böhmerndamm. ÖPNV-Anbindung über die Bushaltestelle Rothenburgsorter Marktplatz (7 Linien) im Kreuzungsbereich Böhmerndamm/Lindeneystraße.

##### Fußläufige Erreichbarkeit

Breite Fußgänger- und Fahrradwege sorgen für eine gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer.

##### Stellplatzangebot

Stellplatzmöglichkeiten Straßenbegleitend an der Lindeneystraße am Rothenburgsorter Marktplatz.

##### Aufenthaltsqualitäten

Durch die ansprechende, einheitliche Freiraumgestaltung des Quartiers, erhöhte Aufenthaltsqualität am Rothenburgsorter Marktplatz. In den Außenbereichen/Randbereichen nimmt die Aufenthaltsqualität ab.

##### Leerstandssituation

Keine signifikanten Leerstände.

##### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine Potenzialflächen ersichtbar.





Abbildung 103: Nahversorgungszentrum Rothenburgsort

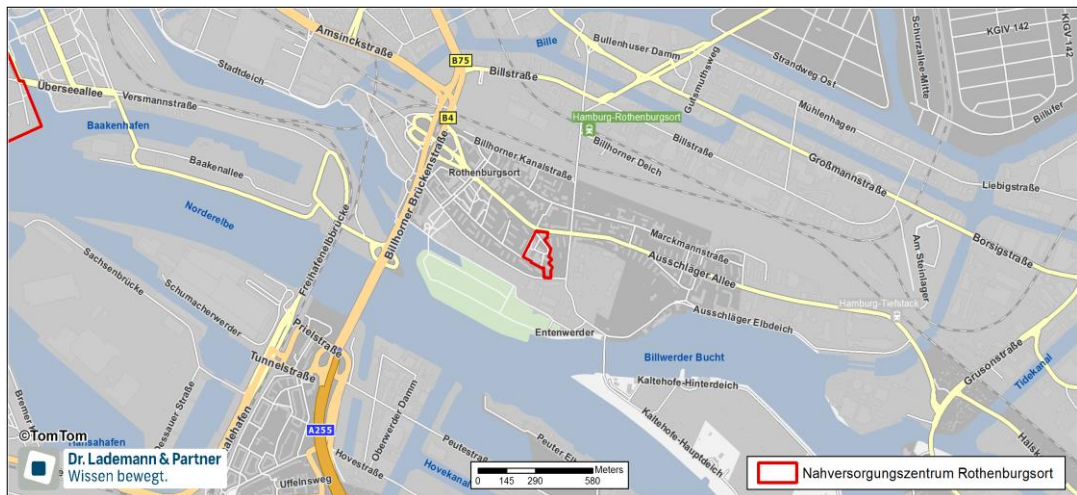


Abbildung 104: Abgrenzung des NVZ Rothenburgsort

Das Zentrum Rothenburgsort stellt einen wichtigen Nahversorgungsstandort im Stadtteil dar und übernimmt einen bedeutenden Beitrag zur Versorgung der umliegenden Bevölkerung. Von einem umfangreichen Angebot im periodischen Bedarfsbereich kann allerdings nicht gesprochen werden, da kein Vollsortimenter im ZVB vorhanden ist. Die ergänzenden Betriebe des mittelfristigen Bedarfs sind hauptsächlich discountorientiert. Überschneidungen mit dem WHÜ sind nur in geringem Umfang zu erwarten.

Das Nahversorgungszentrum Rothenburgsort entspricht seiner Versorgungsfunktion und ist als voll funktionsfähig zu bezeichnen.



## 7 Vorhabenprognose

### 7.1 Vorbemerkungen

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

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

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

Die **Umsatzprognose** für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzungen im Einzugsgebiet, die aus dem Gravitationsmodell zur Ermittlung der Umsatzumverteilungswirkungen (siehe Kap. 8.1) abgeleitet worden sind. Anschließend erfolgte eine Plausibilitätskontrolle der sich daraus ergebenden Flächenproduktivitäten anhand vorliegender Echtdateien von vergleichbaren Objekten sowie auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten. Dabei wurden auch die Standortqualitäten, die Wettbewerbssituation im Raum sowie das Agglomerationsumfeld berücksichtigt.

Angesichts der unter Kap. 0 dargestellten Prognosen zur Entwicklung des Onlinehandels bis zum Prognosehorizont 2024 und der daraus folgenden Umsatzrückgänge im stationären Einzelhandel wird das WHÜ seine (vor der Covid-19-Pandemie) ursprünglich anvisierten Umsatzziele voraussichtlich nicht erreichen können. Dr. Lademann & Partner unterstellen daher eine gegenüber dem GfK-Gutachten von 2025/16 leicht „gedämpfte“ Umsatzprognose (siehe hierzu auch Kap. 7.3).

Wie bereits unter Kap. 3.3 dargestellt, beläuft sich das maximale Entwicklungsszenario auf eine Gesamtverkaufsfläche von 68.000 qm, wenngleich die baulichen Tätigkeiten und die aktuellen Planungen eine deutlich geringere Verkaufsfläche erwarten lassen. In der Aufsummierung der Verkaufsflächen für die einzelnen Sortimente ergibt sich sogar ein Gesamtverkaufsflächenvolumen von 71.000 qm, welches den sektoralen Worst Case beschreibt und damit die je Sortiment – unter realistischen Annahmen – maximal denkbare Verkaufsfläche abbildet.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Nicht in allen Sortimenten können die Verkaufsflächen gleichzeitig maximal ausgeschöpft werden (Obergrenze: 68.000 qm Verkaufsfläche).



Die folgenden Darstellungen beziehen sich immer auf den sektoralen Worst Case bzw. auf die maximal erwartbare Verkaufsfläche je Sortiment.

## 7.2 Marktanteils- und Umsatzprognose 2024

### 7.2.1 Marktanteilsprognose

Für das Vorhaben ist davon auszugehen, dass es je nach Sortiment (im sektoralen worst-case) einen Marktanteil im Einzugsgebiet von bis zu 3 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei im Segment Modischer Bedarf erzielt werden, da sich der Verkaufsflächenschwerpunkt auch auf dieses Segment fokussiert. Die Marktanteile werden mit zunehmender Entfernung zum Vorhabenstandort abnehmen. Werden in der Zone 1 noch je Branche Marktanteile zwischen 10 und 20 % erzielt, fallen diese bereits in der Zone 2 sehr deutlich ab.<sup>48</sup>

Marktanteile des Vorhabens nach Vorhabenregionierung n 2024\*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	166,5	6.870,8	4.084,2	4.137,2	15.258,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	17,5	28,1	7,6	2,9	56,1
Marktanteile	10%	0%	0%	0%	0%
Modischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	39,5	1.630,7	969,3	981,9	3.621,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	8,0	71,2	30,4	14,3	123,9
Marktanteile	20%	4%	3%	1%	3%
Sport und Spiel	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	15,2	626,3	372,3	377,1	1.390,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	2,3	8,9	2,4	1,0	14,6
Marktanteile	15%	1%	1%	0%	1%
Elektronik/Technik	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	29,3	1.210,8	719,7	729,1	2.688,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	4,4	12,8	3,6	1,4	22,1
Marktanteile	15%	1%	1%	0%	1%
Sonstige zentrenrelevante Hartwaren	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	47,3	1.950,4	1.159,4	1.174,4	4.331,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	7,0	14,8	5,6	2,1	29,5
Marktanteile	15%	1%	0%	0%	1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. \*Ohne Streuumsätze.

**Tabelle 14: Marktanteilsprognose für das Vorhaben 2024**

Summiert man die Vorhabenumsätze in den einzelnen Sortimenten auf, ergibt sich daraus ein Umsatzvolumen von 246,3 Mio. €, was mit Kunden aus dem Einzugsgebiet (ohne Streukunden/Touristen) generiert wird. Allerdings sei darauf hingewiesen, dass

<sup>48</sup> Die Marktanteile fallen in der Zone 1 im Vergleich zu den übrigen Zonen so stark ab, weil die Zone 1 im Vergleich zu den übrigen Zonen vergleichsweise klein dimensioniert ist und nur ein begrenztes Nachfragepotenzial aufweist.



dieses Umsatzvolumen den sektoralen Worst Case darstellt. Nicht in allen Sortimentsbereichen können tatsächlich diese Umsatzvolumina erreicht werden, da die Gesamtverkaufsfläche 68.000 qm in keinem Fall überschreiten wird, der Marktanteilsprognose in Summe aber 71.000 qm Verkaufsfläche zugrunde liegen.

## 7.2.2 Tourismusinduziertes Streuumsatzpotenzial

Wie bereits unter Kap. 5.5 dargelegt, verfügt Hamburg über ein erhebliches touristisches Nachfragepotenzial für den Einzelhandel, wovon auch das WHÜ einen signifikanten Anteil abschöpfen wird. So stellt das Überseequartier in Verbindung mit den zahlreichen Tourismusattraktionen der HafenCity (u.a. Elbphilharmonie) selbst einen gewichtigen Tourismusanker dar. Die Nähe zur Innenstadt als wichtigstem Einzelhandelsstandort für Touristen, die exponierte Lage am Elbufer sowie das im WHÜ integrierte Cruise Center wirken sich dabei direkt auf die Anziehungskraft der Touristen aus. Zur Ableitung tourismusinduzierter Umsätze haben die Gutachter folgende Annahmen getroffen:

- Da Innenstädte regelmäßig die von Touristen am stärksten frequentierten Einzelhandelslagen in den Städten darstellen, kann davon ausgegangen werden, dass die Hamburger Innenstadt den größten Teil des tourismusinduzierten Nachfragepotenzials binden kann. Repräsentative Studien oder empirische Analysen zum tourismusinduzierten Anteil des innerstädtischen Einzelhandelsumsatzes liegen jedoch nicht vor. Die Gutachter gehen davon aus, dass etwa 30 % des tourismusinduzierten Nachfragepotenzials (insgesamt rd. 1,622 Mrd. € in 2024<sup>49</sup>) von der Hamburger Innenstadt gebunden werden (also rd. 487 Mio. €).<sup>50</sup>
- Nach den Ergebnissen der Umsatzschätzung (siehe Kap. 6.1) erreicht die Hamburger Innenstadt (inkl. Überseequartier Nord und Großneumarkt) ein Umsatzvolumen von rd. 1,771 Mrd. € (aufsummierte Werte für die fünf vorhabenrelevanten Branchen).<sup>51</sup> Danach würde der tourismusinduzierte Umsatz der Innenstadt einem Anteil von rd. 27 % entsprechen, was als plausibel bezeichnet werden kann.
- Unter der Annahme, dass im WHÜ 68.000 qm Verkaufsfläche entstehen könnten, entspräche dies einem Anteil am Gesamtverkaufsflächenvolumen der Innenstadt inkl. Großneumarkt und Überseequartier Nord sowie WHÜ (ca. 370.000 qm Verkaufsfläche in den vorhabenrelevanten Branchen) in Höhe von rd. 18 %.

---

<sup>49</sup> Siehe Kap. 5.5

<sup>50</sup> Bei dieser Annahme wird berücksichtigt, dass die Hamburger Innenstadt zwar den mit Abstand stärksten Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet darstellt, dass es neben der Innenstadt aufgrund der polyzentrischen Struktur Hamburgs aber anders als bspw. in München neben der Innenstadt auch noch zahlreiche weitere sogkräftige Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet gibt, die für Touristen ebenfalls von Relevanz sind.

<sup>51</sup> Zzgl. der nicht relevanten Branchen Möbel und Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tiernahrung sowie der räumlichen Teilbereiche HafenCity und Großneumarkt dürfte der Einzelhandelsumsatz der Innenstadt bei ca. 1,9 bis 2,0 Mrd. € liegen.



- Die Gutachter gehen aufgrund der Standortlage am Elbufer, der Vielzahl an publikumsintensiven Umfeldnutzungen und touristischen Leistungsträgern in der HafenCity (z.B. Elbphilharmonie, Speicherstadt) sowie der Nutzungsstruktur des WHÜ selbst (u.a. Kreuzfahrtterminal) davon aus, dass das WHÜ mindestens die gleiche touristische Anziehungskraft haben wird wie die Innenstadt. Daraus leitet sich ein tourismusinduziertes Umsatzpotenzial für das WHÜ von rd. 88 Mio. € ab.



#### Herleitung der tourismusinduzierten Umsätze des WHÜ 2024

Touristisches EH Nachfragepotenzial in Mio €	1 622
Anteil der Hamburger Innenstadt am Nachfragepotenzial in Mio € (30 %)	487
Flächenanteil des WHÜ in den vorhabenrelevanten Branchen	18%
Tourismusinduzierter Umsatz des WHÜ in Mio €	87,6
Quelle: Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH	

**Tabelle 15: Herleitung der tourismusinduzierten Einzelhandelsumsätze des WHÜ 2024**

**Es kann also festgehalten werden, dass rd. 87,6 Mio. € des Vorhabenumsatzes mit Touristen generiert werden.** Für die Ermittlung der Umsatzumverteilungswirkungen ist dies jedoch weitgehend unerheblich, da auch die tourismusinduzierten Umsätze größtenteils verdrängungswirksam sind und gegen die Bestandsumsätze gerechnet werden (siehe Kap. 8.1).

### 7.2.3 Umsatzprognose

Aus den Ergebnissen der Marktanteilsprognose (Tabelle 14: Marktanteilsprognose für das Vorhaben 2024) lassen sich die prospektiven Umsätze des Vorhabens je Sortiment ablesen, die mit Kunden aus dem Einzugsgebiet generiert werden. Für den sektoralen Worst Case ergibt sich in der Aufsummierung dieser Werte ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 246,3 Mio. €. Hinzu kommen die tourismusinduzierten Streuumsätze in Höhe von rd. 87,6 Mio. € (Tabelle 15: Herleitung der tourismusinduzierten Einzelhandelsumsätze des WHÜ 2024). Daraus ergäbe sich ein Umsatz von rd. 333,8 Mio. €, was einer Flächenproduktivität in Höhe von rd. 4.700 € je qm Verkaufsfläche entspräche. Etwa 75 % des Vorhabenumsatzes werden davon mit Kunden aus dem Einzugsgebiet generiert, etwa 26 % entfallen auf tourismusinduzierte Streuumsätze.



Da die Gesamtverkaufsfläche 68.000 qm nicht überschreiten wird, können nicht in allen Sortimenten die Verkaufsflächen voll ausgenutzt werden und damit auch nicht in allen Sortimenten gleichzeitig die Maximalumsätze erreicht werden. Bezogen auf die maximale Gesamtverkaufsfläche von 68.000 qm beträgt der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des WHÜ** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.700 € je qm Verkaufsfläche

**rd. 319,6 Mio. €.**

#### Umsatzstruktur des Vorhabens 2024

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
<b>Sektoraler Worst-Case Gesamt</b>	<b>71.000</b>	<b>4.700</b>	<b>333,8</b>
Periodischer Bedarf	10 000	7 600	76,0
Modischer Bedarf	40 000	4 200	168,0
Sport und Spiel	6 000	3 300	19,8
Elektronik/Technik	5 000	6 000	30,0
Sonstige zentrenrelevante Hartwaren	10 000	4 000	40,0
<b>Gesamt (maximal möglich)</b>	<b>68 000</b>	<b>4 700</b>	<b>319,6</b>

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. \*in €/qm VKF. Werte gerundet.

**Tabelle 16: Umsatzstruktur des Vorhabens 2024**



## 7.2.4 Umsatzherkunft

Nachfolgende Abbildung zeigt noch einmal zusammenfassend die Umsatzherkunft des WHÜ, gemäß den zuvor getroffenen Annahmen zu Marktanteilen und Streuumsätzen durch Touristen.

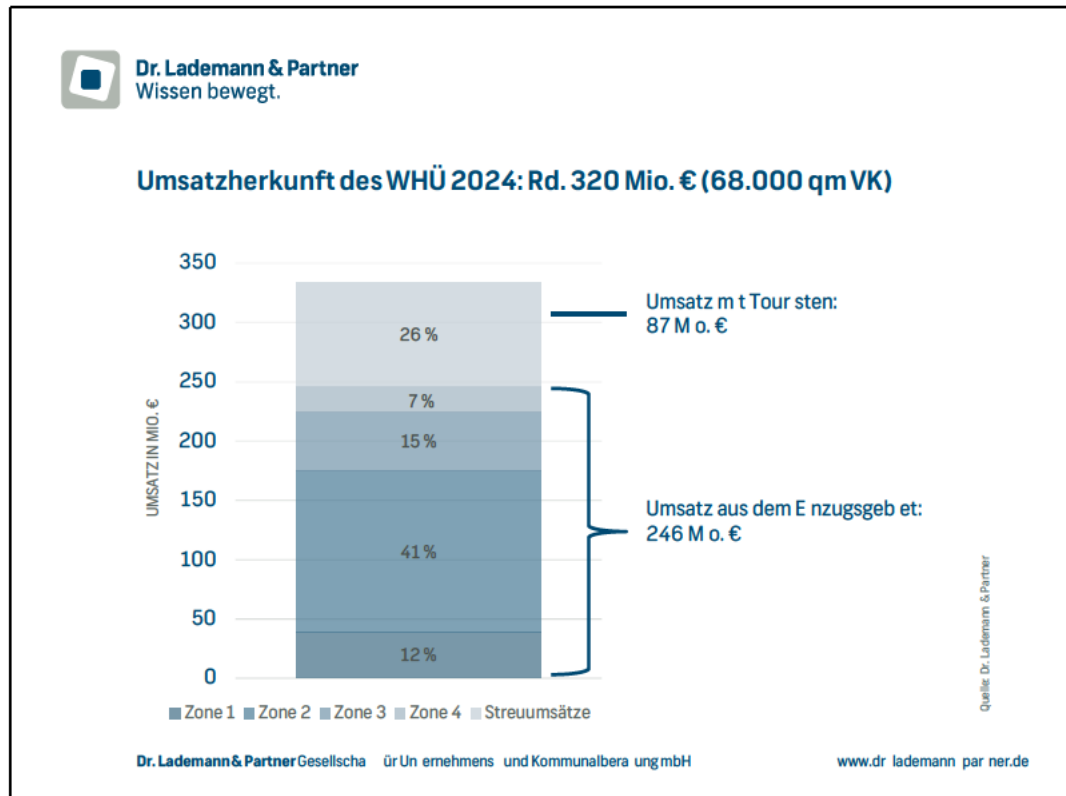


Abbildung 105: Umsatzherkunft

Danach wird deutlich, dass etwas mehr als die Hälfte des Umsatzvolumens mit Kunden generiert werden wird, die in Hamburg leben (Zonen 1 und 2). In etwa je ein Viertel des Umsatzes wird mit Umlandkunden (Zonen 3 und 4) sowie mit Touristen erwirtschaftet.

Langfristig (bis 2035) kann davon ausgegangen werden, dass sich die Umsatzherkunft noch verschieben wird. Mit Verweis auf die parallel von Dr. Lademann & Partner erarbeitete Tourismusstudie wird das touristische Nachfragepotenzial auch nach dem Markteintritt des WHÜ in 2024 weiter wachsen, so dass der Anteil tourismusinduzierter Umsätze steigen wird. Für 2035 kann von einem mit Touristen generierten Umsatzanteil in Höhe von etwa 30 % ausgegangen werden. Der Umsatzanteil mit Kunden aus dem Einzugsgebiet wird dagegen auf rd. 11 % in der Zone 1, rd. 39 % in der Zone 2, rd. 14 % in der Zone 3 und rd. 6 % in der Zone 4 absinken.



Für das Prognosejahr 2024 kann für das WHÜ von einem Gesamtumsatz bei einer Verkaufsfläche von 68.000 qm in Höhe von rd. 320 Mio. € ausgegangen werden. Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 4.700 € je qm Verkaufsfläche. Etwa 26 % des Umsatzvolumens werden mit Touristen generiert, wobei dieser Anteil langfristig mit Zunahme der Touristenzahlen noch steigen wird.



## 7.3 Zur Plausibilisierung der Flächenproduktivitäten

Die Gutachter rechnen für das WHÜ mit einer Flächenproduktivität in Höhe von 4.700 € je qm Verkaufsfläche für das Jahr der Marktwirksamkeit (2024). Die GfK hat in ihrem Gutachten aus 2016 eine Flächenproduktivität für das WHÜ von 5.200 € je qm Verkaufsfläche unterstellt. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die GfK der Wirkungsprognose eine andere Sortimentsstruktur zugrunde gelegt hat.

- Periodischer Bedarf: GfK = 10.000 qm VK vs. DLP = 10.000 qm VK
- Modischer Bedarf: GfK = 51.000 qm VK vs. DLP = 40.000 qm VK
- Elektro/Technik: GfK = 10.000 qm VK vs. DLP = 5.000 qm VK
- Weitere Sortimente sind von der GfK überhaupt nicht betrachtet worden; DLP haben für Spiel/Sport/Hobby und Sonstige Hartwaren 16.000 qm VK angenommen.

Im Segment Elektro/Technik werden typischerweise sehr hohe Flächenproduktivitäten erzielt. Allein aus der Halbierung der Prüffläche gegenüber der GfK in diesem Segment resultiert daher schon ein niedrigeres Produktivitätsniveau für die Gesamtfläche. Übertragen auf die von DLP verwendete Sortimentsstruktur, hätte die Flächenproduktivität der GfK bei 5.100 € je qm Verkaufsfläche gelegen.

Allerdings stammen die Berechnungen der GfK aus 2015/16. Zu diesem Zeitpunkt hatte der Online-Handel noch eine geringere Bedeutung und die durch die Covid-19-Pandemie ausgelöste Krise des stationären Einzelhandels war noch nicht zu erkennen. Angesichts der hohen Dynamik im Hinblick auf die Umsatzverschiebungen vom stationären Handel in den Online-Handel (vor allem in den Segmenten Modischer Bedarf, Spiel/Sport/Hobby und Elektro/Technik), die durch die Covid-19-Pandemie noch einen zusätzlichen Wachstumsschub bekommen hat, erscheint das von der GfK unterstellte Produktivitätsniveau (im Hinblick auf den Nonfood-Bereich) sowohl für das Vorhaben als auch für den Bestand heute nicht mehr realistisch. Nicht nur der Bestandseinzelhandel – auch das WHÜ wird von den Umsatzverschiebungen in den Online-Handel nicht verschont bleiben

Um dem Umstand Rechnung zu tragen, dass der Online-Handel dem stationären Einzelhandel aktuell und in den nächsten Jahren weiter verstärkt Umsätze entziehen wird, wurden in die Wirkungsprognose nicht die geschätzten Umsätze für den Bestandseinzelhandel für das Jahr 2019 eingestellt. Stattdessen wurde eine deutlich geringere Umsatzbasis für den Bestandseinzelhandel in die Wirkungsprognose eingestellt, die die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie und der dynamischen Entwicklung des Online-Handels bereits implizieren (siehe hierzu auch die Ausführungen in Kap. 8.1).

Für das Vorkrisenjahr 2019 beträgt das geschätzte Produktivitätsniveau der Hamburger Innenstadt in den prüfungsrelevanten Branchen im Schnitt noch 5.800 € je qm Verkaufsfläche. Sekundärdaten<sup>52</sup> weisen für die Hamburger Innenstadt eine

---

<sup>52</sup> Städtereport Hamburg 2020 der COMFORT Holding GmbH.



Flächenproduktivität in Höhe von 5.700 € je qm/VK<sup>53</sup> über alle Sortimente aus und ordnen die Hamburger Innenstadt im Vergleich der „Big-Seven“<sup>54</sup> als die flächenproduktivitätsstärkste Innenstadt nach derjenigen von München ein. Insofern ist die Ausgangsbasis plausibel.

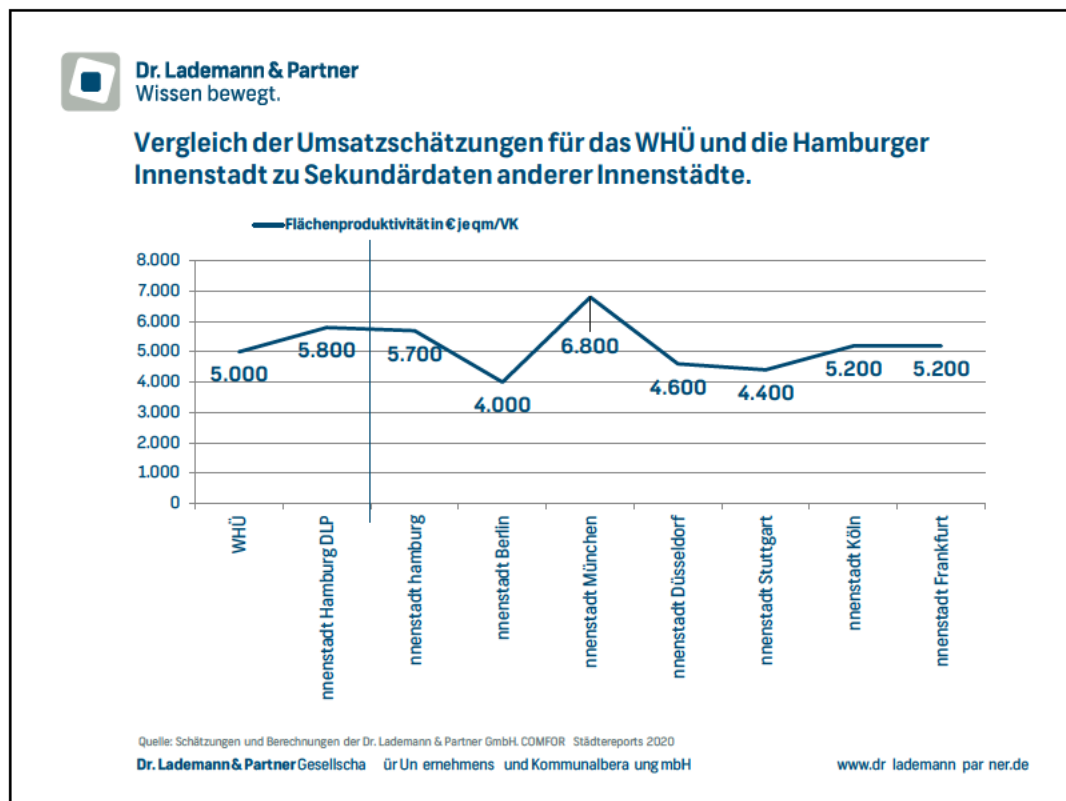


Abbildung 106: Flächenproduktivitäten im Vergleich zu anderen Innenstädten

Für die Wirkungsprognose werden die Produktivitätsniveaus für den Bestandseinzelhandel erheblich abgesenkt. Nur die Hamburger City wird danach noch ein Produktivitätsniveau erreichen, welches in etwa gleich auf ist mit dem Produktivitätsniveau des WHÜ. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Hamburger City einen der etabliertesten Einzelhandelsstandorte Deutschlands mit zahlreichen leistungskräftigen Anbietern und Flagship-Stores darstellt und über eine hohe Ausstrahlungskraft bis weit ins Hamburger Umland verfügt. In Teillagen wie der City-West ist überdies eine kleinteilige und hochpreisige Einzelhandelsstruktur vorhanden, was sich begünstigend auf das Produktivitätsniveau auswirkt<sup>55</sup>, während für das WHÜ von einer Betriebsgrößenstruktur ausgegangen werden kann, die durch zahlreiche mittelgroße Flächen, aber eben auch durch viele Großflächen geprägt sein wird. Die eher produktivitätsschwächere Flächen,

<sup>53</sup> In den Daten von COMFORT sind (anders als bei den DLP Daten) auch nicht zentrenrelevante Einzelhandelssortimente enthalten, die i.d.R. ein geringeres Produktivitätsniveau haben (z.B. Möbel/Einrichtung) und die durchschnittliche Flächenproduktivität „schmälern“.

<sup>54</sup> Berlin, Hamburg, München, Frankfurt, Düsseldorf, Köln und Stuttgart

<sup>55</sup> Tendenziell nimmt die Flächenproduktivität mit zunehmender Flächengröße ab, da die Flächen weniger intensiv genutzt werden, während kleinere Verkaufsflächengrößen i.d.R. höhere Flächenproduktivitäten generieren.



wie z.B. die Obergeschosse der Warenhäuser, drücken das Produktivitätsniveau der Innenstadt nur geringfügig.

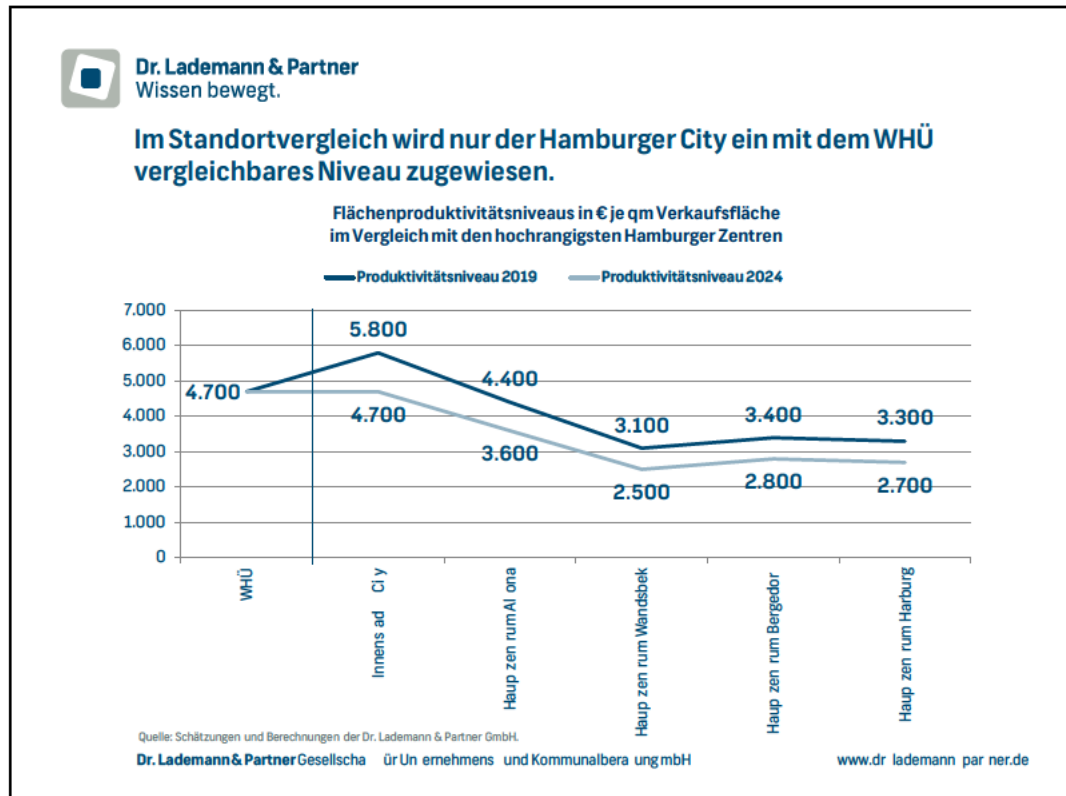


Abbildung 107 : Flächenproduktivitäten im Standortvergleich

Die GfK ist in ihrem Gutachten aus 2015/16 im Übrigen davon ausgegangen, dass das WHÜ eine deutlich geringere Flächenproduktivität erzielt als die Innenstadt. Wurde für die Innenstadt von der GfK ein Produktivitätsniveau von 6.000 € je qm Verkaufsfläche angenommen, prognostizierte die GfK für das WHÜ lediglich eine Flächenproduktivität in Höhe von 5.200 € je qm Verkaufsfläche. **Dr. Lademann & Partner gehen somit nicht nur insgesamt von einem deutlich geringerem Produktivitätsniveau für den stationären Einzelhandel aus, sondern unterstellen im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes, dass die Hamburger City in ihrer Gesamtheit – anders als von der GfK angenommen – kein höheres Produktivitätsniveau erreicht als das WHÜ.**<sup>56</sup> Denn es muss davon ausgegangen werden, dass im WHÜ überwiegend zukunftsfähige Handelsformate angesiedelt sein werden, während in der Innenstadt infolge von Insolvenzen und Geschäftsaufgaben bereits aktuell und auch in den nächsten Jahren noch Marktaustritte und Umsatzrückgänge zu beobachten sein werden, die es nicht realistisch erscheinen lassen, dass das Produktivitätsniveau der Hamburger Innenstadt auch künftig oberhalb des Niveaus des WHÜ liegen wird.

<sup>56</sup> Im Detail rechnen Dr. Lademann & Partner vor allem im Modischen Bedarf und für Elektro/Technik mit niedrigeren Flächenproduktivitäten, da diese Segmente besonders stark vom Onlinehandel betroffen sind. Für den Periodischen Bedarf gehen DLP gegenüber der GfK dagegen von deutlich höheren Umsätzen aus, da die Pro-Kopf-Ausgaben in diesem Segment in den letzten Jahren deutlich gestiegen sind und der Periodische Bedarf auch nur geringfügig vom Online-Handel betroffen ist.



Ein noch stärkeres Absinken des Produktivitätsniveaus der Hamburger Innenstadt ist jedoch nicht zu erwarten, da die Hamburger Innenstadt als eine seit Jahrzehnten etablierte Einzelhandelslage von der Anziehungskraft der Metropole Hamburg und der Funktion als Tourismusdestination profitieren kann.

Insgesamt kann somit festgehalten werden, dass die Umsatzschätzungen für den Bestandseinzelhandel und für das WHÜ, die in die Wirkungsprognosen eingestellt wurden, in allen Belangen einem Worst-case gerecht werden.



## 8 Wirkungsprognose

### 8.1 Vorbemerkungen

Die nachfolgend dargestellte Wirkungsprognose untersucht, wie sich der prognostizierte Umsatz in den einzelnen prüfungsrelevanten Sortimentsbereichen unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Untersuchungsraum auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben im Jahr 2024 marktwirksam wird, wovon nach den letzten Verlautbarungen des Entwicklers ausgegangen werden kann.

Die mit der Umsetzung des Vorhabens zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen gegenüber dem Bestandseinzelhandel im Untersuchungsraum werden auf Basis eines modifizierten Huff-Ansatzes simuliert. Einbezogen wurden dabei

- sämtliche zentralen Versorgungsbereiche höherer Hierarchieebenen<sup>57</sup> innerhalb des Hamburger Stadtgebiets gemäß Hamburger Zentrenkonzept
- sämtliche im Hamburger Zentrenkonzept ausgewiesenen Fachmarktstandorte
- die Innenstädte der in der ersten Umlandzone (Zone 3 des Einzugsgebiets) gelegenen Mittelzentren
- innerhalb des Kerneinzugsgebiets (Zone 1) auch sämtliche Nahversorgungszentren und nahversorgungsrelevante Streulagen

In einem ersten Schritt wurde das Modell auf Grundlage der heutigen Einzelhandels- und Umsatzstruktur (2019; Vorcorona-Niveau) kalibriert und lieferte Informationen darüber, wieviel Umsatz die einzelnen Untersuchungsstandorte mit den jeweiligen Bevölkerungsklustern im Untersuchungsraum generieren und wie viel Umsatz den jeweiligen Standorten von außen (außerhalb des Untersuchungsraums<sup>58</sup>) zufließt.

Darauf aufbauend wurde dann eine Modellierung der Nachfrageströme und Umsatzveränderungen für das Prognosejahr 2024 unter Berücksichtigung der nachfrage- und angebotsseitigen Veränderungen im Raum vorgenommen. Nachfrageseitige Veränderungen ergeben sich vor allem über die prognostizierte Einwohnerentwicklung im Untersuchungsraum. Kaufkraftseitige Veränderung wurden dagegen nicht in die Wirkungsmodellierung eingestellt, da dies mit zu großen Prognoseunsicherheiten

---

<sup>57</sup> Innenstadt, Hauptzentren, Stadtteilzentren, Zentren des Urbanen Marktplatzes mit Schwerpunkt für die übergeordnete Versorgung

<sup>58</sup> Je näher ein Standort am Rande des Untersuchungsraums liegt und je stärker eher agglomeriert ist, desto höher fällt der Umsatzanteil aus, der mit Kunden von außerhalb des Untersuchungsraums generiert wird. Höhere Umsatzanteile von außen weisen zudem tourismusrelevante Einzelhandelsstandorte auf.



verbunden wäre.<sup>59</sup> Angebotsseitige Veränderungen sind auf zwei Ebenen unterstellt worden. Zum einen sind gesicherte oder bereits vor kurzem (bzw. nach den Bestandserhebungen) umgesetzte Planvorhaben (z.B. Alter Wall) in die Wirkungsmodellierung als faktischer Bestand integriert worden.<sup>60</sup> Zum anderen wurde analog zu den Ausführungen unter Kap. 0 angenommen, dass sich die stationären Einzelhandelsumsätze im Nonfood-Segment bedingt durch das dynamische Wachstum des Onlinehandels von 2019 bis 2024 erheblich verringern werden.

- Modischer Bedarf = -24 % Umsatzrückgang
- Spiel/Sport/Hobby = -18 % Umsatzrückgang
- Technik/Elektrowaren = -32 % Umsatzrückgang
- Sonstige Hartwaren = -18 % Umsatzrückgang

Diese Umsatzrückgänge wurden in die Modellierungen für 2024 übernommen, indem die für das Jahr 2019 geschätzten Bestandsumsätze entsprechend reduziert wurden und die neue Umsatzbasis für das Jahr 2024 bildeten. Der Vorhabenumsatz trifft damit auf eine verminderte Umsatzbasis mit der Folge höherer Umsatzumverteilungsquoten, als dies bei konstanten Umsatzzahlen der Fall gewesen wäre. Dadurch kann im Modell abgebildet werden, dass sich die im Frühjahr 2020 erhobenen Bestandsdaten und für das Jahr 2019 geschätzten Umsätze an den Bestandsstandorten bis zum Prognosehorizont 2024 infolge der Covid-19-Pandemie und der beschleunigten Entwicklung des Online-Handels voraussichtlich deutlich schmälern werden. **Mit anderen Worten: Die Wirkungsmodellierung berücksichtigt bereits, dass es zwischen 2019 und 2024 erhebliche Verschiebungen in den Online-Handel geben wird und sich dadurch die Umsatzbasis an den Bestandsstandorten reduziert.**<sup>61</sup>

Darüber wird auch abgebildet, dass es bereits zwischen den Erhebungen im Frühjahr 2020 und der Situation Anfang 2021 zahlreiche Marktaustritte (z.B. die Aufgaben der GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhäuser in der Innenstadt, in Bergedorf und in Nordstedt) gegeben hat, die in den Darstellungen zur Bestandssituation (Kap. 6.1) noch nicht enthalten sind. Im periodischen Bedarf ist dagegen analog zu den Ausführungen im Kap. 0 zwischen 2019 und 2024 trotz des steigenden Marktanteils des Onlinehandels von einem erheblichen Umsatzanstieg im stationären Einzelhandel auszugehen (+

<sup>59</sup> Aufgrund der Covid 19 Pandemie und deren ökonomischer Folgeeffekte muss kurz bis mittelfristig davon ausgegangen werden, dass die Konsumausgaben und die Kaufkraft der Verbraucher infolge von Arbeitsplatz- und Einkommensverlusten tendenziell zu rückgehen werden. Für die Mitte der 2020er Jahre ist dagegen von einer ökonomischen Erholung und wachsenden Konsumausgaben auszugehen, wie es auch die Konjunkturprognosen der Bundesregierung zeigen. „Unterm Strich wird das Kaufkraftvolumen für den Einzelhandel bis 2024 insofern weitgehend stabil bleiben.“

<sup>60</sup> Es werden nur diejenigen Planvorhaben in die Wirkungsprognose eingestellt, bei denen mit hinreichender Sicherheit von einer Umsetzung ausgegangen werden kann und die bereits eine konkrete Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur erkennen lassen. Dieses Vorgehen wird dem Worst Case Ansatz gerecht. Denn würde man alle Planvorhaben ungefiltert in die Wirkungsprognose einstellen, würden sich die Umverteilungsquoten abmildern, da der Vorhabenumsatz dann im Rechenmodell auf eine breitere Umsatzbasis trafe mit der Folge geringerer Umverteilungsquoten.

<sup>61</sup> Die Umsätze reduzieren sich zum einen infolge sinkender Flächenproduktivitäten der Einzelhändler sowie zum anderen infolge von Insolvenzen und Schließungen von Betrieben/Filialen.



9 %). Auch dies wurde in die Modellierungen für 2024 übernommen und als neue Umsatzbasis für das Jahr 2024 herangezogen.

Die Wirkungsprognose folgt damit einem **dynamischen Prognosemodell**. D.h. die Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite bis zum Prognosehorizont 2024 werden im Gegensatz zu einem statistischen Prognosemodell berücksichtigt.

Berücksichtigt wurden in der Wirkungsmodellierung nur die Bevölkerungsveränderungen bis zum Prognosehorizont 2024, die eine Veränderung des relevanten Nachfragepotenzials bewirken. Eine Veränderung der Nachfragebindung wurde nicht unterstellt. Denn angesichts der umfänglichen Einzelhandelsbestände Hamburgs muss davon ausgegangen werden, dass derzeit keine signifikanten Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb des Untersuchungsraums bestehen, die mit der Vorhabenrealisierung zurückgeholt werden könnten und bei der Wirkungsmodellierung als wirkungsmildernder Effekt zu berücksichtigen wären. Kaufkraftabflüsse aus dem Untersuchungsraum (z.B. in Richtung umliegender Outlet-Center) bewegen sich auf Streuumsatzniveau. Im Sinne einer Worst-case-Prognose wird der Vorhabenumsatz somit vollständig gegen die Bestandsstandorte gerechnet, ohne Berücksichtigung von Kaufkraftrückholeffekten.

Im letzten Schritt wurde dann das Vorhaben als weitere Einkaufsalternative in das Modell für 2024 integriert und die dadurch ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen zwischen den Bestandsstandorten in Richtung des Vorhabenstandorts ermittelt.

Wichtige Einflussgrößen für die Attraktivität bzw. Sogkraft eines Einzelhandelsstandorts waren im Rahmen der Modellierung die vorhandene Verkaufsfläche an den untersuchten Standorten sowie die Entfernung zwischen den Siedlungsschwerpunkten innerhalb des Einzugsgebiets und den untersuchten Einzelhandelsstandorten. Ein Einzelhandelsstandort ist für die Kunden einer Region umso attraktiver, je größer seine (sortimentsspezifische) Verkaufsfläche und je geringer die Entfernung der Region zum Standort ausfällt. Aus der Attraktivität aller Angebotsstandorte, bezogen auf einen Wohnstandort, sowie der Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde aus einem Wohnstandort an einem Angebotsstandort einkauft, ergibt sich der Umsatz eines Angebotsstandorts. Dieser hängt darüber hinaus vom jeweiligen Nachfragepotenzial vor Ort ab. Das auf dem gravitationstheoretischen Ansatz von Huff beruhende Modell bezieht somit die Verteilung der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche im Raum sowie die Entfernung und das Gewicht der Bevölkerungsschwerpunkte zu den Einzelhandelseinrichtungen ein.



Als wesentliche Bestimmungsgrößen für die Modellierung der Umsatzsituation an den Untersuchungsstandorten im Einzugsgebiet sind im Einzelnen zu nennen:

- Einwohnerzahlen/-prognosen auf kleinräumiger Ebene (100\*100 m-Raster);
- einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern auf PLZ-Ebene;
- sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgabesätze;
- sortimentsspezifischer Verkaufsflächenbestand a. d. Untersuchungsstandorten;
- sortimentsspezifische und nach Teilräumen differenzierte Nachfragebindung im Untersuchungsraum;
- durchschnittliche Entfernungen zwischen Wohn- und Angebotsstandorten;
- Distanzüberwindungsfaktor, der die Mühen und Kosten der zu überwindenden Entfernungen (gemessen in Zeitdistanzen) ausdrückt;
- Attraktivitätsfaktor, der die Anziehungskraft eines Einzelhandelsstandorts anhand seines Agglomerationsgrads bestimmt
- Attraktivitäts- bzw. Betriebstypenfaktor zur Gewichtung der Einzelhandelsstandorte nach der Angebotsqualität;
- Anteil des Umsatzes, den die untersuchten Einzelhandelsstandorte mit Einwohnern des Untersuchungsraums erwirtschaften.

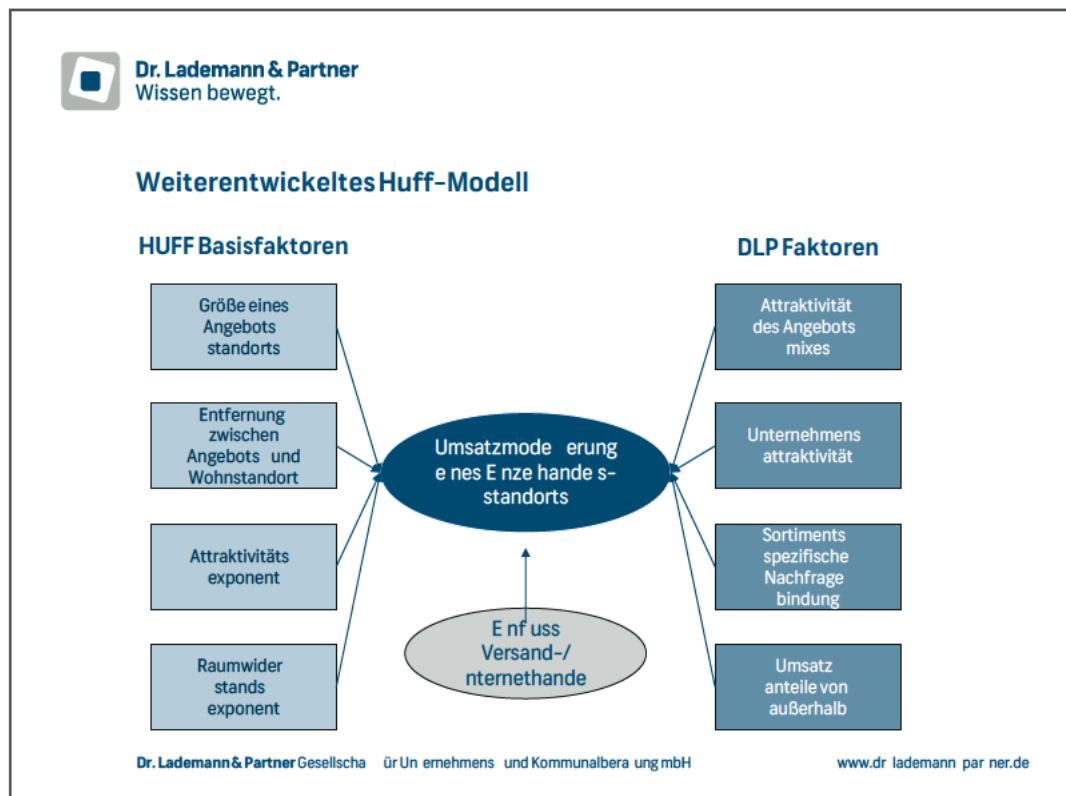


Abbildung 108: Einflussfaktoren des der Wirkungsprognose zugrunde liegenden Huff-Modells



Zur **Funktionsweise des verwendeten Gravitationsmodells** nach Huff<sup>62</sup>:

- Zunächst wird der Untersuchungsraum in Teilräume gerastert (insgesamt 50 Rasterfelder), für die jeweils das Einwohner- und Nachfragepotenzial ermittelt und die aktuelle Nachfragebindung anhand der Ergebnisse der Analysen zur Angebotssituation geschätzt wird.
- In einer Entfernungsmatrix wird dann für jedes Raster die Entfernung zu den untersuchten Angebotsstandorten (z.B. Innenstadt Hamburg) ermittelt und für jeden Angebotsstandort die Verkaufsfläche als Maß für Attraktivität hinterlegt.
- Im nächsten Schritt wird die Wahrscheinlichkeit, dass ein Konsument aus Raster 1, 2, 3 ... am Standort A, B, C... einkauft, mittels der Huff-Formel ermittelt.

$$W_{ij} = \frac{U_{ij}}{\sum_{j=1}^J U_{ij}} = \frac{\frac{A_j^\beta}{d_{ij}^\lambda}}{\sum_{j=1}^J \frac{A_j^\beta}{d_{ij}^\lambda}}$$

W = Einkaufswahrscheinlichkeit

A = Attraktivität des Angebotsstandorts anhand der Verkaufsflächengröße

d = Entfernung von Rastermittelpunkt und Angebotsstandort

U = Attraktivitätsmaß des Angebotsstandorts (Nutzen)

$\lambda$  = Distanzwiderstandsexponent<sup>63</sup>

$\beta$  = Attraktivitätsexponent<sup>64</sup>

- Die ermittelten Einkaufswahrscheinlichkeiten je Standort und Raster werden dann mit der für jedes Raster ermittelten gebundenen Nachfrage in Beziehung gesetzt. Daraus kann für jeden Standort abgeleitet werden, wie viel Umsatz mit den in den einzelnen Rastern lebenden Verbrauchern generiert wird. Aus der Aufsummierung der Umsatzzuflüsse aus den einzelnen Rastern ergibt sich der Gesamtumsatz.
- Dann muss für jeden Umsatz je Standort noch eine gutachterliche Schätzung vorgenommen werden, wieviel Umsatzzuflüsse von außerhalb des Untersuchungsraums (z.B. Touristen) noch hinzukommen. Zudem werden die Umsätze je Standort

<sup>62</sup> Sämtliche Modellierungen erfolgen computergestützt in einem Excel Tool. Aufgrund der Vielzahl von Rastern und Standorten lässt sich das Rechenmodell nicht in Gänze im Bericht abbilden. Die Ergebnisse finden sich im Anhang.

<sup>63</sup> Im Huff Modell wurde ein Distanzwiderstandsexponent von 0,7 für die Sortimente des aperiodischen Bedarfs (Shopping Sortimente) verwendet sowie ein Exponent von 1,0 für die Sortimente des periodischen Bedarfs. Die Verkaufsflächengröße hat also modelltheoretisch im periodischen Bedarf einen größeren Einfluss auf die Einkaufswahrscheinlichkeit als im aperiodischen Bedarf. Zu den verwendeten Exponenten siehe auch: Rainer P. Lademann „Zum Einfluss von Verkaufsfläche und Standort auf die Einkaufswahrscheinlichkeit in „Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung“, Göttingen 2007.

<sup>64</sup> Im Huff Modell wurde ein Attraktivitätsexponent von 1,2 für die Sortimente des aperiodischen Bedarfs (Shopping Sortimente) verwendet sowie ein Exponent von 1,5 für die Sortimente des periodischen Bedarfs. Die Distanz zu einer Einkaufsalternative hat also modelltheoretisch im periodischen Bedarf einen größeren (negativen) Einfluss auf die Einkaufswahrscheinlichkeit als im aperiodischen Bedarf. Zu den verwendeten Exponenten siehe auch: Rainer P. Lademann „Zum Einfluss von Verkaufsfläche und Standort auf die Einkaufswahrscheinlichkeit in „Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung“, Göttingen 2007.



noch um einen individuellen Attraktivitäts- und Strukturindex bereinigt, der qualitative Aspekte abbildet, die im quantitativen Rechenmodell nicht erfasst werden.<sup>65</sup>

- Im Ergebnis simuliert das Gravitationsmodell also die Kaufkraftströme im Raum und liefert Informationen zu den Umsätzen je Standort. Für die Wirkungsprognose werden dann zunächst die veränderten Einwohnerzahlen bis zum Prognosejahr sowie die Planvorhaben und Umsatzveränderungen an den Untersuchungsstandorten eingespielt. Zudem wird der Vorhabenstandort im Modell als weitere Einkaufsalternative ergänzt. Dadurch verschieben sich die Kaufkraftströme im Raum und damit auch die Umsätze an den einzelnen Untersuchungsstandorten. Der für 2024 anzunehmende Bestandsumsatz (ohne das Vorhaben) wird dann dem zu erwartenden Bestandsumsatz nach Eintritt des Vorhabens gegenübergestellt, woraus sich dann die absoluten Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ergeben.

Im **periodischen Bedarf** wird das Vorhaben aufgrund der hohen Distanzsensibilität der Verbraucher beim Einkauf von Lebensmitteln eine weitaus geringere Ausstrahlungskraft entfalten. Der Einkauf von periodischen Bedarfsgütern erfolgt überwiegend in Wohnortnähe, sodass das WHÜ für die Zonen 2 bis 4 des Einzugsgebiets keine originäre Nahversorgungsfunktion übernimmt. So sind verteilt über den gesamten Untersuchungsraum ein dichtes Standortnetz und eine Vielzahl an Einkaufseinrichtungen des periodischen Bedarfs verortet. Bewohner aus den Zonen 2 bis 4 werden im periodischen Bedarf in erster Linie kopplungsbasierte Einkäufe im WHÜ tätigen, die mit dem Aufsuchen der Arbeitsstätten im Zusammenhang stehen oder mit dem Shoppingbummel (Einkauf aperiodischer Bedarfsgüter) im WHÜ verbunden sind. Das Gravitationsmodell beschränkt sich daher im periodischen Bedarf nur auf den Kernbereich des Einzugsgebiets (Zone 1) und stellt nur für diesen Raum detaillierte Umsatzumverteilungswirkungen dar. Auf detaillierte Wirkungsanalysen außerhalb des Kerneinzugsgebiets kann im periodischen Bedarf verzichtet werden, da sich die Umsatzumverteilungswirkungen auf eine derart breite Bestandsbasis<sup>66</sup> verteilen, dass bezogen auf einzelne Standorte keine spürbaren Auswirkungen zu erwarten sind.

Im **aperiodischen Bedarf** ist zu berücksichtigen, dass derzeit auch Kaufkraft an Standorten gebunden wird, die nicht näher untersucht worden sind. Dies betrifft zum einen kleinere Fachgeschäfte und -märkte in Streulagen (z.B. Textildiscounter) oder Bau- und Möbelmärkte und Lebensmitteldiscounter, die die vorhabenrelevanten Non-food-Sortimente als Randsortimente führen und somit ebenfalls Umsatzrückgänge zu erwarten haben. Zum anderen betrifft dies alle Einzelhandelsstandorte in der Zone 4 des Einzugsgebiets, die nicht näher untersucht worden sind, aber ebenfalls von dem

<sup>65</sup> Beispiel: Ein in die Jahre gekommener Fachmarktstandort und eine Innenstadtlage mit hoher Aufenthaltsqualität werden im Rechenmodell bei gleicher Verkaufsfläche und gleicher Distanz zu den Verbrauchern dieselbe Einkaufswahrscheinlichkeit und im Ergebnis auch denselben Umsatz haben. Der Attraktivitäts- und Strukturindex nimmt eine Gewichtung vor, sodass die Umsätze entsprechend den qualitativen Ausprägungen der einzelnen Standorte nach oben oder unten angepasst werden.

<sup>66</sup> Nach den im Rahmen der Erstellung der bezirklichen Nahversorgungskonzepte erfolgten Bestandserhebungen werden im Hamburger Stadtgebiet rd. 865.000 qm Verkaufsfläche im periodischen Bedarf vorgehalten (Zahlen gemäß den Erhebungen der GMA 2016/2017).



Vorhaben tangiert werden. Insgesamt wird davon ausgegangen, dass etwa 10 %<sup>67</sup> des Vorhabenumsatzes in den Nonfood-Segmenten gegen diese Standortlagen wirkt und somit nicht umverteilungsrelevant in Bezug auf die zentralen Versorgungsbereiche ist. Gleichwohl kann für die Zone 4 ausgeschlossen werden, dass es hier zu negativen Auswirkungen kommen wird, sofern bereits für die Zone 3 solche Auswirkungen ausgeschlossen werden können, zumal sich die Wirkungen auf eine Vielzahl von Einzelhandelsstandorten verteilen und bezogen auf einzelne Lagen nicht mehr spürbar sein werden. Die Wirkungen gegen Betriebe in Streulagen sind städtebaulich/raumordnerisch nicht von Relevanz und werden daher im Weiteren nicht näher betrachtet.

Wie in Kap. **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** hergeleitet, werden etwa 26 % des Vorhabenumsatzes mit Touristen generiert. Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass auch die mit Touristen generierten Vorhabenumsätze größtenteils wirkungsrelevant sind und daher nicht aus der Wirkungsprognose ausgeblendet werden können. Denn die Touristen, die im WHÜ einkaufen werden, würden größtenteils auch ohne das WHÜ in Hamburg (und dabei insbesondere in der Innenstadt) einkaufen. Die Touristenströme werden lediglich umgelenkt, wodurch es zu Umsatzrückgängen an anderen Einzelhandelsstandorten (insbesondere in der Innenstadt) kommt. Die Wirkungsprognose bildet daher sowohl die Umverteilungswirkungen in Folge der Umlenkung der Nachfrageströme der im Untersuchungsraum lebenden Verbraucher als auch die Umverteilungswirkungen in Folge der Umlenkung von Touristenströmen ab. Für lediglich 5 % der durch Touristen induzierten Vorhabenumsätze wird angenommen, dass sie „echte“ Zusatzumsätze darstellen, die mit Kunden generiert werden, die ursächlich wegen des WHÜ Ausgaben im Einzelhandel tätigen (z.B. induziert durch Kreuzfahrer).

---

<sup>67</sup> Wie aus der Tabelle 14 ersichtlich, werden etwa 7 % des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der Zone 4 generiert. Die Differenz zu den hier angenommen 10 % leiten sich aus den Wirkungen gegen nicht untersuchte Betriebe in Streulagen ab.



## 8.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen

### 8.2.1 Bekleidung/Schuhe, Lederwaren

Im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren wäre im Falle einer Ansiedlung von bis zu 40.000 qm ein Vorhabenumsatz von rd. 168 Mio. € zu erwarten. In der City (City-Ost und City-West) und den Hamburger Hauptzentren werden dadurch folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

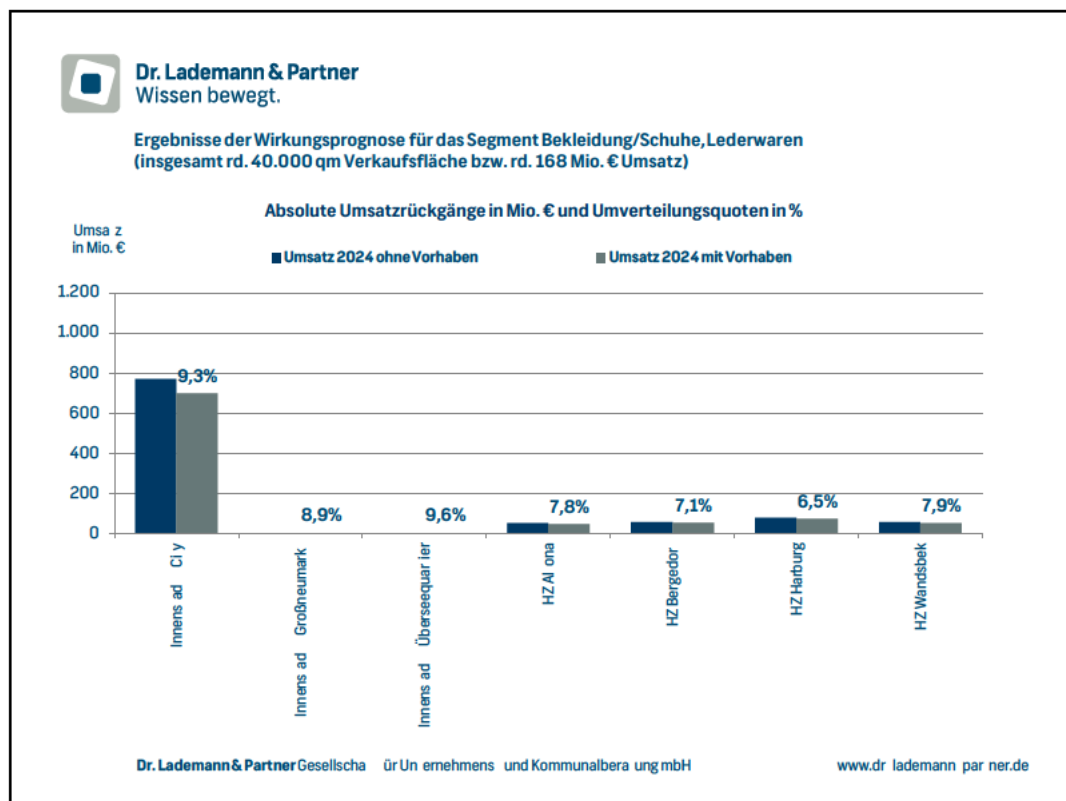


Abbildung 109: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Bekleidung, Schuhe/Lederwaren in der Innenstadt und den Hauptzentren des Hamburger Stadtgebiets

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 6,5 und 9,6 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der räumlichen Nähe die Innenstadtlagen der Hamburger Innenstadt. In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge in der City zu erwarten. Hier befindet sich eine Vielzahl von Anbietern (z.B. Alsterhaus, Galeria Karstadt Kaufhof, P&C, Ansons, C&A, H&M, Zara), die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen.



In den Stadtteilzentren und Zentren des urbanen Marktplatzes werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

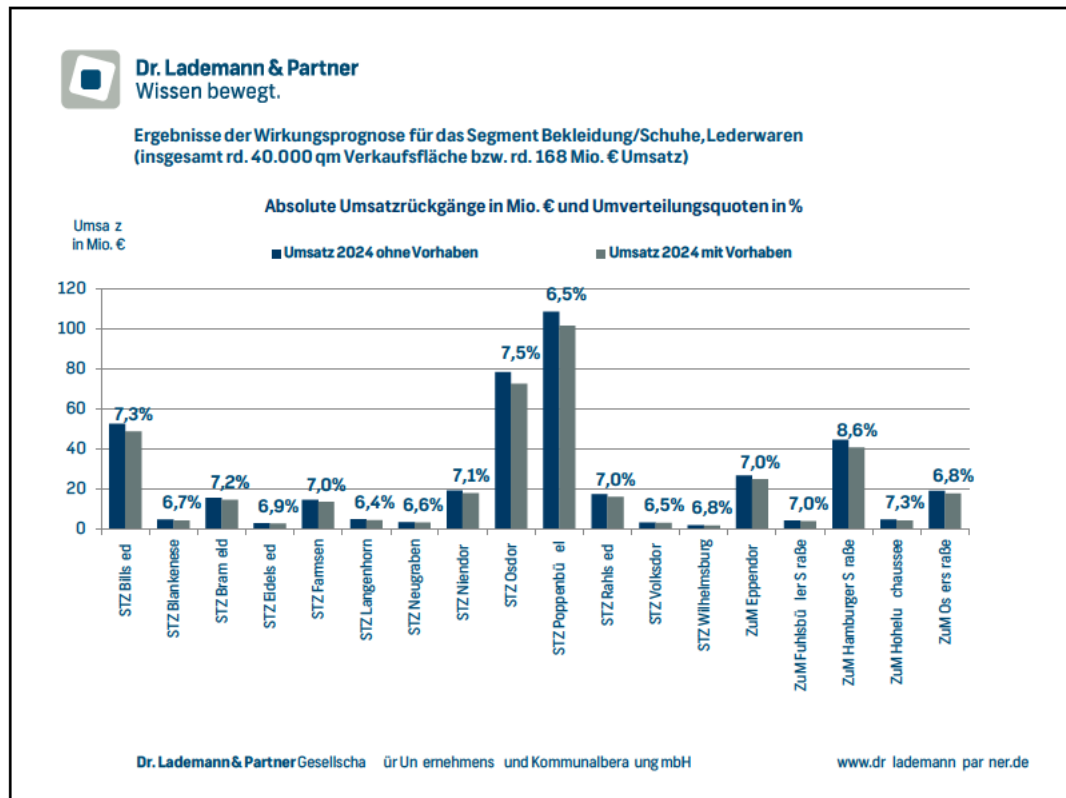


Abbildung 110: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren in den Stadtteilzentren und den Zentren des urbanen Marktplatzes

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 6,4 und 8,6 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen die Angebote im Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße und im Stadtteilzentrum Osdorf.

In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge im Stadtteilzentrum Poppenbüttel und im Stadtteilzentrum Osdorf zu erwarten. Hier befinden sich mit dem Alstertal Einkaufszentrum und dem Elbe Einkaufszentrum zwei Shopping-Center, die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen des Überseequartiers stehen.



In den untersuchten Innenstädten im Umland werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

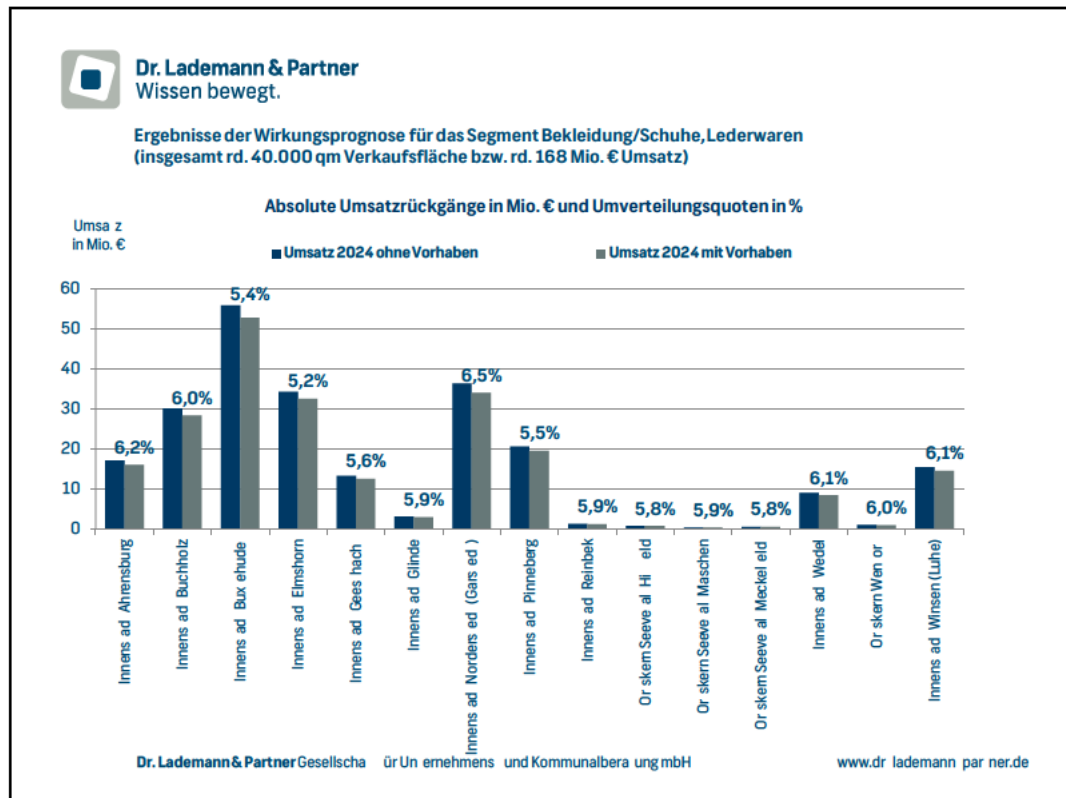


Abbildung 111: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren in den Innenstädten der Mittelzentren im Umland

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 5,2 und 6,5 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der Angebotsüberschneidungen die Angebote in Norderstedt (Herold Center in Garstedt).

In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge in der Innenstadt von Buxtehude zu erwarten, wo sich z.B. mit dem Bekleidungskaufhaus Stackmann auch Anbieter finden, die mit dem Überseequartier im Wettbewerb stehen.

Die Umsatzumverteilungswirkungen an den untersuchten Standortlagen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets erreichen im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt etwa 8 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 9 % für die Lagen der Hamburger Innenstadt zu erwarten. Die Hamburger Einkaufscity wird auch in absoluten Zahlen am stärksten betroffen sein.



## 8.2.2 Sport/Spiel/Hobby

Im Segment Sport/Spiel/Hobby wäre im Falle einer Ansiedlung von bis zu 6.000 qm ein Umsatzzuwachs von rd. 19,8 Mio. € zu erwarten. In der City (City-Ost und City-West) und den Hamburger Hauptzentren werden dadurch folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

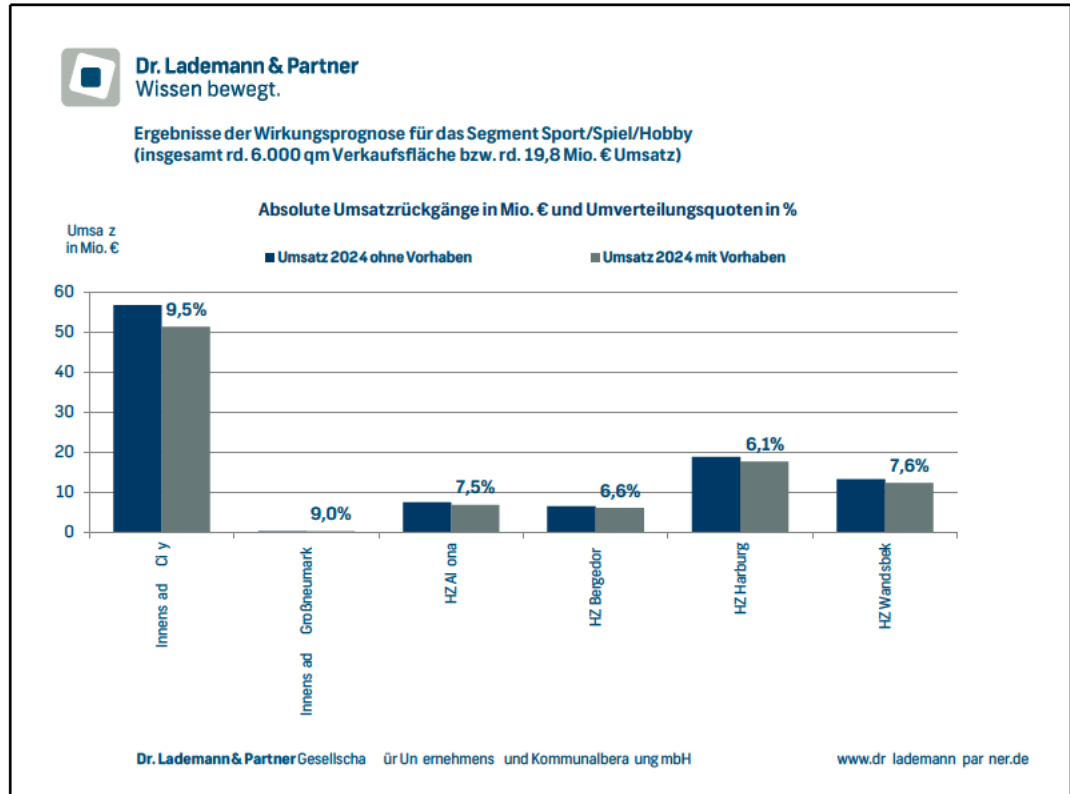


Abbildung 112: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sport/Spiel/Hobby in der Innenstadt und den Hauptzentren des Hamburger Stadtgebiets

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 7,5 und 9,5 %. Am stärksten betroffen ist aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen die traditionelle City als Teil der Hamburger Innenstadt. In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge ebenfalls in der City zu erwarten. Hier befindet sich eine Vielzahl von Anbietern (z.B. Sport Scheck, GALERIA Karstadt Kaufhof, MyToys), die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen.



In den Stadtteilzentren und Zentren des urbanen Marktplatzes werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

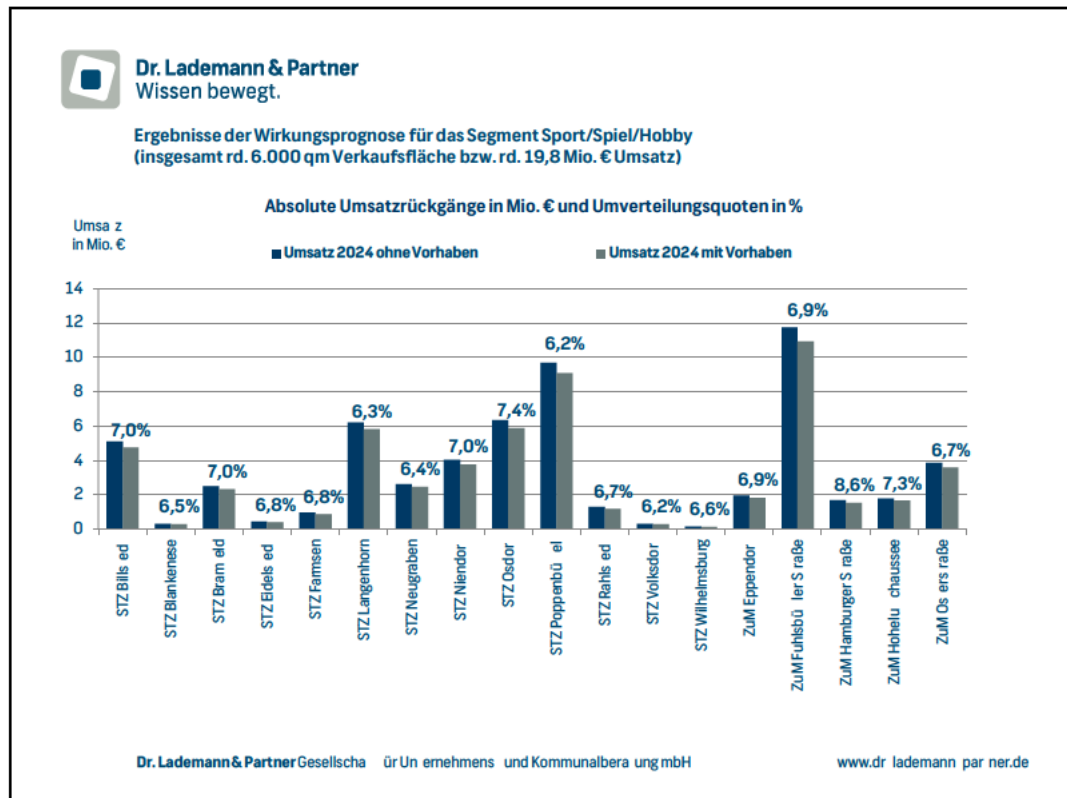


Abbildung 113: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sport/Spiel/Hobby in den Stadtteilzentren und den Zentren des urbanen Marktplatzes

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 6,2 und 8,6 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der räumlichen Nähe und Angebotsüberschneidungen die Angebote im Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße.

In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge im Zentrum des urbanen Marktplatzes Fuhlsbüttler Straße zu erwarten. Hier befindet sich mit dem Globetrotter-Fachmarkt ein großflächiger Betrieb, der im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen. Aber auch das Stadtteilzentrum Poppenbüttel hat relativ hohe absolute Umsatzrückgänge zu erwarten.



In den untersuchten Innenstädten im Umland werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

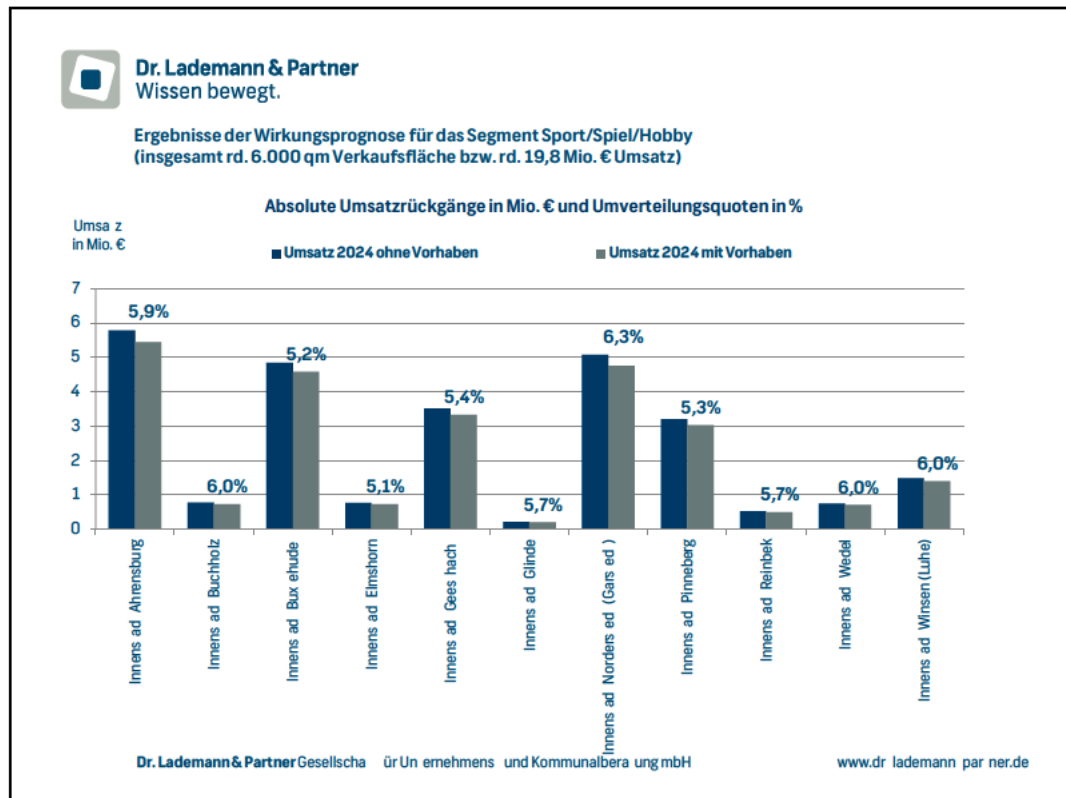


Abbildung 114: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sport/Spiel/Hobby in den Innenstädten der Mittelzentren im Umland

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 5,1 und 6,3 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund von Angebotsüberschneidungen die Innenstädte von Norderstedt, Buchholz, Ahrensburg und Winsen (Luhe).

In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge für die Innenstädte von Ahrensburg, Buxtehude und Norderstedt zu erwarten. Hier befinden sich auch einige Betriebe, die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen.

Die Umsatzumverteilungswirkungen an den untersuchten Standortlagen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets erreichen im Segment Sport/Spiel/Hobby nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt etwa 7 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 9,5 % prospektiv für die City als Teilbereich der Hamburger Innenstadt zu erwarten, die auch in absoluten Zahlen am stärksten betroffen sein wird.



## 8.2.3 Elektrobedarf/Technik

Im Segment Elektrobedarf/Technik wäre im Falle einer Ansiedlung von bis zu 5.000 qm ein Umsatzzuwachs von rd. 30,0 Mio. € zu erwarten. In der City (City-Ost und City-West) und den Hamburger Hauptzentren werden dadurch folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

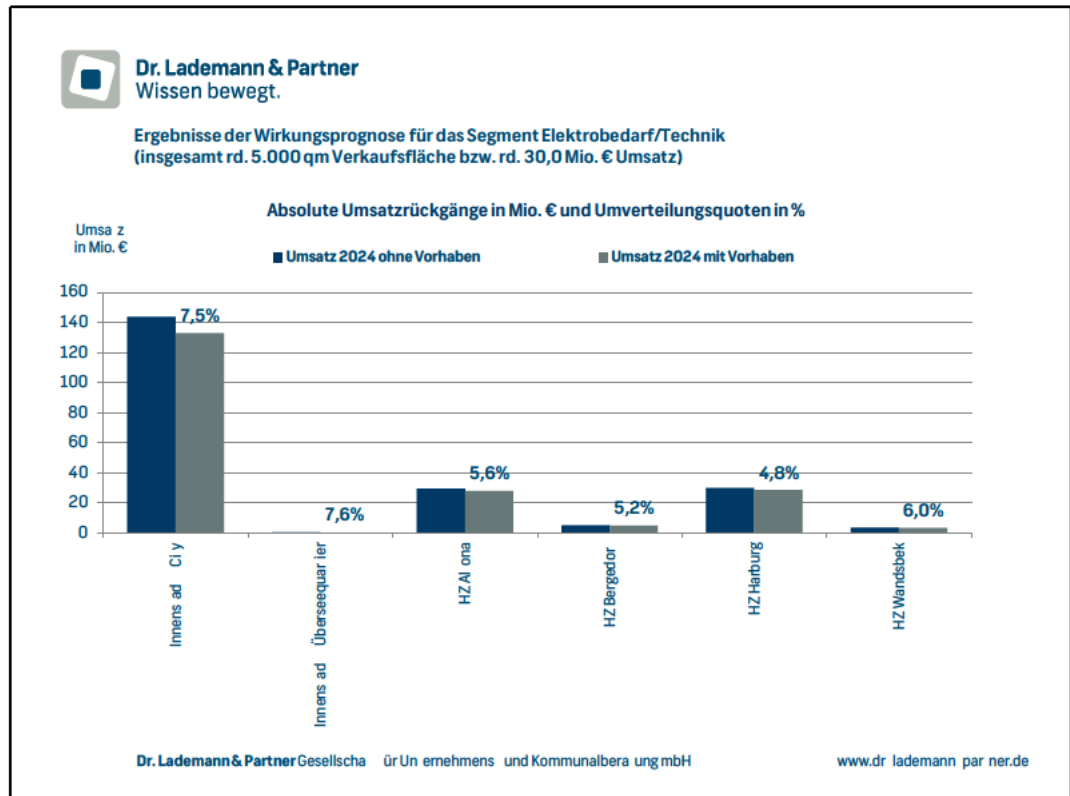
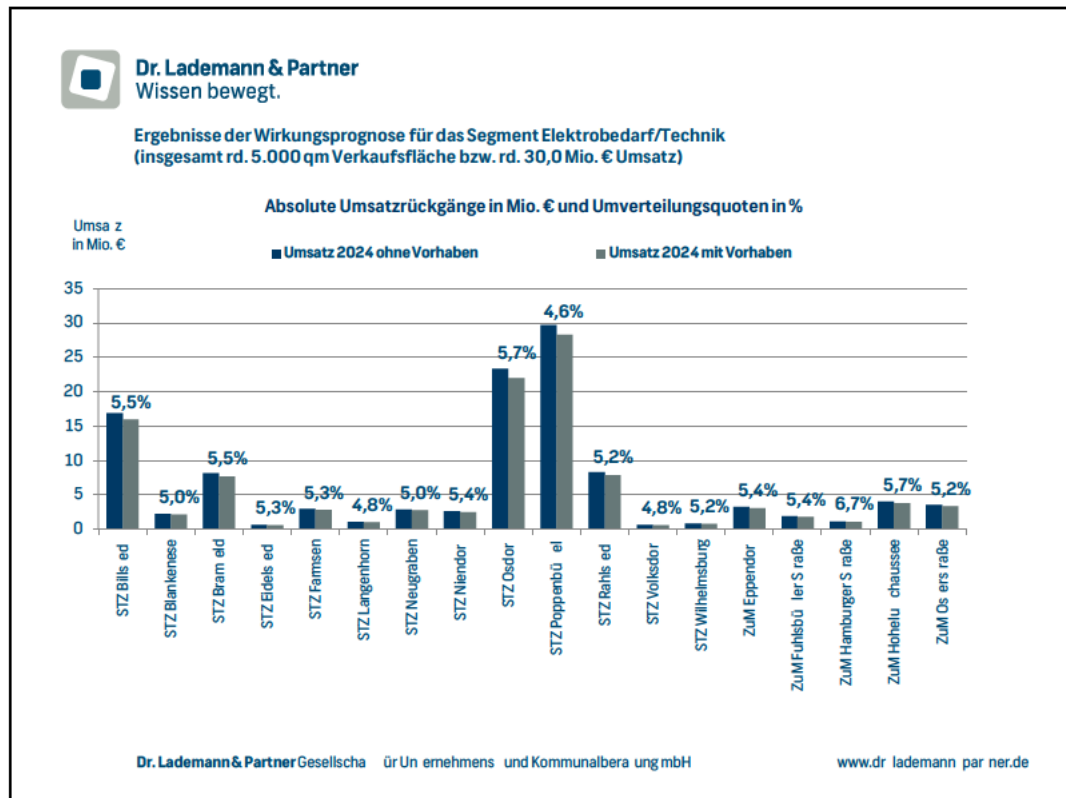


Abbildung 115: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Elektrobedarf/Technik in der Innenstadt und den Hauptzentren des Hamburger Stadtgebiets

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 4,8 und 7,6 %. Am stärksten betroffen ist aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen die traditionelle City als Teil der Hamburger Innenstadt sowie das nördliche Überseequartier. In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge ebenfalls für die City zu erwarten. Hier befindet sich eine Vielzahl von Anbietern (z.B. Saturn), die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen.



In den Stadtteilzentren und Zentren des urbanen Marktplatzes werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:



**Abbildung 116: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Elektrobedarf/Technik in den Stadtteilzentren und den Zentren des urbanen Marktplatzes**

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 4,6 und 6,7 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der räumlichen Nähe und Angebotsüberschneidungen die Angebote im Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße.

In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge in den Stadtteilzentren Osdorf und Poppenbüttel zu erwarten. Hier befinden sich u.a. mit jeweils einem Elektrofachmarkt Angebote, die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen.



In den untersuchten Innenstädten im Umland werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

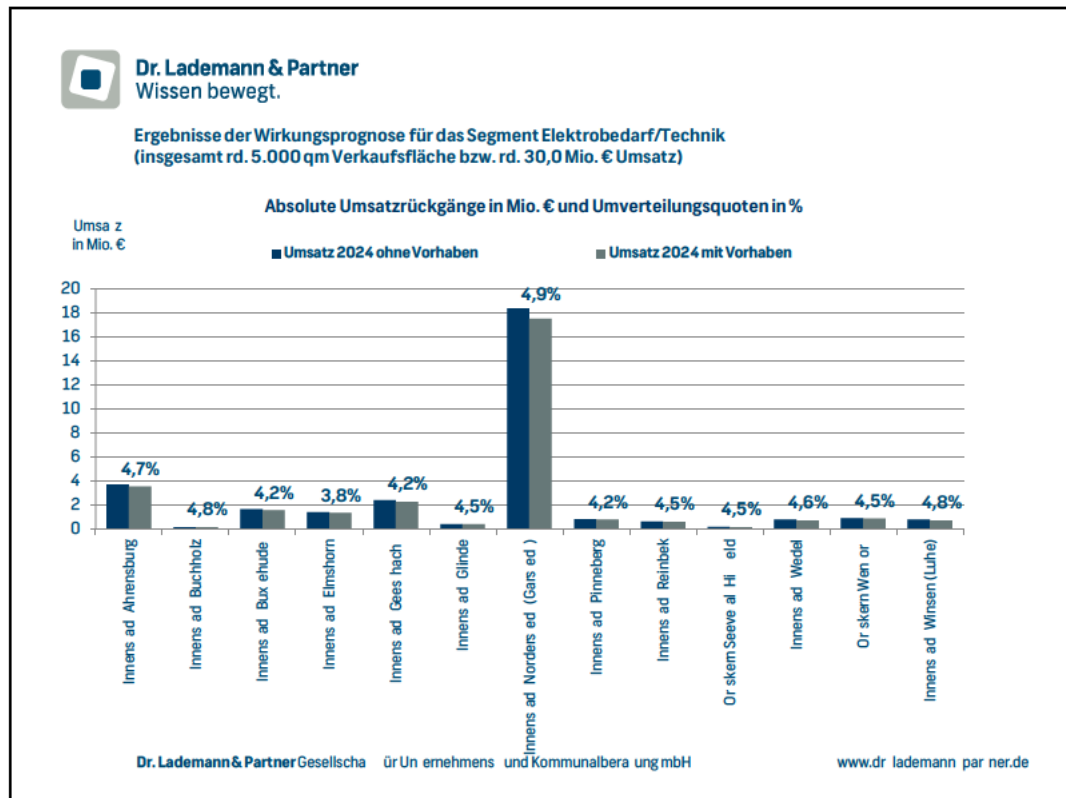


Abbildung 117: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Elektrobedarf/Technik in den Innenstädten der Mittelzentren im Umland

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 3,8 und 4,9 %. Die höchsten Quoten ergeben sich für die Innenstädte von Buchholz, Norderstedt und Winsen (Luhe).

In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge für das Herold-Center in Norderstedt zu erwarten. Hier befindet sich ein MediaMarkt, der im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier steht.

Die Umsatzumverteilungswirkungen an den untersuchten Standortlagen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets erreichen im Segment Elektrobedarf/Technik nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt etwa 5 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 7,5 % für die City zu erwarten. In absoluten Zahlen ist ebenfalls die City als Teilbereich der Hamburger Innenstadt am stärksten betroffen.



## 8.2.4 Sonstige zentrenrelevante Hartwaren

Im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren wäre im Falle einer Ansiedlung von bis zu 10.000 qm ein Umsatzzuwachs von rd. 40,0 Mio. € zu erwarten. In der City (City-Ost und City-West) und den Hamburger Hauptzentren werden dadurch folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

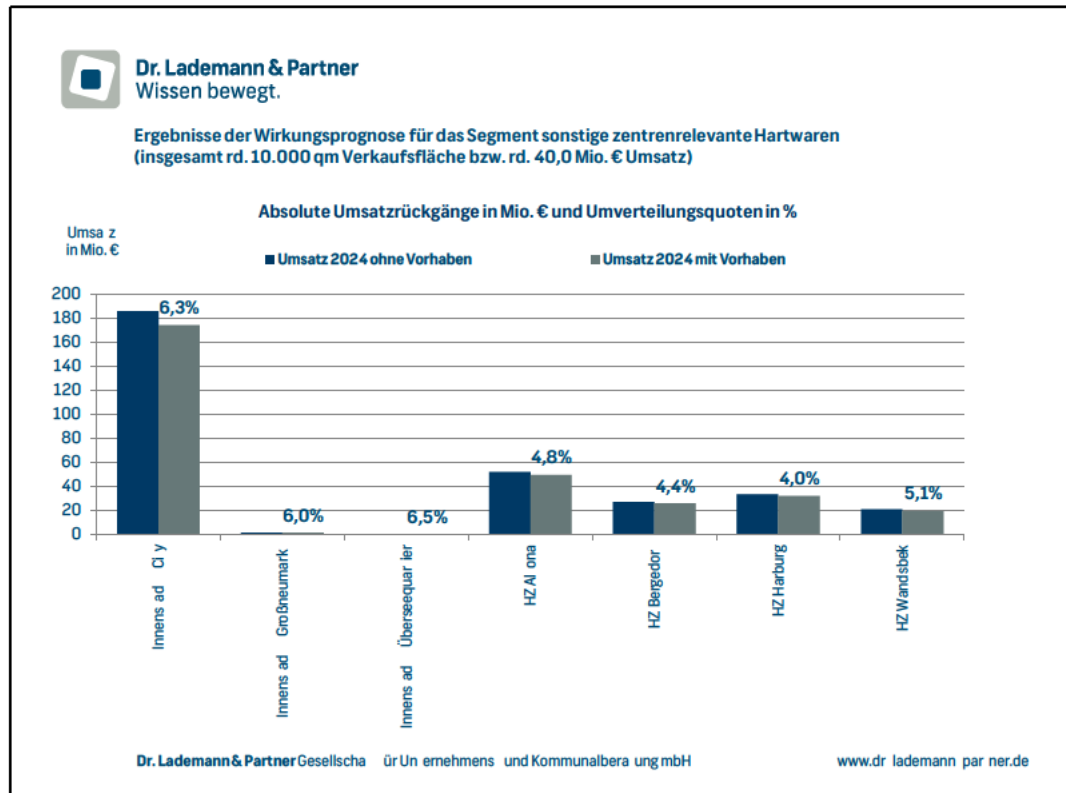


Abbildung 118: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren in der Innenstadt und den Hauptzentren des Hamburger Stadtgebiets

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 4,0 und 6,5 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen die traditionelle City als Teil der Hamburger Innenstadt und die Betriebe im Überseequartier, in dem das Vorhaben selbst verortet ist. In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge für die City zu erwarten. Hier befindet sich eine Vielzahl von Anbietern, die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen.



In den Stadtteilzentren und Zentren des urbanen Marktplatzes werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

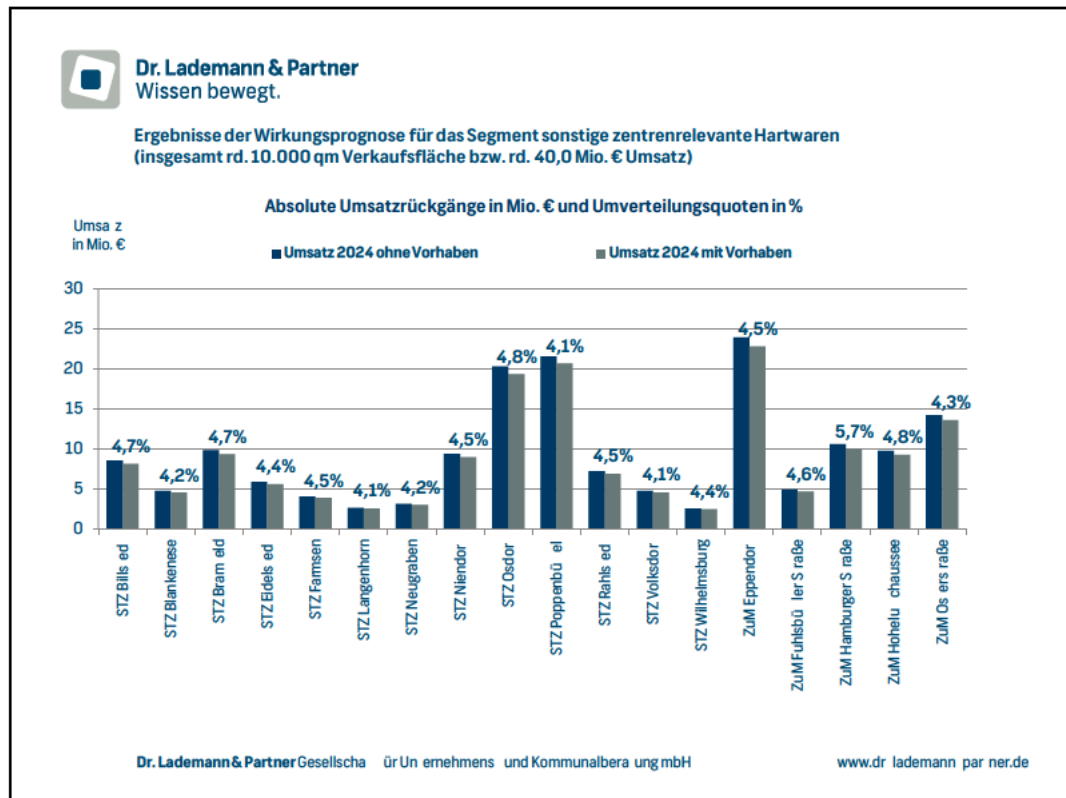


Abbildung 119: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren in den Stadtteilzentren und den Zentren des urbanen Marktplatzes

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 4,1 und 5,7 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der räumlichen Nähe und Angebotsüberschneidungen die Angebote im Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße.

In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge im Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf sowie in den Stadtteilzentren Osdorf und Poppenbüttel zu erwarten. Hier befindet sich eine Vielzahl von Betrieben, die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen.



In den untersuchten Innenstädten im Umland werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

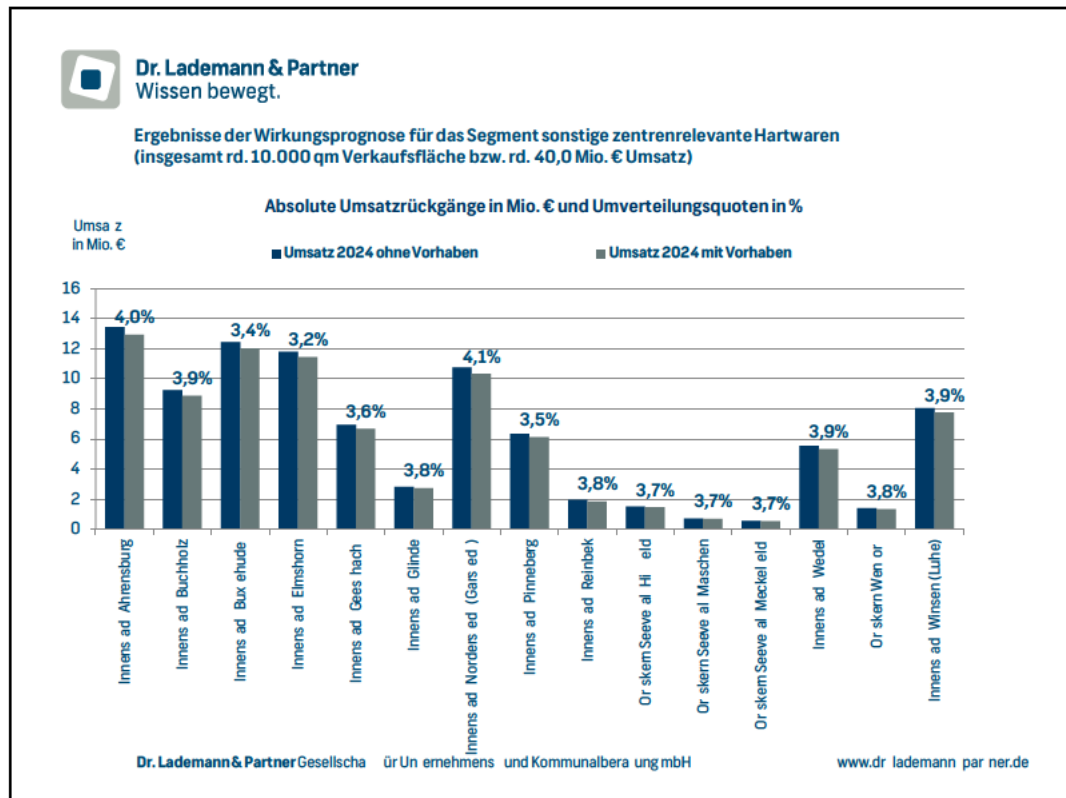


Abbildung 120: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren in den Innenstädten der Mittelzentren im Umland

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 3,2 und 4,1 %. Die höchsten Quoten ergeben sich für die Innenstädte von Norderstedt, Buchholz und Ahrensburg.

Auch in absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge für die Innenstädte von Ahrensburg, Buxtehude und Norderstedt zu erwarten. Hier befinden sich mehrere Betriebe, die im unmittelbaren Wettbewerb mit den Angebotsstrukturen im Überseequartier stehen.

Die Umsatzumverteilungswirkungen an den untersuchten Standortlagen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets erreichen im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt etwa 5 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 6,5 % prospektiv für das Überseequartier und die City zu erwarten. In absoluten Zahlen ist die City als Teilbereich der Hamburger Innenstadt am stärksten betroffen.



## 8.2.5 Periodischer Bedarf

Im Segment Periodischer Bedarf wäre im Falle einer Ansiedlung von bis zu 10.000 qm ein Umsatzzuwachs von rd. 76,0 Mio. € zu erwarten.

Da beim periodischen Bedarf nicht nur die Auswirkungen auf die Zentren, sondern auch die Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung von Bedeutung sind, wurde hier eine kleinräumigere Betrachtung vorgenommen, die sich auf das Kerneinzugsgebiet fokussiert und zusätzliche Teilraumbetrachtungen vornimmt. Innerhalb des Kernbereichs des Einzugsgebiets werden durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

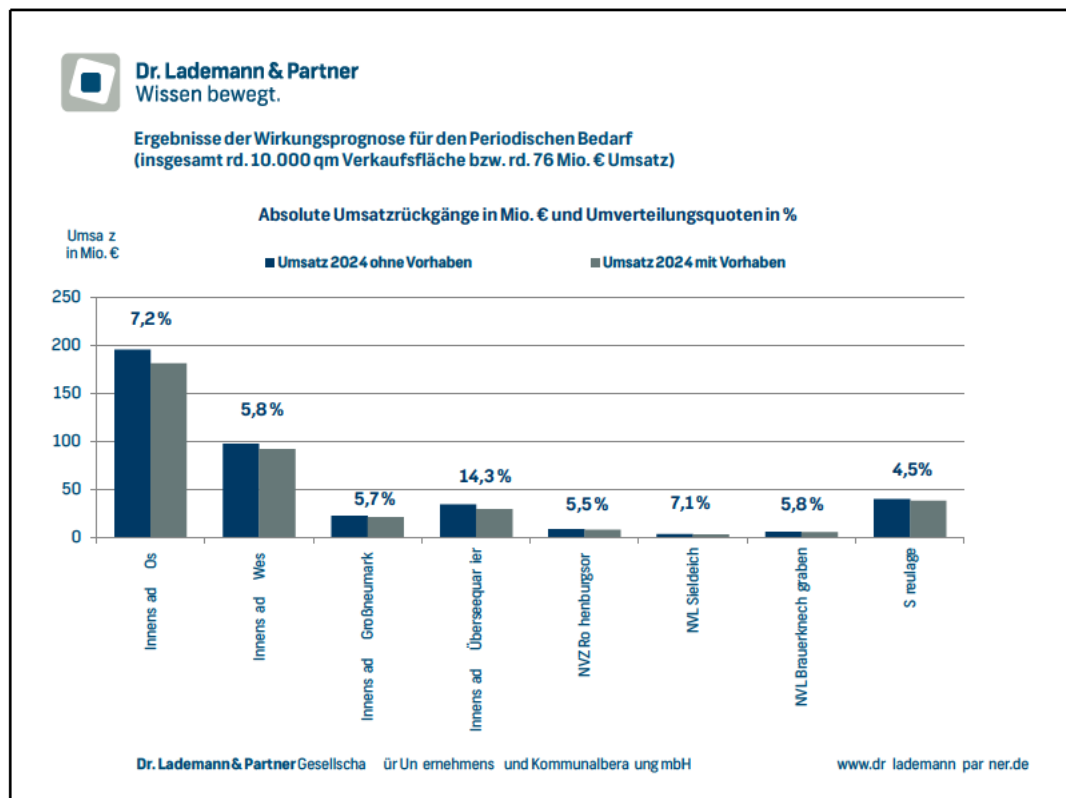


Abbildung 121: Umsatzumverteilungswirkungen 2024 im periodischen Bedarf im Kernbereich des Einzugsgebiets

Die Umsatzumverteilungsquoten bewegen sich zwischen 4,5 und 14,3 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen die Angebote im ZVB Überseequartier, in dem das Vorhaben selbst verortet ist.

In absoluten Zahlen gemessen, sind die höchsten Umsatzrückgänge für die in der City Ost ansässigen Anbieter zu erwarten.



Die Umsatzumverteilungswirkungen an den untersuchten Standortlagen innerhalb der Einzugsgebietszone 1 erreichen im Segment Periodischer Bedarf nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt etwa 7 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 14 % prospektiv für den ZVB Überseequartier zu erwarten, in dem das Vorhaben selbst verortet ist. In absoluten Zahlen ist die City-Ost am stärksten betroffen.



## 9 Bewertung des Vorhabens

### 9.1 Zu den Bewertungskriterien

Das WHÜ liegt im Geltungsbereich des B-Plans Hafencity 15, der für das betreffende Areal ein Kerngebiet (MK) ausweist. In Kerngebieten gemäß § 7 BauNVO sind Einzelhandelsbetriebe allgemein zulässig. Verkaufsflächen- oder Sortimentsbeschränkungen können in Kerngebieten nicht festgesetzt werden.

Bei der Aufstellung von B-Plänen muss aber gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB u.a. die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche berücksichtigt werden. Gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 8 BauGB sind bei der Aufstellung von B-Plänen zudem die Belange der Wirtschaft, auch ihrer mittelständischen Struktur im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung zu berücksichtigen. Nach § 2 Abs. 2 BauGB sind die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden aufeinander abzustimmen, wobei sich die Gemeinden auch auf die ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf die Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen können.

Die Vorhabenplanung ist demnach auf ihre Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche innerhalb und außerhalb von Hamburg sowie im Hinblick auf die Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung zu bewerten. Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden. Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

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

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall.



Dabei ist insbesondere auch die städtebauliche Ausgangslage der Standortbereiche zu berücksichtigen. So ist eine Gesamtbetrachtung aller städtebaulich relevanten Umstände vorzunehmen, insbesondere

- die voraussichtliche Umsatzumverteilung,
- die Entfernung zwischen dem Vorhaben und dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich und
- eine etwaige „Vorschädigung“ des Versorgungsbereichs oder die Gefährdung eines vorhandenen Magnetbetriebs, der maßgebliche Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs hat.

Die voraussichtliche Umsatzumverteilung stellt also einen wesentlichen – wenn auch nicht den einzigen – Indikator für die Bewertung, ob negative Auswirkungen zu erwarten sind, dar. 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).

Dient der 10 %-Schwellenwert bereits in der intrakommunalen Konstellation lediglich als „Faustformel“, so kann dieser erst recht in einer innerkommunalen Situation – also der Umsatzumverteilungen innerhalb einer Gemeinde – und umso mehr innerhalb desselben Versorgungsbereichs, lediglich als Indiz herangezogen werden.

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlich ermittelten Umsatzrückgänge ist immer auch die konkrete städtebauliche Ausgangslage der Standortbereiche zu berücksichtigen. Sofern Anhaltspunkte (z.B. leistungsfähig aufgestellte Magnetbetriebe, stabile Kundenfrequenz, hohe städtebauliche Qualität) dafür vorliegen, dass es sich bei einem zentralen Versorgungsbereich um einen besonders leistungsfähig aufgestellten Standortbereich handelt, muss auch ein absatzwirtschaftlich ermittelter Umsatzrückgang von mehr als 10 % nicht zwangsläufig negative Folgewirkungen nach sich ziehen. Sofern ein zentraler Versorgungsbereich jedoch gravierende städtebauliche Mängel erkennen lässt (z.B. hohe Leerstandsquote, Trading-Down-Tendenzen, vorgeschädigte Magnetbetriebe), kann umgekehrt auch ein Umsatzrückgang von weniger als 10 % bereits negative Auswirkungen nach sich ziehen.

Im Folgenden werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens hinsichtlich ihrer möglichen städtebaulichen Folgewirkungen für jeden betroffenen zentralen Versorgungsbereich interpretiert. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass Standorte in peripheren Lagen (v.a. Fachmarkttagglomerationen, Einkaufszentren auf der „Grünen Wiese“) nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzustufen sind und sich für diese Standorte demnach auch kein Schutzstatus nach den Bestimmungen des BauGB entfaltet. Auswirkungen auf solche Standorte (z.B. Fachmarktstandort Friedrich-Ebert-Damm) sind als rein wettbewerbliche Effekte zu beurteilen, die keine



städtebauliche Relevanz haben. Im Folgenden werden daher nur die „echten“ zentralen Versorgungsbereiche einer städtebaulichen Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen unterzogen.

Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass eine hohe Umverteilungsquote allein noch keine Aussage zur tatsächlichen Betroffenheit eines zentralen Versorgungsbereichs zulässt. Selbst wenn an einigen Standorten hohe Umverteilungsquoten erreicht werden, können die dahinterstehenden absoluten Umsatzrückgänge aufgrund geringer Einzelhandelsbestände an den entsprechenden Standorten gering ausfallen und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs nicht spürbar beeinträchtigen. Es stellt sich daher für jeden Standort die Frage, ob das jeweils geprüfte Sortiment an dem Standort überhaupt eine zentrenprägende Funktion hat und die Umsatzrückgänge in absoluten Zahlen auch ein gewisses Gewicht haben, sodass sich diese spürbar in der entsprechenden Einzelhandelsstruktur niederschlagen würden oder ob die Umsatzumverteilungsquote nur rein rechnerisch hoch ausfällt, da wenig Bestand da ist. Mit anderen Worten: Eine hohe Umverteilungsquote allein sagt noch nichts über die tatsächliche Betroffenheit eines Standorts aus. Absolute Umsatzrückgänge von weniger als 0,1 Mio. € lassen sich i.d.R. empirisch nicht mehr eindeutig nachweisen und induzieren somit auch keine negativen Auswirkungen.

Auch Marktaustritte einzelner Betriebe führen nicht unmittelbar zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche. Eine Funktionsstörung in beachtlichem Ausmaß liegt erst dann vor, wenn der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann. Dabei kommt es vor allem darauf an, ob für die Funktionsfähigkeit wichtige Magnetbetriebe und/oder Anbieter von zentrumsprägenden Sortimenten von dem Vorhaben betroffen sind. Sind Magnetbetriebe nur in ihren Randsortimenten betroffen, führt dies i.d.R. nicht zu einer Betriebsgefährdung und damit auch zu keinen möglichen negativen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche. Ein Beispiel für Betriebe, die weder zentrenprägend sind noch die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche maßgeblich beeinflussen, sind Handy-Shops. Auswirkungen auf solche Betriebe bleiben somit i.d.R. auch ohne städtebauliche Relevanz.

Betont sei an dieser Stelle, dass die ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen einem **absoluten Worst-Case-Ansatz** zugrunde liegen und tatsächlich deutlich geringer ausfallen werden:

- Geprüft wurde eine Verkaufsfläche von 68.000 qm, wenngleich voraussichtlich nur zwischen 43.000 und 46.000 qm Verkaufsfläche umgesetzt werden.
- Zudem stellt die Wirkungsprognose auf einen sektoralen Worst Case ab. D.h. es wurden je Sortiment Größendimensionierungen geprüft, die aufsummiert die Verkaufsfläche von 68.000 qm sogar noch überschreiten (→ 71.000 qm VK).



- Für die Bestandsumsätze im Nonfood-Einzelhandel wurde unterstellt, dass diese analog zu den Prognosen des IFH infolge der Covid-19-Pandemie und der hohen Wachstumsdynamik im Online-Handel bis zum Prognosehorizont 2024 je nach Sortiment um 18 bis 32 % absinken werden, obwohl davon ausgegangen werden kann, dass Hamburg als Metropole eher unterdurchschnittlich von Umsatzverlagerungen in den Online-Handel betroffen sein wird.
- Gleichzeitig wurde die Umsatzerwartung und Flächenproduktivität für das WHÜ nur geringfügig abgesenkt ggü. den Annahmen der GfK im Gutachten aus 2015/16. Ist die GfK noch davon ausgegangen, dass das Produktivitätsniveau der Hamburger Innenstadt etwa 15 % oberhalb des WHÜ liegen wird, gehen Dr. Lademann & Partner von einem etwa gleichen Produktivitätsniveau aus.
- Die tourismusinduzierten Einzelhandelsumsätze des WHÜ wurden fast vollständig (zu 95 %) als umverteilungsrelevant eingestuft und nicht aus der Wirkungsprognose ausgeklammert.
- Von einer Erhöhung des Nachfragevolumens infolge steigender Konsumausgaben bis 2024 wurde in der Wirkungsmodellierung ebenso abgesehen wie von der Annahme, dass die Realisierung des WHÜ abfließende Kaufkraft aus dem Untersuchungsraum (z.B. in die Outlet-Center nach Neumünster und Soltau) oder auch in den Online-Handel zurückholt.

## 9.2 Zu den Auswirkungen innerhalb der Hamburger Innenstadt

Voranzustellen ist zunächst, dass das Areal des WHÜ gemäß Hamburger Zentrenkonzept und Hamburger Innenstadtkonzept selbst einen Teil der Innenstadt darstellt, die sämtliche Bereiche innerhalb der Wallanlagen sowie die komplette HafenCity umfasst. Innerhalb der Innenstadt werden drei Citylagen als Einkaufsstandorte mit überregionaler Ausstrahlungskraft definiert:

- Mönckeberg- und Spitalerstraße (City Ost)
- Passagenviertel (City West)
- Überseequartier

Auf der Ebene des bezirklichen Nahversorgungskonzepts werden die City (Mönckeberg- und Spitalerstraße sowie Passagenviertel), das Überseequartier sowie zusätzlich der Großneumarkt als zentrale Versorgungsbereiche (Übergeordnete Zentren) innerhalb der Innenstadt räumlich abgegrenzt. Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose werden sich bezogen auf diese drei zentralen Versorgungsbereiche im Worst Case folgende Umsatzumverteilungswirkungen einstellen:



### Modischer Bedarf

- City = 9,3 %
- Großneumarkt = 8,9%
- Überseequartier (Nord) = 9,6 %

### Spiel/Sport

- City = 9,5 %
- Großneumarkt = 9,0 %

### Elektro/Technik

- City = 7,5 %
- Überseequartier (Nord) = 7,6 %

### Sonstige zentrenrelevante Hartwaren

- City = 6,3 %
- Großneumarkt = 6,0 %
- Überseequartier (Nord) = 6,5 %

### Periodischer Bedarf

- City Ost = 7,2 %; City West = 5,8 %)
- Großneumarkt = 5,7 %
- Überseequartier (Nord) = 14,3 %

Die städtebauliche Bewertung der prognostizierten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Citylagen wird im Folgenden differenziert vorgenommen, da sich die einzelnen Teilbereiche in ihrer Funktion und ihrer handelsseitigen Ausstattung erheblich unterscheiden.

## **9.2.1 Mönckebergstraße/Spitalerstraße (City Ost)**

Der Bereich Mönckebergstraße/Spitalerstraße stellt die Haupteinkaufslage der sogenannten City Ost dar, die im Gegensatz zur City West durch eine konsumig orientierte Einzelhandelsstruktur geprägt ist. Der Einzelhandelsbesatz fokussiert sich hier vor allem auf Flagshipstores und große Geschäftshäuser bekannter Filialisten und Marken, die vor allem dem mittelpreisigen Genre sowie in Teilen dem gehobenen Genre zuzuordnen sind. Als Magnetbetriebe sind vor allem das Warenhaus GALERIA Karstadt Kaufhof, P&C, Ansons, C&A, Zara, AppelrathCüpper, Görtz, Thalia, H&M, Sport Scheck und Saturn zu nennen, die sich entlang der beiden Straßenzüge aufreihen. Mit der Europa-Passage (u.a. Wormland, Kult, Thalia und der 3.000 qm große Food Sky) und der Perle Hamburg (u.a. Reserved, Mango) befinden sich hier auch zwei moderne Shoppingcenter. Ansonsten ist der Besatz nahezu ausschließlich durch bekannte Filialisten



unterschiedlicher Branchen geprägt, wenngleich der Sortimentsschwerpunkt – wie für Innenstadtlagen typisch – im Modischen Bedarf liegt. Insofern wird es zwischen dem WHÜ und dem Bereich Mönckebergstraße/Spitalerstraße zu erheblichen Angebotsüberschneidungen und Wettbewerbsbeziehungen um Mieter und Konsumenten kommen.

Mönckebergstraße und Spitalerstraße sind als traditionelle Haupteinkaufslagen Hamburgs fest im Bewusstsein der Verbraucher verankert und über Jahrzehnte etabliert, während sich das Überseequartier als neue Citylage erst noch behaupten muss. Dies ist angesichts der empirischen Beobachtungen, dass vollständig neu entwickelte Einkaufslagen häufig viele Jahre benötigen, um sich gegenüber den bei Verbrauchern „gelernten“ Einzelhandelsstandorten erfolgreich positionieren zu können, bei der Bewertung der Auswirkungen zu berücksichtigen. Auch gilt dies nicht nur in Bezug auf das Einkaufsverhalten der Konsumenten, sondern auch in Bezug auf die Standort- und Expansionspolitik des Handels. So werden die attraktiven, etablierten Einkaufslagen (trotz in der Regel höherer Mieten) „neuen Einkaufslagen“ tendenziell vorgezogen, sofern sich hier noch entsprechende Flächenpotenziale befinden. Der Bereich Mönckebergstraße/Spitalerstraße zählt sowohl aus der Konsumentenperspektive als auch aus der Perspektive des Handels zu den bekanntesten und stärksten Einzelhandelslagen ganz Deutschlands und wird seine Marktposition gegenüber dem WHÜ auch behaupten können.

In Bezug auf die Hamburger Innenstadt muss hier vor allem auch beachtet werden, dass im WHÜ zwar bis zu 68.000 qm Verkaufsfläche entstehen können, die Innenstadt aber mit etwa 300.000 qm Verkaufsfläche deutlich größer dimensioniert ist und demnach auch eine deutlich größere Anziehungskraft entfalten wird als das WHÜ. Dies gilt auch noch unter der Berücksichtigung, dass es bis 2024 zu größeren Abschmelzungen im innerstädtischen Verkaufsflächenbestand infolge der Covid-19-Pandemie kommen könnte, zumal für das WHÜ auch eher eine Fläche zwischen 43.000 und 46.000 qm zu erwarten ist.

Die Anziehungskraft der Hamburger Innenstadt und des Bereichs Mönckebergstraße/Spitalerstraße im Speziellen leiten sich aber nicht nur über den vielfältigen und groß dimensionierten Einzelhandelsbesatz sowie über die Vielzahl attraktiver Handelsformate ab, sondern wird auch durch die gute verkehrliche Anbindung begünstigt. So befindet sich der Hauptbahnhof<sup>68</sup> direkt im Anschluss an die Spitalerstraße, der vor allem für die Umlandkunden von großer Bedeutung ist, die als Kundengruppe für die Hamburger Innenstadt ohnehin einen hohen Stellenwert haben. Neben dem Hauptbahnhof (am zweitstärksten frequentierter Bahnhof Europas) sind zudem der U- und

---

<sup>68</sup> Für den Hauptbahnhof bestehen umfangreiche Umbaupläne. So sind eine Überdeckung des nördlichen Gleisfelds, ein Erweiterungsbau mit neuen Bahnsteigzugängen nach Süden, eine Glasüberdachung über die Steintorbrücke und ein Erweiterungsbau mit überdachter Passage in Richtung Kirchenallee vorgesehen. Vor allem die Erweiterung und Aufwertung im Bereich der Steintorbrücke und damit in unmittelbarer Nähe und Sichtachse zur Mönckebergstraße werden einen Entwicklungsimpuls für die City Ost auslösen.



S-Bahnhof Jungfernstieg, die U-Bahnstationen Mönckebergstraße und Rathaus sowie die zahlreichen Bushaltepunkte entlang der Mönckebergstraße von Relevanz für die verkehrliche Erreichbarkeit. Damit ist die Innenstadt vor allem hinsichtlich des ÖPNV auch noch besser in das regionale und überregionale Verkehrsnetz integriert als das WHÜ. Zahlreiche große Parkhäuser sorgen zudem für ein ausreichend groß dimensioniertes Stellplatzangebot.

Hinsichtlich des städtebaulichen Umfelds und der Aufenthaltsqualitäten wird der Bereich Mönckebergstraße/Spitalerstraße gegenüber dem mit hohen architektonischen und freiraumplanerischen Ansprüchen entwickelten WHÜ in direkter Wasserlage an der Elbe schwächer aufgestellt sein. Auch die Innenstadt hat aber ihre gestalterischen Qualitäten und gewährleistet eine ordentliche Einkaufsatmosphäre. Um diese langfristig zu erhalten, werden Investitionen in den öffentlichen Raum (über die bereits bewilligten Ausgaben hinaus) vor allem im Hinblick auf die Platzgestaltung notwendig sein. Die jüngsten Planungen zur „autoarmen Innenstadt“ des rot-grünen Senats werden sicherlich einen Beitrag zur Verbesserung der Aufenthaltsqualitäten auch im Bereich Mönckebergstraße/Spitalerstraße leisten können.

Als wichtigstes Entwicklungsprojekt ist die Realisierung des Quartiers am Klosterwall auf dem Areal der City Höfe zu nennen, die nach jahrelangen Diskussionen zum Thema Denkmalschutz nunmehr abgerissen werden sollen und durch eine Neuentwicklung ersetzt werden, die jedoch nur in begrenztem Umfang im Erdgeschoss auch Einzelhandelsnutzungen vorsieht. Eine Beeinträchtigung dieses sehr exponiert gelegenen und als „Eintrittskarte in die Innenstadt“ titulierten Entwicklungsprojekts durch das WHÜ besteht nicht, da der Hauptfokus des Quartiers am Klosterwall nicht auf der Handelsnutzung liegt.

Mit der im Zuge der Konzerninsolvenz erfolgten Aufgabe des GALERIA Karstadt Kaufhof-Warenhauses im östlichen Teil der Mönckebergstraße (ehemaliger Kaufhof) und von Karstadt Sports zwischen Mönckebergstraße und Spitalerstraße hat die City Ost zwei anziehungsstarke Magneten verloren.<sup>69</sup> Angesichts der Tatsache, dass sich nur wenige Meter weiter westlich an der Mönckebergstraße das zweite Warenhaus des Konzerns befindet, mit dem es erhebliche Überschneidungen gibt, erscheint die Standortaufgabe aus unternehmerischer Sichtweise nachvollziehbar. Letztendlich trägt die Aufgabe des einen Warenhauses auch zur Sicherung des anderen Warenhauses bei.

Bei der ehemaligen Kaufhof-Fläche handelt es sich um eine der besten Standortlagen in der gesamten City-Ost, die im Eingangsbereich der Mönckebergstraße mit direkter Zuwegung vom Hauptbahnhof und bester Visibilität gelegen ist. Insofern steht nicht zu befürchten, dass es hier zu einem langfristigen Leerstand des Objekts kommen wird. Ähnliches gilt auch für das gegenüberliegende, bis vor kurzem von Karstadt Sports genutzte Objekt. So kann zumindest für das Erdgeschoss, das Untergeschoss und das

---

<sup>69</sup> In den Darstellungen zur Angebotssituation mit Stichtag Mai 2020 sind die Schließungen noch nicht enthalten.



erste Obergeschoss von einer handelsbezogenen Nachnutzung ausgegangen werden, zumal es auch noch einige bekannte Marken und Filialisten gibt, die bislang nicht in der Innenstadt vertreten sind (z.B. Primark, TKMaxx). Und selbst wenn ein größerer Teil der Fläche nicht mit Handelsnutzungen wiederbelegt wird, sondern mit andersartigen Nutzungen (z.B. öffentliche/kulturelle Einrichtungen, Gastronomie/Freizeit), so würde dies die Funktionsfähigkeit der City Ost nicht grundlegend beeinträchtigen, da sich die Funktionsfähigkeit der Innenstadt nicht nur aus der Handelsfunktion ableitet, sondern auch andere publikumsintensive Nutzungsarten umfasst. Angesichts der perspektivisch rückläufigen Bedeutung des Einzelhandels in den Stadtzentren ergibt sich ohnehin die Notwendigkeit, mit der Integration neuer Nutzungsarten die Multifunktionalität der Stadtzentren zu erhöhen, um auch langfristig genügend Besuchsanlässe zu kreieren.

Auch wenn Karstadt Sports und das ehemalige Kaufhof-Warenhaus eine große Bedeutung für den innerstädtischen Einzelhandelsbesatz hatten, so verfügt die Innenstadt noch über zahlreiche weitere Magnetbetriebe, die die Sogkraft der Innenstadt aufrechterhalten. Die Funktionsfähigkeit der Innenstadt ist durch die Marktaustritte jedenfalls nicht grundsätzlich in Frage gestellt. Die großvolumigen Leerstände belasten zwar das Stadtbild erheblich, werden nach Einschätzung der Gutachter aber nur von temporärer Natur sein.

Im Modischen Bedarf werden aufgrund der vergleichbaren Handelsstrukturen nahezu alle Anbieter im Bereich Mönckebergstraße/Spitalerstraße von spürbaren Umsatzrückgängen infolge der Realisierung des WHÜ betroffen sein, die im absoluten Worst Case jedoch immer noch unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwert liegen werden. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass es hier sehr leistungsfähig aufgestellte Betriebe treffen wird, die in vielen Fällen als Flagshipstores die „Aushängeschilder“ der jeweiligen Marke bzw. des jeweiligen Handelskonzerns darstellen. Von vorhabeninduzierten Marktaustritten von Betrieben, die für die Leistungsfähigkeit der Hamburger Innenstadt im Bereich Mönckebergstraße/Spitalerstraße maßgeblich sind, ist daher nicht auszugehen. Es erscheint eher unrealistisch, dass die großen Marken und Handelskonzerne ihre angestammten und seit Jahrzehnten gehaltenen Standorte in der traditionellen Hamburger Innenstadt in Reaktion auf die Realisierung des WHÜ tatsächlich vollständig aufgeben werden.<sup>70</sup> Unter Berücksichtigung der weiter wachsenden Bedeutung des Online-Handels und der als Katalysator dafür wirkenden Corona-Krise (wovon aber das WHÜ genauso betroffen ist wie die traditionelle Innenstadt) muss allerdings von einem erhöhten Druck auf die Mieten ausgegangen werden, die in der Mönckebergstraße/Spitalerstraße typischerweise auf hohem Niveau liegen. Dies ist aber lediglich von immobilienwirtschaftlicher und nicht von städtebaulicher Relevanz.

---

<sup>70</sup> Auch S GNA hat sich aus der Hamburger Innenstadt nicht vollständig zurückgezogen, sondern betreibt weiterhin ein Warenhaus in der Mönckebergstraße sowie mit Sport Scheck auch ein großes Sportkaufhaus.



Im Segment Sport/Spiel sind im absoluten Worst Case vergleichbar hohe Auswirkungen zu erwarten. Betroffen davon sind vor allem die Spielwaren-Fachabteilung des GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhauses, Sport Scheck und MyToys sowie kleinere Anbieter wie z.B. Mammut, die allesamt spürbare Umsatzrückgänge zu erwarten haben werden. Das Angebot ist hier infolge der Aufgabe von Stadium zuletzt bereits zurückgegangen. Die in den letzten Monaten erfolgten Marktaustritte von Karstadt Sports, des ehemaligen Kaufhof-Warenhauses sowie von Jako-O haben dazu geführt, dass der Innenstadt weitere große Anbieter verloren gegangen sind.

Im Sportsegment repräsentiert Sport Scheck somit aktuell den einzigen großen Sport-Vollsortimenter in der gesamten Hamburger Innenstadt. Für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt ist Sport Scheck somit von zentraler Bedeutung, um die Angebotsvielfalt der Innenstadt sichern zu können. Ein Umsatzrückgang von knapp unter 10 % bedarf insofern einer sensiblen Betrachtung. Allerdings fließen Sport Scheck durch die kürzlich erfolgten Schließungen von Stadium und Karstadt Sports erhebliche „frei gewordene“ Umsatzpotenziale zu, die nicht nur dessen Umsatzbasis erheblich stabilisieren, sondern Sport Scheck auch eine sehr starke Marktposition als einzigem verbliebenen innerstädtischen Sport-Vollsortimenter beschere. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass Sport Scheck erst kürzlich von SIGNA (dem Eigentümer von Karstadt Sports) erworben wurde und die Aufgabe von Karstadt Sports somit auch im Eigeninteresse von SIGNA liegt, die Wettbewerbsposition von Sport Scheck zu stärken. Ein vorhabeninduzierter Marktaustritt von Sport Scheck mit der Folge, dass die Innenstadt ihre Versorgungsfunktion im Hinblick auf das Sportsegment weitgehend verlieren würde, kann somit trotz der vergleichsweise hohen Umsatzumverteilungswirkung ausgeschlossen werden. Dies gilt vor allem auch vor dem Hintergrund, dass Sport Scheck seine Fläche erst kürzlich modernisiert hat und sich sehr modern und leistungsfähig präsentiert.

Auch das Spielwarenangebot in der Innenstadt hat sich durch die Aufgaben von Jako-O und des ehemaligen Kaufhof-Warenhauses erheblich reduziert. Ähnlich wie im Sportsegment, profitieren die verbliebenen Anbieter (v.a. MyToys und das verbliebende GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhaus) davon allerdings infolge von Umsatzverlagerungen. Zudem sind die verbliebenden Anbieter leistungsfähig aufgestellt, sodass hier trotz der spürbaren Umsatzrückgänge keine weiteren bzw. zusätzlich durch das WHÜ ausgelösten Marktaustritte zu erwarten sind.

Im Segment Elektro/Technik sind im absoluten Worst Case Umsatzrückgänge von bis zu 7,5 % zu erwarten. Dabei wird es vor allem mit dem Saturn-Elektrofachmarkt sowie in Teilen auch mit der entsprechenden Fachabteilung bei GALERIA Karstadt Kaufhof zu Angebotsüberschneidungen kommen. Bei Saturn handelt es sich um den (nach eigenen Angaben) größten Elektronikmarkt der Welt. Allein die Verkaufsfläche von Saturn (knapp 18.000 qm) fällt damit mehr als dreimal so groß aus wie die selbst im sektoralen Worst Case anzunehmende Fläche im WHÜ. Saturn verfügt damit über eine derart starke Marktposition, dass ein vorhabeninduzierter Marktaustritt ausgeschlossen



werden kann. Allenfalls wäre eine Reduzierung der Verkaufsfläche um eines oder mehrere Obergeschosse denkbar, die jedoch unabhängig vom WHÜ in Reaktion auf die starke Betroffenheit dieses Segments durch den Online-Handel diskutiert werden könnte.

Im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren verteilen sich die Wirkungen auf eine Vielzahl größerer und kleinerer Anbieter, die dieses Segment mitunter auch als Randsortiment führen. Im absoluten Worst Case ist mit Umsatzrückgängen von etwa 6 % zu rechnen. Als für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt maßgebliche Betriebe sind hier vor allem das GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhaus und Filialisten wie Thalia, Depot, Butlers, Søstrene Grene, Christ etc. zu nennen. Darüber hinaus ist das Angebot in diesem Segment etwas kleinteiliger strukturiert. Die prognostizierten Umsatzrückgänge in diesem Segment werden deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts liegen und lassen keine vorhabeninduzierten Marktaustritte von für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt maßgeblichen Magnetbetrieben erwarten. In jedem Falle ausgeschlossen werden kann, dass die Innenstadt ihre Versorgungsfunktion in einem der unter den Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren zusammengefassten Teilsortimenten infolge von vorhabeninduzierten Geschäftsaufgaben verlieren wird. So verfügt gerade auch die City Ost über zahlreiche Anbieter, die fast ausnahmslos leistungsfähig aufgestellt sind und von den Agglomerationseffekten mit den großen Ankerbetrieben profitieren können.

Im periodischen Bedarf werden die Auswirkungen aufgrund des relativ großen Verkaufsflächenumfangs im WHÜ und der räumlichen Nähe bei etwa 7 % im Teilbereich City Ost liegen und damit durchaus spürbar sein. Die Quote fällt vor allem deshalb vergleichsweise hoch aus, weil der periodische Bedarf in der Innenstadt auch stark vom Tourismus getragen wird und die tourismusinduzierten Umsätze des WHÜ deutlich stärker zu Lasten der City Ost als zu Lasten der außerhalb der Innenstadt gelegenen Standortbereiche wirken, die vor allem auf die lokale Nachfrage orientiert sind. Betroffen davon sind vor allem die Märkte von Rewe in der Europa Passage und in der Spitalerstraße sowie die Lebensmittelabteilung im GALERIA Karstadt Kaufhof. Diese Märkte sind aber aufgrund der weitgehend fehlenden Wohnnutzungen in der City Ost neben Touristen sehr stark auf die Versorgung der in der Innenstadt arbeitenden Menschen ausgerichtet. Diese werden ihre Einkäufe aufgrund der räumlichen Entfernung zum WHÜ nicht in signifikantem Maße auf das WHÜ verlagern. Insofern ergibt sich zum WHÜ nur eine eingeschränkte Wettbewerbsbeziehung. Vorhabeninduzierte Marktaustritte können insofern ausgeschlossen werden.

Neben der Haupteinkaufslage Mönckebergstraße/Spitalerstraße zählen auch noch das Kontorhausviertel und das Nikolai-Quartier zur City Ost. Diese beiden Quartiere unterscheiden sich jedoch sowohl hinsichtlich ihrer Nutzungsstruktur als auch ihres Handelsbesatzes erheblich von der Haupteinkaufslage.



Das südlich der Mönckebergstraße/Steinstraße gelegene und aufgrund seiner hohen städtebaulichen Qualität als UNESCO-Weltkulturerbe ausgezeichnete Kontorhausviertel ist vor allem durch Büronutzungen geprägt und weist auch in den Erdgeschosslagen keinen durchgängigen Handelsbesatz auf. Stattdessen sind hier verstärkt auch gastronomische Nutzungen in den Erdgeschosslagen vertreten. Der Handelsbesatz ist fast ausschließlich durch inhabergeführte Betriebe mit teils sehr spezialisierten, individuellen Sortimenten gekennzeichnet. Größter Anbieter ist hier das hochwertige Format Manufactum.

Das Nikolaiquartier umfasst die Bereiche zwischen Alsterfleet, Willy-Brandt-Straße und Domstraße und beinhaltet somit auch das Rathaus. Als wesentliche Handelslage fungieren dabei der Straßenzug Großer Burstah/Große Johannisstraße sowie die kleinteiligen Strukturen in Richtung Domstraße. Auch hier ist jedoch kein durchgängiger Handelsbesatz gegeben. Neben den Fassaden großer öffentlicher Gebäude (Rathaus, Handelskammer) und Bürogebäude (z.B. HASPA) entlang der Großen Johannisstraße/Großer Burstah sind vor allem kleinteilige handelsergänzende Nutzungen und Büronutzungen neben dem Handel prägend für dieses Quartier. Der Einzelhandelsbesatz wird dabei ebenfalls vor allem von kleineren inhabergeführten Anbietern dominiert. Größter Anbieter ist hier das Wäschehaus Möhring.

Sowohl das Kontorhausviertel als auch das Nikolaiquartier stehen insofern nicht im direkten Wettbewerb mit dem WHÜ und werden in ihrer speziellen Funktionsfähigkeit als Nebenlagen der Innenstadt nicht maßgeblich beeinträchtigt werden.

Die City Ost wird zwar von deutlich spürbaren Umsatzumverteilungswirkungen betroffen sein, eine durch das WHÜ ausgelöste mehr als unwesentliche Beeinträchtigung dieser überregional bekannten und besonders sogstarken Einzelhandelslage der Hamburger Innenstadt ist allerdings nicht zu erwarten, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden.



## 9.2.2 Passagenviertel (City West)

Die City West unterscheidet sich hinsichtlich ihrer baulichen und einzelhandelsseitigen Strukturen erheblich von der City Ost. So ist die City West zum einen durch eine kleinteiligere Bebauungsstruktur gekennzeichnet, die sich auch im Handelsbesatz wiederfindet. Zum anderen ist das Einzelhandelsangebot deutlich höher positioniert und zielt vor allem auf das gehobene bis hin zum Premium- und Luxussegment ab. Auch viele individuellere und speziellere Fachgeschäfte sind hier verortet. Prägend sind dabei zudem mehrere kleine, z.T. historische Einkaufspassagen (Hanseviertel, Hamburger Hof, Galleria, Kaisergalerie, Kaufmannshaus), die für eine besondere charakteristische Einkaufsatmosphäre sorgen, die weit über die Grenzen Hamburgs bekannt ist. Die andersartige Positionierung der City West gegenüber der City Ost führt dabei auch zu einer unterschiedlichen Zielgruppenansprache und -frequentierung.

Die verkehrliche Anbindung des Passagenviertels ist ebenfalls als sehr gut zu bewerten. Mit dem U- und S-Bahnhof Jungfernstieg, den beiden U-Bahnstationen Gänsemarkt und Stephansplatz, der S-Bahnstation Stadthausbrücke sowie dem Rathausmarkt und dem Jungfernstieg als wichtige Bushaltepunkte ist die City West vor allem im Hinblick auf den ÖPNV sehr gut angebunden. Mehrere Parkhäuser sorgen aber auch für ein ausreichend bemessenes Stellplatzangebot.

Als Haupteinkaufslagen sind der Jungfernstieg bis zum Gänsemarkt sowie die Straßenzüge Neuer Wall, Große Bleichen, Gerhofstraße und Poststraße zu nennen, die das nordwestlich des Rathauses gelegene Passagenviertel prägen. Hauptsächlich initiiert durch BIDs haben in diesem Bereich in den letzten Jahren umfängliche Aufwertungsmaßnahmen stattgefunden, sodass sich der Straßenraum hier in einem sehr ansprechenden Zustand befindet und in Verbindung mit den Kanälen und Fleeten eine hohe Aufenthaltsqualität generiert. Die Aufenthaltsqualität in der City West wird aber auch ganz wesentlich durch den Jungfernstieg und das Alsterufer geprägt. Das Vorhaben, den Jungfernstieg autofrei zu machen, wird die Bedeutung dieses Innenstadtbereichs als Flaniermeile noch erhöhen.

Als ein wesentlicher Magnetbetrieb der City West ist das Alsterhaus hervorzuheben, welches als eines der drei Premium-Warenhäuser der KaDeWe Group fungiert und sich vor allem auch bei Touristen großer Beliebtheit erfreut. Eine besondere Anziehungskraft erfährt vor allem der Neue Wall als bekannte Luxuseinkaufsstraße mit zahlreichen Flagship Stores bekannter Designer-Marken wie Louis Vuitton, Hugo Boss, Chanel, Mulberry, Moncler, Hermes, Cartier, Longchamp oder Bulgari. Auch viele Markenstores wie Apple, Rituals, Abercrombie & Fitch, Thommy Hilfiger, Marco O'Polo, Superdry, Levi's, Scotch & Soda u.v.m. sind hier verortet. Zudem finden sich hier auch einige bekannte Filialisten wie H&M, Zara und Görtz (mit Untermarken wie & Other Stories, Massimo Dutti, COS oder Zara Home), deren Geschäfte jedoch gegenüber den großen Häusern in der City Ost deutlich kleiner dimensioniert und auch etwas höherwertiger



positioniert sind. Ferner gehen insbesondere von Anbietern wie dem Zalando Outlet Store, Urban Outfitters, Kult und Globetrotter Sogeffekte aus.

In der City West sind auch mehrere aktuelle Entwicklungsprojekte verortet. Hervorzuheben ist hier insbesondere die Entwicklung von Art-Invest am Alten Wall, direkt neben dem Rathaus, unter Erhaltung der historischen Fassade einen großen Geschäftshauskomplex zu realisieren, in dem als Ankermieter kürzlich der japanische Textilfilialist UNIQLO eingezogen ist. Ebenfalls besonders hervorzuheben ist das Projekt Stadthöfe zwischen Stadthausbrücke, Große Bleichen und Neuer Wall. Hier entsteht ein gemischt genutztes Quartier in einem historischen Gebäudeensemble, in dem neben vielen anderen Nutzungen auch Einzelhandelsnutzungen vorgesehen sind. Gegenüber der ursprünglichen Planung von bis zu 5.000 qm Einzelhandelsfläche wird sich die Handelsnutzung allerdings deutlich reduzieren – auch weil das Areal bereits abseits der ‚gelernten‘ Einzelhandelslage liegt. Auch der Abriss der Gänsemarktpassage am Gänsemarkt und die Neuentwicklung eines Büro-, Wohn- und Geschäftskomplexes auf dem Areal ist als größeres Entwicklungsprojekt in der City West anzuführen. In diesem Zuge wird die ohnehin nicht mehr vollständig mit Handelsnutzungen belegte Passage vollständig aufgegeben und Handelsnutzungen werden künftig nur noch in den zum Straßenraum orientierten Erdgeschossflächen bestehen.

All diese Projekte werden durch das WHÜ nicht in Frage gestellt. Das Projekt am Alten Wall ist bereits kürzlich weitgehend fertiggestellt worden. Die Neuentwicklung des Areals der Gänsemarkt-Passage sieht einen Rückbau von Handelsflächen vor. Zwar gestaltet sich die einzelhandelsseitige Vermietung der Stadthöfe verhältnismäßig schwierig. Dies liegt aber nicht in der Konkurrenz durch das WHÜ begründet, sondern vielmehr daran, dass es sich hier um eine eher kleinteilige und introvertierte Entwicklung handelt, die sich bereits abseits der Haupteinkaufslagen befindet und somit allenfalls für Einzelhandelskonzepte mit hohem Anteil an Zielkunden geeignet ist.

Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass die City West etwas geringer vom WHÜ betroffen sein wird als die City Ost. Dies liegt vor allem in der höheren und individuelleren Positionierung des Handelsbesatzes begründet und in der charakteristischen Umgebung des Passagenviertels und des Jungfernstiegs, die diesen Teilbereich der Innenstadt weniger austauschbar macht. Die City West ist national und international als die Premiumlage der Hamburger Innenstadt bekannt. Premiulagen lassen sich aufgrund der spitzen Zielgruppe nicht beliebig oft kopieren. Das WHÜ wird zwar auch Angebote aus dem gehobenen Segment bis in Teilen auch Premiumsegment vorhalten, allerdings nicht annähernd den Umfang der City West erreichen und deren Positionierung innerhalb des Innenstadtgefüges somit auch nicht in Frage stellen.

Im Modischen Bedarf werden vor allem die konsumigeren Filialisten wie H&M und Zara sowie die Markenstores aus dem gehobenen Genre vom WHÜ betroffen sein. Aufgrund der Vielzahl von Anbietern und der daraus abgeleiteten Agglomerationswirkung in



Verbindung mit dem städtebaulichen Umfeld und der besonderen Einkaufsatmosphäre wird es hier aber nicht zu vorhabeninduzierten Marktaustritten kommen, die in der Summe die Attraktivität und Funktionsfähigkeit als Teilbereich der Hamburger Innenstadt signifikant beeinträchtigen könnten. Dies gilt vor allem auch vor dem Hintergrund, dass es sich hier um eine sehr etablierte und gut frequentierte Einzelhandelslage handelt, die abgesehen von Nebenlagen und temporären Flächen keine Leerstände aufweist und sich somit sowohl bezogen auf die Konsumenten als auch bezogen auf die Mieter als besonders leistungsfähig und attraktiv darstellt.

Mögliche Preisanpassungen in Bezug auf das aktuell sehr hohe Mietniveau sind infolge der Flächenausweitung in der HafenCity zwar nicht ausgeschlossen, haben aber lediglich eine immobilienwirtschaftliche Dimension und keine städtebauliche Relevanz. Angebotsüberschneidungen zwischen dem WHÜ und dem Premium- und Luxussegment, welches in erster Linie den Neuen Wall und die Großen Bleichen sowie viele Passagen prägt, werden mit dem niedriger positionierten WHÜ kaum zu erwarten sein. Dies gilt in Teilen auch für das Alsterhaus, welches erst vor kurzem modernisiert und als Premium-Warenhaus mit einem entsprechenden Markenbesatz und Zielgruppenfokussierung neu positioniert wurde. Eine vorhabeninduzierte Schließung dieses weit über Hamburg hinaus ausstrahlenden und für das Passagenviertel prägenden Formats kann daher ausgeschlossen werden.

Im Segment Spiel/Sport gibt es nicht zuletzt auch infolge der insolvenzbedingten Schließung von Planet Sports im Passagenviertel nur relativ wenig Bestand. Betroffen sind hier allenfalls das Alsterhaus sowie Globetrotter, das in der Gerhofstraße einen kleinen Citystore betreibt, der gleichwohl nicht die typischen Erlebniselemente beinhaltet, wie man es von den großen Globetrotter-Geschäften kennt. Bei Globetrotter ist auch zu berücksichtigen, dass hier nur das Outdoor-Segment bedient wird und Globetrotter keinen Sport-Vollsortimenter darstellt. Eine Angebotsüberschneidung ist also nur gegeben, wenn im WHÜ ein vergleichbarer Outdoor-Anbieter angesiedelt wird. Aber selbst dann werden die Umsatzrückgänge zwar deutlich spürbar sein, aber auf einem Niveau liegen, welches noch keine Marktaustritte zwangsläufig erwarten lässt. Da sich die Funktionsfähigkeit der City West aber ohnehin nicht an der Branche Spiel/Sport, sondern vielmehr am Modischen Bedarf festmachen lässt, hätte selbst ein Marktaustritt von Globetrotter keine städtebauliche Relevanz. Im Alsterhaus wird dieses Segment nur als stark untergeordnetes Randsortiment angeboten und zudem mit einer klaren Zielgruppenfokussierung auf den hochwertigen Bedarf, sodass hier nur bedingte Angebotsüberschneidungen zu erwarten sind.

Auch das Segment Elektro/Technik wird abgesehen vom Apple-Store am Jungfernstieg und einigen wenigen kleinen Fachgeschäften für hochwertige Technik (z.B. HiFi Klubs an der Stadthausbrücke) im Passagenviertel kaum angeboten. Die Angebotsüberschneidungen des WHÜ mit diesen sehr speziellen Anbietern werden daher überschaubar sein. Ein vorhabeninduzierter Marktaustritt von Apple als einer der



wesentlichen Magnetbetriebe der City West kann angesichts der enormen Markenstärke und Anziehungskraft von Apple ausgeschlossen werden.

In Bezug auf die sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren gibt es auch nur wenige größere Betriebe, die mit dem WHÜ im unmittelbaren Wettbewerb stehen werden. Zu nennen sind hier insbesondere Zara Home, Butlers und Depot. Die Höhe der prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen lässt allerdings nicht erwarten, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten kommen wird. Darüber hinaus werden die sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren vor allem von höher positionierten Konzepten wie Illums Bolighus oder Riviera Maison angeboten und auch das Alsterhaus hält hier ein signifikantes Angebot vor, welches gleichwohl nur bedingt im Wettbewerb mit dem niedriger positionierten WHÜ stehen wird. Auch bezüglich dieses Sortiments sind insofern keine Beeinträchtigungen zu erwarten.

Im periodischen Bedarf werden die Auswirkungen aufgrund des relativ großen Verkaufsflächenumfangs im WHÜ bei etwa 6 % im Teilbereich City West liegen und damit aufgrund der Entfernung etwas niedriger ausfallen als in der City Ost. In der City West gibt es mit dem EDEKA-Markt im Hanse-Viertel und den Fachabteilungen im Segment Food und Gastro im Alsterhaus sowie einigen Drogeriemärkten aber kaum größere Angebote. Ähnlich wie in der City Ost finden sich auch im Passagenviertel kaum Wohnnutzungen, sodass die Angebotsstrukturen neben Touristen auf die Versorgung der in der Innenstadt arbeitenden Menschen ausgerichtet sind. Diese Strukturen werden aufgrund der räumlichen Entfernung des WHÜ jedoch nicht tangiert. Das Angebot im Alsterhaus, welches seinen Fokus auf besonders hochwertige Nahrungs- und Genussmittel gelegt hat und dies mit Gastroelementen verknüpft und damit eine besondere Spezifikation ausbildet, wird ebenfalls nur geringfügig betroffen sein.

Als Nebenlagen innerhalb der City West sind das Opernquartier und die Colonnaden hervorzuheben. Das Opernquartier wurde durch zahlreiche Neuentwicklungen in den letzten Jahren, die auch den Straßenraum betrafen, umfassend neu strukturiert. Als Handelslage spielt das Opernquartier allerdings kaum eine Rolle. Vielmehr stehen hier Gastronomienutzungen (z.B. L'Osteria, Jim Block) im Fokus. Die städtebaulich sehr ansprechenden, historischen Colonnaden hingegen weisen durchaus einen dichteren Einzelhandelsbesatz auf. Dieser ist allerdings ausschließlich durch inhabergeführte Läden, mit teils hoher Spezialisierung charakterisiert und steht damit nur bedingt im Wettbewerb mit dem WHÜ. Mit dem Abriss der Gänsemarkt-Passage und der Neuentwicklung eines gemischt genutzten Quartiers auf dem Areal erfahren die Colonnaden perspektivisch ebenfalls eine Aufwertung. Eine vorhabeninduzierte Beeinträchtigung dieser besonderen Nebenlage kann insofern ausgeschlossen werden.



Die Angebotsüberschneidungen zwischen WHÜ und City West werden sich aufgrund der höherwertigen Positionierung des Passagenviertels bis in das Premium- und Luxussegment in Grenzen halten. Von einer vorhabeninduzierten mehr als unwesentlichen Beeinträchtigung dieser etablierten Handelslage der Hamburger Innenstadt ist nicht auszugehen, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden.

### 9.2.3 Großneumarkt

Der Großneumarkt ist innerhalb der Hamburger Innenstadt als gesondertes Zentrum ausgewiesen. Anders als die City Ost und West sowie das Überseequartier handelt es sich hierbei jedoch um keine Citylage mit überregionaler Ausstrahlungskraft. Selbst die im bezirklichen Nahversorgungskonzept zugewiesene übergeordnete Zentrenfunktion erfüllt dieser Standortbereich faktisch nicht. Vielmehr handelt es sich um eine auf die Grundversorgung der in der Neustadt lebenden Menschen orientierte Handelslage. So stellt das Umfeld des Großneumarkts die größte zusammenhängende Wohnnutzung innerhalb der Innenstadt dar (außer HafenCity), wodurch sich dieser Bereich hinsichtlich seiner Nutzungsstrukturen auch erheblich von den durch Büro- und Geschäftsnutzungen dominierten Bereichen City Ost und City West unterscheidet.

Das gewachsene Zentrum umfasst neben dem zentralen Quartierplatz Großneumarkt die angrenzenden Straßenzüge und ist durch kleinteilige Bebauungs- und Nutzungsstrukturen gekennzeichnet. In Verbindung mit der historischen Bausubstanz verfügt der Bereich über eine ansprechende Aufenthaltsqualität und generiert eine hohe städtebauliche Qualität. Galt die Neustadt vor einigen Jahrzehnten noch als „Problemviertel“, hat sie sich heute zu einer gefragten, innerstädtischen Wohnlage urbaner Prägung entwickelt.

Die Einzelhandelsstruktur ist ausschließlich durch kleinflächige, inhabergeführte Betriebe geprägt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im periodischen Bedarf. Auch sämtliche Magnetbetriebe sind dem periodischen Bedarf zuzuordnen (Edeka, Rewe, Penny, Biomarkt, Budnikowsky).

Im Segment Elektro/Technik gibt es überhaupt keinen Angebotsbestand und im Segment Sport/Spiel beschränkt sich das Angebot auf eine Fahrradmanufaktur. Die Umsatzumverteilungswirkungen liegen hier in absoluten Zahlen gemessen unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Im Modischen Bedarf sowie bei den sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren beschränkt sich das Angebot auf einige wenige kleine inhabergeführte Betriebe, die mit dem WHÜ nur eingeschränkt im Wettbewerb stehen und auch keine Zentrenprägung entfalten.



Die Funktionsfähigkeit des Zentrums macht sich vielmehr an den nahversorgungsrelevanten Angeboten fest. Hier wird es zwar zu Umsatzrückgängen im Bestand kommen, allerdings lediglich in einer Größenordnung, bei der keine Marktaustritte zu erwarten sind (rd. 5,7 % Umsatzrückgang). Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die ansässigen Betriebe ausschließlich auf die Grundversorgung der in der Neustadt lebenden Menschen orientiert sind, was sich einerseits an den geringen Verkaufsflächendimensionierungen festmachen lässt und andererseits daran, dass keiner der Nahversorger über eine eigene Stellplatzanlage verfügt. Ohnehin ist der Großneumarkt verkehrlich so schwer zugänglich, dass hier kein signifikanter überörtlicher Verkehr wahrzunehmen ist. Die im Umfeld lebenden Menschen werden sich aufgrund der zu großen räumlichen Entfernung im Hinblick auf ihre tägliche Versorgung nicht in signifikantem Maße auf das WHÜ umorientieren, sodass eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Großneumarkts ausgeschlossen werden kann.

**Der Großneumarkt stellt eine auf die Nahversorgung der umliegenden Wohnbevölkerung orientierte Sonderlage innerhalb der Innenstadt dar und wird in seiner Versorgungsfunktion durch das WHÜ nicht beeinträchtigt werden.**

## 9.2.4 Überseequartier

Im Überseequartier in der HafenCity werden in allen Sortimenten die höchsten Umsatzumverteilungsquoten erreicht. Dies gilt insbesondere für den periodischen Bedarf und bezieht sich auf die entlang des Überseeboulevards gelegenen Einzelhandelsnutzungen im nördlichen, bereits seit vielen Jahren fertiggestellten Teil des Überseequartiers. Mit Ausnahme des periodischen Bedarfs werden die Umsatzumverteilungswirkungen in absoluten Zahlen gemessen aber eher gering ausfallen.

Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass das WHÜ selbst Teil dieses ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichs ist und das Zentrum mit dem WHÜ überhaupt erst die Dimensionierung erreichen wird, die der ursprünglichen Planung des Überseequartiers zugrunde liegt. Das nördliche Überseequartier konnte aufgrund seiner begrenzten Dimensionierung allein nicht annähernd die Frequentierung und Anziehungskraft erzielen, die dem kommerziellen Zentrum der HafenCity gemäß Innenstadtkonzept und Zentrenkonzept eigentlich zugestanden wird. Dies hat in den vergangenen Jahren bereits zu zahlreichen Mieterwechseln und auch zu Zugeständnissen auf der Vermieterseite geführt, was sich durch die immer weiter zeitlich auseinanderfallende Realisierung von nördlichem und südlichem Überseequartier auch nicht maßgeblich entschärft hat.



Rein rechnerisch wird es zu relevanten Umsatzumverteilungswirkungen zwischen dem nördlichen und dem südlichen Teil des Überseequartiers kommen. Sowohl funktional als auch städtebaulich betrachtet sind diese Wirkungen aber nicht von Relevanz, da das gesamte Überseequartier durch die Entwicklung des WHÜ erst die Strahlkraft entwickelt, derer es für ein funktionsfähiges und überregional ausstrahlendes City-Zentrum bedarf. Mögliche Neusortierungen des Einzelhandelsbesatzes zwischen dem nördlichen und dem südlichen Teil des Überseequartiers haben weder versorgungsstrukturell noch städtebaulich relevante Auswirkungen, da sie sich innerhalb eines begrenzten räumlichen Radius sowie innerhalb derselben Zentrenausweisung bewegen. Das WHÜ und das Überseequartier Nord werden als Standort interagieren und nicht zuletzt über die Wegeverbindung entlang der Domachse, die durch das nördliche Überseequartier zum WHÜ verläuft, wird es auch zu einem Frequenzaustausch der beiden Standorte kommen.

Die Auswirkungen des WHÜ auf das nördliche Überseequartier sind städtebaulich nicht relevant, da sich beide Teile des Überseequartiers innerhalb der Grenzen desselben zentralen Versorgungsbereichs befinden und ihnen insgesamt die Funktion einer überregional ausstrahlenden City-Lage zugeschrieben ist. Zudem sind ein Frequenzaustausch und eine Interaktion zwischen den Standorten zu erwarten.



## 9.3 Zu den Auswirkungen auf die Hamburger Hauptzentren

Das Hamburger Zentrenkonzept weist mit Harburg, Bergedorf, Altona und Wandsbek insgesamt vier Hauptzentren aus, die historisch gewachsene, eigenständige Stadtkerne repräsentieren und durch eine hohe Bevölkerungsdichte im unmittelbaren Umfeld geprägt sind. Die Hauptzentren Bergedorf und Harburg übernehmen aufgrund ihrer stadträumlichen Lage auch Versorgungsfunktionen für das jeweilige Umland. Aufgrund ihrer überörtlichen Ausstrahlungswirkung stehen die Hauptzentren tendenziell in einem intensiven Wettbewerbsverhältnis mit dem WHÜ.

### 9.3.1 Hauptzentrum Altona

Das in die beiden Teilbereiche Ottensen und Altona geteilte Hauptzentrum Altona konnte in den letzten Jahren – ausgelöst durch die Ansiedlung des IKEA-Einrichtungshauses und die nachgelagerten Investitionen in den privaten und öffentlichen Raum – einen erheblichen städtebaulichen und funktionalen Entwicklungsschub verzeichnen, in dessen Zuge der westliche Teilbereich entlang der Großen Bergstraße deutlich an Attraktivität gewinnen konnte und heute eine sogkräftige Handelslage innerhalb des Hauptzentrums darstellt. Neben IKEA sind hier vor allem die Ansiedlungen von TKMaxx und mehreren Systemgastronomen sowie die Entwicklung des Forums Altona (EDEKA, Aldi, dm, denns) hervorzuheben.

Der östliche, deutlich kleinteiliger strukturierte Teilbereich entlang der Ottenser Hauptstraße stellt sich ebenfalls als attraktiv und sogkräftig dar und überzeugt durch seinen Mix von anziehungsstarken Magneten wie dem Einkaufszentrum Mercado und kleinen inhabergeführten Fachgeschäften in einer sehr urban geprägten Einkaufsatmosphäre. Das gesamte Hauptzentrum weist vergleichsweise hohe Passantenfrequenzen auf und hat nur wenige Leerstände in der Hauptlage zu verzeichnen, was neben dem breiten Einzelhandelsangebot für die Funktionsfähigkeit des Hauptzentrums spricht. Dabei zeichnet sich das Hauptzentrum Altona auch durch seine hohe Multifunktionalität aus – neben dem Einzelhandel sind in Altona vor allem auch zahlreiche Gastronomiebetriebe, öffentliche Einrichtungen (z.B. Rathaus) sowie Kultur- und Freizeitnutzungen (u.a. Zeise-Kino, Altonaer Museum) vertreten – woraus sich vielfältige Besuchsanlässe ableiten.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf knapp 8 % im Modischen Bedarf, auf rd. 7,5 % im Segment Spiel/Sport, auf rd. 6 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 5 % im Segment der sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>71</sup> In diesen Segmenten finden sich im

---

<sup>71</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



Hauptzentrum Altona zahlreiche Filialisten mit Magnetfunktion wie IKEA, MediaMarkt (im Bahnhof Altona), Drogerie Müller, Esprit, Görtz, TKMaxx, Intersport, H&M, C&A oder New Yorker (allesamt im Mercado), mit denen es voraussichtlich zu den stärksten Angebotsüberschneidungen zum WHÜ kommen wird. Die Höhe der prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen lässt jedoch nicht darauf schließen, dass die maßgeblichen Magnetbetriebe in ihrem Fortbestand durch das WHÜ grundsätzlich gefährdet werden. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Magnetbetriebe allesamt leistungsfähig aufgestellt sind und von dem ansprechenden urbanen städtebaulichen Umfeld und der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit (Busbahnhof, S-Bahnhof, Fernbahnhof<sup>72</sup>) des Hauptzentrums profitieren. Gerade der inmitten des Zentrums gelegene Bahnhof Altona<sup>73</sup>, der die Große Bergstraße und die Ottenser Hauptstraße verknüpft, fungiert hier als starker Frequenzbringer.

Mit Anbietern wie IKEA verfügt das Zentrum auch über Formate, die aufgrund ihrer Größendimensionierung und ihrer hohen Beliebtheit auf Verbraucherseite über eine besonders hohe Zugkraft verfügen, von deren Frequenzwirkung umliegende Handelsnutzungen profitieren.

Die zahlreichen kleinen, inhabergeführten Fachgeschäfte im Hauptzentrum Altona, die sich vor allem in den Nebenlagen im westlichen Teilbereich des Zentrums befinden, werden von dem WHÜ kaum betroffen sein, da es sich hierbei um teils sehr individuell aufgestellte und auf trendige Mode fokussierte Anbieter handelt, die eine spezifische Zielgruppenansprache verfolgen.

Das Hauptzentrum Altona präsentiert sich als ein sehr urban geprägtes Zentrum mit einer attraktiven Mischung aus individuellen Fachgeschäften und sogkräftigen Magnetbetrieben. Das Hauptzentrum Altona wird trotz zu erwartender Angebotsüberschneidungen auch nach der Realisierung des WHÜ der wesentliche Versorgungsschwerpunkt im Hamburger Westen bleiben. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden.

<sup>72</sup> Der Fernbahnhof wird im Laufe der 2020er Jahre voraussichtlich in Richtung Diebsteich verlagert.

<sup>73</sup> Das Bahnhofsgebäude ist erst kürzlich von der Stadt Hamburg gekauft worden. Mit der Verlagerung des Fernbahnhofs kann davon ausgegangen werden, dass der Bahnhof innerhalb der nächsten 10 Jahre einer strukturellen Modernisierung unterzogen wird.



### 9.3.2 Hauptzentrum Wandsbek

Das Hauptzentrum Wandsbek hat sich in den letzten Jahren ebenfalls dynamisch entwickelt. 2016 wurde auf dem Areal des ehemaligen C&A-Hauses in prominenter Sichtlage mit dem W1 ein kleines Einkaufszentrum eröffnet, in dem sich mit Decathlon, Rewe und dm einige sogkräftige Betriebe angesiedelt haben. Seit 2019 wird der wesentliche Magnet des Hauptzentrums, das Einkaufszentrum Wandsbeker Quarree, umfassend modernisiert und neu aufgestellt.

Durch die Lage an der viel befahrenen Wandsbeker Chaussee/Wandsbeker Marktstraße leidet das Hauptzentrum zwar unter einer hohen Verkehrsbelastung und der damit verbundenen Beeinträchtigung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Die Lage an der Verkehrsachse gewährleistet in Verbindung mit dem Anschluss an U- und S-Bahn und dem Busbahnhof gleichsam aber auch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Zentrums aus dem gesamten Hamburger Osten. Gastronomiebetriebe und Dienstleister sowie öffentliche Einrichtungen (u.a. Bezirksamt Wandsbek) und Freizeitnutzungen (Kino) sorgen zudem für eine hohe Multifunktionalität und generieren darüber vielfältige Besuchsanlässe. So stellt sich das Hauptzentrum Wandsbek – trotz einiger kleiner Ladenleerstände entlang der Wandsbeker Chaussee /Wandsbeker Marktstraße als ein stabil aufgestelltes Zentrum dar.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 8 % im Modischen Bedarf und im Segment Spiel/Sport, auf rd. 6 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 5 % im Segment Sonstige zentrenrelevante Hartwaren.<sup>74</sup> Insbesondere mit dem Warenhaus GALERIA Karstadt Kaufhof und Decathlon sowie mit den Anbietern C&A, Esprit, Görtz, H&M, Ansons und Thalia (alleamt im Wandsbeker Quarree) verfügt das Hauptzentrum über mehrere Magnetbetriebe, mit denen es zu Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ kommen wird. Die Gutachter gehen allerdings nicht davon aus, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten kommen wird, da sich alle Magnetbetriebe in leistungsfähigen Einzelhandelsobjekten befinden, die im Falle des Wandsbeker Quarree aktuell revitalisiert werden oder im Falle des W 1 erst vor wenigen Jahren als moderne Handelsimmobilien konzipiert worden sind.

Mit Anbietern wie Decathlon verfügt das Zentrum auch über Formate, die aufgrund ihrer Größendimensionierung und ihres besonderen Betriebskonzepts über eine besonders hohe Zugkraft verfügen, von deren Frequenzwirkung umliegende Handelsnutzungen profitieren. Im Segment Elektro/Technik ist zu berücksichtigen, dass sich mit Ausnahme von Handysshops überhaupt keine strukturprägenden Anbieter im Zentrum befinden (ein Conrad-Elektrofachmarkt befindet sich wenige hundert

---

<sup>74</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



Meter weiter in der Wandsbeker Zollstraße) und die ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen daher in absoluten Zahlen gemessen nochmals deutlich zu relativieren sind.

Einer gesonderten Betrachtung bedarf allerdings das Warenhaus GALERIA Karstadt Kaufhof. Der Konzern hatte im Zuge des Insolvenzverfahrens zunächst angekündigt, diesen Standort schließen zu wollen. Am Ende einigte man sich aber doch noch auf eine Fortführung des Mietvertrags für das Warenhaus – zunächst befristet bis 2024. Damit bleibt dieser wichtige Magnetbetrieb dem Hauptzentrum zumindest mittelfristig erhalten. Aber selbst wenn das Warenhaus 2024 tatsächlich aufgeben sollte, kann angesichts der Lagequalität mit direktem Anschluss bzw. Übergang in das Wandsbeker Quarree und der Sichtenbindung von der Wandsbeker Marktstraße von einer zumindest anteiligen Nachnutzung (Erdgeschoss und ggf. auch 1. OG) durch Handelsmieter ausgegangen werden. Auch eine (Teil-)Nachnutzung der Fläche über Handel hinaus wäre hier vorstellbar, zumal sich die Zentrumsfunktion nicht ausschließlich am Einzelhandel festmachen lässt, sondern auch an anderen publikumsintensiven Nutzungen. Jedenfalls würde die Schließung des Warenhauses nach 2024 angesichts der übrigen sogkräftigen Magneten im Zentrum (Quarree, W1) die Funktionsfähigkeit des Hauptzentrums Wandsbek nicht grundsätzlich in Frage stellen.

In den Lagen abseits von GALERIA Karstadt Kaufhof, Wandsbeker Quarree und W1 ist der Handelsbesatz vor allem durch kleinteiligere Anbieter des periodischen Bedarfs und in Teilen auch des aperiodischen Bedarfs geprägt. Diese stehen mit dem WHÜ nicht im unmittelbaren Wettbewerbsverhältnis, da diese eher auf das Nahumfeld des Zentrums fokussiert sind und/oder tendenziell dem unteren Angebotsgenre zuzuordnen sind.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Hauptzentrum Wandsbek ist als ein funktionsfähiges Zentrum einzustufen, welches mit einem leistungsfähigen und derzeit in Modernisierung befindlichen Shoppingcenter überzeugt. Auch wenn es zu beträchtlichen Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ kommen wird, kann sich das Hauptzentrum auch nach der Realisierung des WHÜ als einer der wichtigsten Versorgungsschwerpunkte im weitläufigen Hamburger Osten positionieren.



### 9.3.3 Hauptzentrum Harburg

Das Hauptzentrum Harburg ist als ein sehr heterogenes Zentrum zu beurteilen, welches sich über die Jahre auch sehr unterschiedlich entwickelt hat. Während mit der Ansiedlung des Phoenix-Centers im Jahre 2004 im südöstlichen Randbereich des Zentrums ein besonders sogstarker Anker geschaffen worden ist, konnte die Entwicklung in den anderen Quartieren der „Harburger Innenstadt“ nicht ganz mithalten. Vor allem die als Fußgängerzone ausgestaltete Lüneburger Straße ist trotz der zentralen Lage im Zentrum seit jeher durch einen eher schwachen Einzelhandelsbesatz und einige Leerstände geprägt, was u.a. auch in der mangelnden räumlich-funktionalen Verknüpfung mit dem Phoenix-Center begründet liegt. Mit den eher auf fachmarkt- und discountorientierte Anbieter fokussierten Harburg Arcaden und dem durch das gleichnamige SB-Warenhaus geprägten Marktkaufcenter befinden sich noch zwei weitere Einkaufszentren im Hauptzentrum Harburg, die aufgrund ihrer spezifischen Positionierung aber auch weitaus geringer im Wettbewerb mit dem WHÜ stehen werden als das Phoenix-Center.

Alles in allem kann dem Hauptzentrum Harburg noch eine weitgehend stabile Ausgangslage attestiert werden. Zwar bietet das Hauptzentrum relativ wenige städtebauliche Qualitäten und in den Lagen abseits des Phoenix-Centers sind auch vereinzelte Leerstände zu erkennen, die in Teilbereichen zu Funktionsverlusten geführt haben. Das Hauptzentrum überzeugt aber durch einen breiten Funktionsmix aus Handel, Gastronomie, Dienstleister, öffentlichen Einrichtungen (u.a. Rathaus) und Kultur- und Freizeitnutzungen (u.a. Kino, Museum). Mit dem Anschluss an den Fern- und Regionalbahnhof Harburg, zwei S-Bahnhöfen und einem Busbahnhof ist das Hauptzentrum überdies verkehrlich sehr gut angebunden und strahlt sowohl über den gesamten Bezirk Harburg als auch weit in das südliche Umland Hamburgs aus. Wichtige Impulse für das Zentrum gehen zudem von der Entwicklung des Harburger Binnenhafens aus, welcher insbesondere die Wohnfunktion und das Arbeiten rund um die „Innenstadt“ stärkt.

Das viele Jahre lang leer stehende Harburg Center am Harburger Ring ist mittlerweile abgerissen worden und soll durch eine gemischt genutzte Immobilie ersetzt werden. Damit wird nicht nur eine erhebliche Baulücke in der Harburger Innenstadt geschlossen, die Entwicklung zeigt auch, dass es in Lagen abseits des Phoenix-Centers Investitionsinteresse gibt.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 6,5 % im Modischen Bedarf, rd. 6 % im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>75</sup> Im Vergleich zu den Hauptzentren Wandsbek und Altona fallen die Umsatzumverteilungsquoten hier geringer aus, da die

---

<sup>75</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



räumliche Entfernung zum WHÜ größer ist und die Elbe trotz aller Bemühungen im Zuge des „Sprungs über die Elbe“ (u.a. IBA, IGA) nach wie vor eine Barrierewirkung erzeugt, wodurch der Bezirk Harburg innerhalb des Hamburger Stadtgefüges eine relativ autarke Lage einnimmt.

Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ werden vor allem mit den als wesentliche Magnetbetriebe fungierenden Anbietern GALERIA Karstadt Kaufhof, Adler und Smyth Toys sowie mit Karstadt Sports, MediaMarkt, Sinn, H&M, C&A, New Yorker u.a. im Phoenix-Center zu erwarten sein. Die Höhe der prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen lässt jedoch nicht darauf schließen, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von Magnetbetrieben kommen könnte. Das Phoenix-Center stellt sich als ein leistungsfähiges und weiträumig ausstrahlendes Einkaufszentrum dar, welches über eine stabile Marktposition verfügt, wovon die Mieter entsprechend profitieren. Die außerhalb des Phoenix-Centers gelegenen Magnetbetriebe befinden zwar in einem schwächeren städtebaulichen und funktionalen Kontext, haben aber bezogen auf ihr jeweiliges Marktumfeld eine ausreichend stabile Position und profitieren von der Agglomerationswirkung des Hauptzentrums und dessen weitläufiger Ausstrahlung. Dies gilt auch für die Harburg Arcaden, die sich in Reaktion auf den Wettbewerb mit dem Phoenix-Center auf Fachmarktkonzepte und Discountformate (z.B. Woolworth, Adler, Tedi, Spiele Max u.ä.) konzentriert haben und hier ihre Nische gefunden haben.

Zwar kann nicht ausgeschlossen werden, dass es in den schwächeren Lagen innerhalb des Zentrums zu weiteren Flächenabschmelzungen kommen wird. Diese werden aber nicht ursächlich auf das WHÜ zurückzuführen sein, sondern bedingen sich vor allem aus den speziellen strukturellen Problemen in den einzelnen Teillagen des Zentrums und werden sich in erster Linie auf semiprofessionelle Anbieter, die vorzugsweise dem unteren Angebotsgenre zuzuordnen sind, fokussieren. Die kürzlich erfolgte Aufgabe von Decathlon im Hauptzentrum Harburg ist auch weniger darauf zurückzuführen, dass der Sportartikelhändler in Harburg keine ausreichend großen Umsatzpotenziale sieht, sondern vielmehr darauf, dass die Fläche im Untergeschoss des Harburg Carrée zu klein dimensioniert ist, schwierig angefahren werden kann und auch nicht gut in die Einkaufslagen eingebettet ist.

Die zunächst angekündigte Schließung von Karstadt Sports ist mittlerweile zurückgenommen worden. Nicht zuletzt durch die Schließung von Decathlon und die Schließung von Stadium Ende 2019 steht Karstadt Sports als einziger großer Sportanbieter im Hauptzentrum Harburg da, der von den „freigesetzten“ Umsatzpotenzialen von Stadium und Decathlon profitiert. Ein vorhabeninduzierter Marktaustritt von Karstadt Sport ist angesichts der nunmehr starken Marktposition in Harburg insofern nicht zu erwarten.



Das GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhaus stand gar nicht erst auf der insolvenzbedingten Schließungsliste des Konzerns, was für eine stabile Umsatzbasis und eine gute Marktpositionierung spricht.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Hauptzentrum Harburg wird vor allem aufgrund des leistungsfähigen Phoenix-Centers auch nach der Realisierung des WHÜ den wichtigsten Versorgungsschwerpunkt im Hamburger Süden darstellen und dabei von Zuflüssen aus dem Hamburger Umland profitieren.

### 9.3.4 Hauptzentrum Bergedorf

Ähnlich wie der Bezirk Harburg, ist auch der Bezirk Bergedorf durch seine vom Hamburger Kernsiedlungsgebiet infolge weitläufiger Hafengebiete sowie großer Gewerbe- und Grünflächen abgesetzte Lage gekennzeichnet. Dadurch ist auch das Hauptzentrum Bergedorf relativ autark in seiner Entwicklung und stellt nicht nur für den gesamten Bezirk Bergedorf, sondern auch für das südöstliche Hamburger Umland einen bedeutenden Einzelhandelsstandort dar.

Die „Innenstadt Bergedorf“ setzt sich aus zwei durch die Bahntrasse voneinander getrennten Teilbereichen (Bergedorf und Lohbrügge) zusammen, in denen eine unterschiedliche Entwicklungsdynamik in den letzten Jahren festzustellen war. Der südlich der Bahntrasse gelegene Teilbereich ist vor allem durch das City Center Bergedorf mit dem 2012 neugestalteten und über stadträumliche Qualitäten verfügenden Bahnhofsvorplatz geprägt. Das 2011 eröffnete City Center stellt den anziehungsstärksten Einzelhandelsmagneten innerhalb des Zentrums dar. Der traditionelle, eher kleinteilig strukturierte Kern des Hauptzentrums erstreckt sich allerdings entlang der Fußgängerzone Sachsenteer über den Bergedorfer Markt bis zum Johann-Adolf-Hasse-Platz und ist damit über den Zugang Kupferhof nicht ganz optimal an das City Center angebunden. Mit dem nördlich der Bahntrasse gelegenen Marktkaufcenter ist noch ein weiterer Handelsmagnet innerhalb des Zentrums verortet. Insgesamt betrachtet präsentiert sich Bergedorf als ein funktionsfähiges Hauptzentrum, welches auch von seiner hohen Multifunktionalität (Handel, Gastronomie, Dienstleister, öffentliche Einrichtungen, Kultur- und Freizeitnutzungen) und seiner sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit (Regionalbahnhof, S-Bahnhof, Busbahnhof) profitiert. Dafür spricht auch, dass es, abgesehen von einigen Kleinflächen in Nebenlagen, keine gravierenden Leerstände und Investitionsstaus im Zentrum gibt.



Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf und im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>76</sup> Im Vergleich zu den Hauptzentren Wandsbek und Altona fallen die Umsatzumverteilungsquoten hier geringer aus, da die räumliche Entfernung zum WHÜ größer ist und Bergedorf ähnlich wie Harburg innerhalb des Hamburger Stadtgefüges eine relativ autarke Rolle einnimmt.

Am stärksten von den Umsatzumverteilungswirkungen betroffen sein werden die großen Magnetbetriebe wie H&M, C&A, P&C, Heymann und TKMaxx, die allesamt im City Center ansässig sind. Die Höhe der prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen lässt jedoch nicht darauf schließen, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von Magnetbetrieben kommen könnte. Das unmittelbar am Bahnhof gelegene, moderne City Center stellt sich als ein leistungsfähiges Shoppingcenter dar und wird sich im Wettbewerb mit dem WHÜ als ein auf den Bezirk fokussiertes Einkaufszentrum behaupten können. Die sanierte Fußgängerzone Sachsenator überzeugt durch ihre städtebauliche Qualität sowie durch ihre angenehme Einkaufsatmosphäre mit Altstadt-Flair und lässt keine grundsätzlichen funktionalen Problemlagen erkennen, die auf eine erhöhte Sensibilität der Betriebe gegenüber Umsatzrückgängen schließen lassen. Der eher schwächer aufgestellte Teilbereich nördlich der Bahntrasse wird von dem WHÜ kaum betroffen sein, da hier vor allem auf die Nahversorgung orientierte Anbieter (Marktkauf-Center, dm, Rossmann) und Fachmarktkonzepte des unteren Angebotsgenres (z.B. Takko, Kik) sowie viele Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe verortet sind, die mit dem WHÜ nicht im Wettbewerb stehen.

Die Fußgängerzone Sachsenator ist allerdings durch die Aufgabe des auf zwei Immobilien verteilten GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhauses schwer getroffen und hat einen seiner Hauptmagneten verloren. Zudem belastet der großvolumige Leerstand die Aufenthaltsqualität und das Erscheinungsbild der Innenstadt. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass sich die beiden Immobilien, auf die das Warenhaus aufgeteilt ist, in bester Innenstadtlage eines im Grundsatz gut funktionierenden Zentrums befinden. Vor einer adäquaten Nachnutzung oder Neuentwicklung des Objekts bis zum Prognosehorizont 2024 – zumindest in Bezug auf die Erdgeschosslagen – kann also durchaus ausgegangen werden.

Im Segment Elektro/Technik ist zu berücksichtigen, dass sich mit Ausnahme von Handyshops überhaupt keine strukturprägenden Anbieter im Zentrum befinden und die ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen daher in absoluten Zahlen gemessen nochmal deutlich zu relativieren sind. Ähnliches gilt für das Segment Spiel/Sport – hier ist zwar mit dem Fachgeschäft Hartfelder ein größerer Spielwarenanbieter vorhanden,

---

<sup>76</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



ein größeres Sportgeschäft, welches durch das WHÜ betroffen sein könnte, findet sich im Bergedorfer Hauptzentrum jedoch nicht.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Hauptzentrum Bergedorf wird trotz anzunehmender Angebotsüberschneidungen auch nach der Realisierung des WHÜ den wichtigsten Versorgungsschwerpunkt im südöstlichen Bezirk Bergedorf darstellen und dabei von Zuflüssen aus dem Hamburger Umland profitieren. Daran ändert vom Grundsatz auch die Schließung des GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhauses nichts, da aufgrund der guten Lagequalität inmitten der Fußgängerzone mittelfristig von einer Nachnutzung der (Erdgeschoss-) Fläche ausgegangen werden kann.



## 9.4 Zu den Auswirkungen auf die Hamburger Stadtteilzentren

Das Hamburger Zentrenkonzept weist mit Blankenese, Osdorf, Eidelstedt, Niendorf, Langenhorn, Poppenbüttel, Rahlstedt, Bramfeld, Farmsen, Volksdorf, Billstedt, Wilhelmsburg und Neugraben insgesamt 13 Stadtteilzentren aus, die sich vorwiegend in der Äußerer Stadt befinden und Versorgungsfunktionen über den eigenen Stadtteil hinaus wahrnehmen. Dabei ist zwischen zwei Strukturtypen zu unterscheiden: Den historisch gewachsenen Zentren, die über eine klar erkennbare Ortsmitte und gemischt genutzte Geschäftsstraßen verfügen und den in den 1960er bis 1980er Jahren geplanten Bezirksentlastungszentren, die im Wesentlichen durch Einkaufszentren geprägt sind und eine weitaus geringere Funktionsvielfalt aufweisen als die gewachsenen Zentren.

### 9.4.1 Blankenese

Das Stadtteilzentrum Blankenese stellt ein historisch gewachsenes Zentrum dar, welches durch eine kleinteilige, fast ausnahmslos inhabergeführte Struktur gekennzeichnet ist. In Reaktion auf das sehr kaufkraftstarke Wohnumfeld zeigt sich vor allem im Modischen Bedarf eine deutliche Orientierung auf das gehobene Angebots- und Preisniveau (Boutiquen). Die Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ werden daher überschaubar bleiben, zumal auch andere Hauptzielgruppen angesprochen werden. Während das Stadtteilzentrum Blankenese vor allem auf kaufkraftstarkes Publikum der Elbvororte orientiert ist, wird sich das WHÜ schwerpunktmäßig auf ein konsumigeres Publikum sowie auf Touristen fokussieren. Dabei profitiert das Stadtteilzentrum auch von der Lage um den S-Bahnhof Blankenese und dessen Frequenzwirkung.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf, auf rd. 6,5 % im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>77</sup> Dabei ist noch zu berücksichtigen, dass im Segment Spiel/Sport aufgrund des geringen Angebotsbestands kaum messbare Umsatzrückgänge in absoluten Zahlen auftreten werden und auch im Segment Elektro/Technik die Wirkungen gemessen in absoluten Zahlen zu vernachlässigen sind, da hier keine strukturprägenden Anbieter vorhanden sind. In den anderen Branchen sind zwar spürbare Umsatzrückgänge möglich, diese werden aber aufgrund der nur geringfügig zu erwartenden Angebotsüberschneidungen keine vorhabeninduzierten Marktaustritte induzieren, die die Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums nachhaltig beeinträchtigen könnten. Dies gilt insbesondere auch deshalb, weil das Zentrum in den

---

<sup>77</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



zurückliegenden Jahren eine erhebliche Aufwertung im Bahnhofsumfeld erfahren hat und auch der Straßenraum der Bahnhofstraße und der Marktplatz neugestaltet werden sollen, was die Attraktivität und die Stabilität des Zentrums nachhaltig erhöhen wird. Nur vereinzelte, kleinere Leerstände zeugen zudem von einer grundsätzlichen Funktionsfähigkeit des Zentrums.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden. Das Stadtteilzentrum Blankenese spricht im Kern eine andere Zielgruppe an und wird in seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

#### 9.4.2 Volksdorf

Das Stadtteilzentrum Volksdorf stellt ein historisch gewachsenes, kleinteiliges Stadtteilzentrum dar, welches vor allem auf die kaufkraftstarken Bewohner des zu den Walddörfern zählenden Stadtteils Volksdorf orientiert ist. Vor allem im Bereich der Fußgängerzone lassen sich eine hohe Aufenthaltsqualität und eine angenehme Einkaufsatmosphäre festmachen. Die Angebotsstruktur wird durch den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel bestimmt. Im ergänzenden aperiodischen Bedarf finden sich ausschließlich kleine inhabergeführte Läden, die tendenziell auf eine kaufkraftstarke Zielgruppe abstellen. Insgesamt handelt es sich um ein funktionsfähiges Stadtteilzentrum, welches von dem kaufkraftstarken Umfeld, der städtebaulichen Qualität und der Nähe zum U-Bahnhof profitiert.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 6,5 % im Modischen Bedarf, auf rd. 6 % im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>78</sup> Dabei ist noch zu berücksichtigen, dass sich im Segment Spiel/Sport und im Segment Elektro/Technik aufgrund des geringen Angebotsbestands in absoluten Zahlen keine Umsatzrückgänge verlässlich ermitteln lassen. In den beiden anderen Branchen sind zwar spürbare Umsatzrückgänge möglich, diese werden aber aufgrund der nur geringfügig zu erwartenden Angebotsüberschneidungen keine vorhabeninduzierten Marktaustritte induzieren, die die Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums nachhaltig beeinträchtigen könnten, zumal das Stadtteilzentrum auch bereits relativ weit vom WHÜ entfernt liegt. Der für das Zentrum prägende nahversorgungsrelevante Einzelhandel ist ferner gar nicht betroffen.

<sup>78</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden. Das Stadtteilzentrum Volksdorf ist vor allem auf die Grundversorgung des kaufkraftstarken Stadtteils orientiert und wird in seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

### 9.4.3 Neugraben

Das Stadtteilzentrum Neugraben setzt sich aus der Fußgängerzone Marktpassage, einem großen Kaufland SB-Warenhaus als Frequenzbringer, einem noch recht neuen EDEKA-Markt und dem seit Jahrzehnten kränkelnden Süderelbe EKZ zusammen. Durch die Lage am S-Bahnhof Neugraben und den Verlauf der Pendlerachse B 73, die mitten durch das Stadtteilzentrum verläuft, ist das Stadtteilzentrum verkehrlich sehr gut angebunden, wird allerdings durch Verkehrsinfrastrukturen überprägt und weist demnach auch nur im Bereich der Fußgängerzone eine Aufenthaltsqualität auf. Der Einzelhandelsbesatz ist dabei überwiegend auf Anbieter des periodischen Bedarfs fokussiert. Im aperiodischen Bedarf finden sich vor allem Betriebe, die dem unteren bis maximal mittleren Angebotsgenre zuzuordnen sind (z.B. Kik, Ernstings, Armbruster). Insofern werden sich die Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ in Grenzen halten.

Das beidseitig der B 73 gebaute Süderelbe EKZ weist eine nicht mehr zeitgemäße Struktur und einen erheblichen Modernisierungsbedarf auf, der sich angesichts der veränderten Anforderungen des Handels im Rahmen der Bestandsimmobilie vermutlich nicht mehr lösen lassen wird. Auch wenn das Süderelbe EKZ durch massive Leerstände geprägt ist und die Aufenthaltsqualität im Zentrum in Teilen nicht besonders hoch ist, kann dem Standort grundsätzlich noch eine Funktionsfähigkeit als Stadtteilzentrum mit Schwerpunkt auf Nahversorgung attestiert werden.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf, auf rd. 6 % im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>79</sup> Dabei muss berücksichtigt werden, dass sich die Umsatzrückgänge in signifikantem Maße auf die Randsortimente des Kaufland-SB-Warenhauses beziehen und damit zu relativieren sind. Denn bezogen auf den Gesamtbetrieb Kaufland werden die Umsatzrückgänge damit weitaus geringer ausfallen, da dieses in seinem Kernsortiment (Lebensmittel) nicht betroffen ist und damit in seinem Bestand als wesentlicher Magnetbetrieb des Zentrums auch nicht gefährdet ist. Auch die überwiegend discountorientierten Anbieter des aperiodischen Bedarfs

---

<sup>79</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



werden von dem WHÜ eher geringfügig betroffen sein. So ist die gesamte Einzelhandelsstruktur vorwiegend auf die Grundversorgung der im südwestlichen Hamburger Stadtgebiet entlang der B73 verorteten Stadtteile orientiert, die siedlungsstrukturell selbst innerhalb des Bezirks Harburg deutlich abgesetzt sind, und steht damit nur bedingt im Wettbewerb mit dem WHÜ. Vorhabeninduzierte Marktaustritte von für die Funktionsfähigkeit des Zentrums maßgeblichen Betrieben können somit ausgeschlossen werden, zumal das Zentrum räumlich auch bereits relativ weit vom WHÜ entfernt liegt.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden. Das Stadtteilzentrum Neugraben steht mit dem WHÜ aufgrund seiner discountorientierten und auf Nahversorgungsbetriebe fokussierten Einzelhandelsstruktur nur bedingt im Wettbewerb und wird in seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

#### 9.4.4 Wilhelmsburg

Das Stadtteilzentrum Wilhelmsburg stellt den Versorgungsschwerpunkt des sehr heterogen geprägten gleichnamigen Stadtteils dar, der im Zuge der Maßnahmen des „Sprungs über die Elbe“ (u.a. IGA, IBA) umfassende Förderungen erfahren hat, insbesondere im Kernbereich rund um das Stadtteilzentrum aber von Großwohnsiedlungsstrukturen mit z.T. gravierenden sozialen Problemlagen umgeben ist. Geprägt ist das Stadtteilzentrum durch das Luna-Center, welches 2014 nach einem Komplettumbau neu eröffnet worden ist und zu einer erheblichen funktionalen und städtebaulichen/architektonischen Aufwertung beigetragen hat. Im Zuge der IBA wurden auch sämtliche öffentlichen Räume erheblich aufgewertet, sodass sich die Aufenthaltsqualität im Zentrum stark verbessert hat und auf einem guten Niveau liegt. Die unmittelbare Lage am S-Bahnhof und am Busbahnhof sowie die hohe Einwohnerdichte im Nahumfeld sorgen für eine hohe Passantenfrequenz im Zentrum und lassen dieses stabil und funktionsfähig dastehen, wovon auch die geringe Anzahl an Leerständen zeugt. Der Einzelhandelsbesatz ist dabei sehr stark auf das kaufkraftschwache direkte Wohnumfeld orientiert.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>80</sup> Dabei ist noch zu berücksichtigen, dass im Segment

---

<sup>80</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



Elektro/Technik und im Segment Spiel/Sport aufgrund des geringen Angebotsbestands kaum messbare Umsatzrückgänge in absoluten Zahlen auftreten werden. Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ sind kaum zu erwarten, da sich der Einzelhandelsbesatz im Zentrum sehr stark auf discountorientierte Anbieter (z.B. Kik, Action, Tedi, Woolworth) fokussiert und zudem vom Marktkauf-SB-Warenhaus geprägt ist, welches nur bedingt im Wettbewerb mit dem WHÜ stehen wird. Die Umsatzrückgänge beziehen sich daher auch im Wesentlichen auf die Randsortimente von Marktkauf und sind damit zu relativieren. Denn bezogen auf den Gesamtbetrieb Marktkauf werden die Umsatzrückgänge weitaus geringer ausfallen, da dieser in seinem Kernsortiment (Lebensmittel) nicht betroffen ist und damit in seinem Bestand als wesentlicher Magnetbetrieb des Zentrums auch nicht gefährdet wird.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden. Das Stadtteilzentrum Wilhelmsburg ist infolge umfassender privater und öffentlicher Investitionen erheblich aufgewertet worden und steht aufgrund seines discountorientierten Einzelhandelsbesatzes nicht im unmittelbaren Wettbewerb mit dem WHÜ. In seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion wird das Zentrum daher infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

#### 9.4.5 Rahlstedt

Das Stadtteilzentrum Rahlstedt wird geprägt durch das 2010 vollständig modernisierte Rahlstedt Center und die als Fußgängerzonen ausgebildeten Straßenzüge Rahlstedter Bahnhofstraße und Schweriner Straße. Das Zentrum profitiert dabei von der unmittelbaren Einbindung des Regionalbahnhofs (künftig S-Bahnhof) und des Busbahnhofs und kann hierüber (vor allem auch perspektivisch) zusätzliche Frequenzen generieren. Infolge von erheblichen Investitionen in den öffentlichen Raum und mehrere Immobilien präsentiert sich das Zentrum überwiegend ansprechend gestaltet und weist gewisse Aufenthaltsqualitäten auf. Die hohe Multifunktionalität und der vielfältige Einzelhandelsbesatz sowie nur sehr wenige Leerstände zeugen von einem funktionsfähigen Stadtteilzentrum. Lediglich die erst kürzlich erfolgte Aufgabe von MediMax im Rahlstedt Center hat jüngst zu einer Verringerung des Einzelhandelsangebots geführt.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4,5 % im Segment der Sonstigen



zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>81</sup> Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Wirkungen im Segment Elektro/Technik nach Aufgabe von MediMax gemessen in absoluten Zahlen kaum noch messbar sind. Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ treten vor allem im Hinblick auf die filialisierten Magnetbetriebe wie H&M, Görtz oder Deichmann auf, die allesamt im Rahlstedt Center verortet sind, während sich außerhalb des Centers vor allem discounterorientierte Fachmärkte (Kik, Tedi) und inhabergeführte Fachgeschäfte befinden, die vom WHÜ weniger betroffen sein werden. Da das Rahlstedt Center grundsätzlich gut aufgestellt ist und über ordentliche Frequenzen verfügt, können vorhabeninduzierte Marktaustritte von für die Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums maßgeblichen Betrieben aber weitgehend ausgeschlossen werden. Dies gilt vor allem auch deshalb, weil das Stadtteilzentrum Rahlstedt bereits relativ weit vom WHÜ entfernt liegt.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Stadtteilzentrum Rahlstedt steht zwar im Hinblick auf das Rahlstedt Center in Teilen im Wettbewerb mit dem WHÜ, wird in seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ auch aufgrund der räumlichen Entfernung aber nicht beeinträchtigt werden.

#### 9.4.6 Bramfeld

Das Stadtteilzentrum Bramfeld ist im Wesentlichen von der Marktplatz Galerie geprägt und erstreckt sich darüber hinaus über ein Kaufland SB-Warenhaus auf dem Areal des ehemaligen Hertie-Warenhauses und einen viel befahrenen Abschnitt der Bramfelder Chaussee. Mit der Eröffnung der Marktplatz Galerie und Kaufland im Jahr 2011 hat das lange Zeit im Niedergang befindliche Stadtteilzentrum einen erheblichen Entwicklungsschub erfahren und präsentiert sich heute als anziehungsstarkes und attraktives Zentrum. Gleichwohl sind die straßenbegleitenden Teilbereiche entlang der Bramfelder Chaussee durch die hohe Verkehrsfrequenz überprägt und können keine Aufenthaltsqualitäten ausbilden. Hier sind auch einige Leerstände zu finden, die jedoch die Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums insgesamt nicht in Frage stellen.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5,5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 5 % im Segment der Sonstigen

---

<sup>81</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>82</sup> Betroffen sind davon in erster Linie die in der Marktplatz Galerie ansässigen Filialisten (wie z.B. H&M, Saturn, C&A, Heymann, S'Oliver und Shoe4you), die im unmittelbaren Wettbewerb mit dem Besatz im WHÜ stehen werden. Die Höhe der prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen lässt allerdings nicht darauf schließen, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von für die Funktionsfähigkeit des Centers bzw. des Zentrums maßgeblichen Magnetbetrieben kommen wird. So präsentiert sich die Marktplatz Galerie als ein auf das städtische Umfeld bezogenes, modernes und leistungsfähiges Einkaufszentrum mit einem breiten Branchen- und Betriebsformenmix, welches über eine gute Marktposition verfügt und mehrere sogkräftige Anbieter vorhält. Die in der Marktplatz Galerie ansässigen discountorientierten Fachmärkte (wie z.B. Kik und Tedi) stehen ohnehin nicht im Wettbewerb mit dem höher positionierten WHÜ. Der zweite Frequenzanker innerhalb des Zentrums Kaufland wird als im Kern nahversorgungsrelevanter Anbieter kaum vom WHÜ betroffen sein. Ähnliches gilt für die kleinteiligen Nutzungen entlang der Bramfelder Chaussee, die vor allem durch Dienstleister, Gastronomiebetriebe und überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt sind und in erster Linie auf das unmittelbare Wohnumfeld orientiert sind.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Stadtteilzentrum Bramfeld verfügt mit der Marktplatz Galerie über ein modernes Shoppingcenter, welches zwar im Wettbewerb mit dem WHÜ stehen wird, aber leistungsfähig genug aufgestellt ist, um sich als lokales Versorgungszentrum auch langfristig gegenüber dem WHÜ behaupten zu können.

#### 9.4.7 Langenhorn

Das Stadtteilzentrum Langenhorn ist durch die Komplexe Krohnstieg-Center, LaHoMa und Kaufland geprägt und befindet sich inmitten eines umfassenden Restrukturierungsprozesses. Das fachmarktorientierte Krohnstieg-Center wird aktuell – ausgelöst durch den Auszug des Marktkauf SB-Warenhauses – im laufenden Betrieb modernisiert und neu aufgestellt; u.a. haben hier mit Decathlon und EDEKA bereits neue Mieter eröffnet. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite wurde 2019 mit der „Living Plaza LaHoMa“ ein modernes, gemischtgenutztes Quartierszentrum eröffnet, welches das ehemalige EKZ Langenhorner Markt ersetzt. Und bereits 2011 ersetzte Kaufland den leerstehenden ehemaligen Komplex des Hertie-Warenhauses. Die erheblichen

<sup>82</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



öffentlichen und privaten Investitionen haben dazu geführt, dass sich das Stadtteilzentrum heute wieder voll funktionsfähig zeigt und einen der stärksten Einzelhandelsstandorte mit einem breiten Nutzungs- und Funktionsmix im nördlichen Stadtgebiet darstellt.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 6 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>83</sup> Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Umsatzrückgänge im Segment Elektro/Technik in absoluten Zahlen gemessen kaum messbar sind, da hier nur ein rudimentärer Einzelhandelsbesatz vorhanden ist. Aufgrund der bereits relativ großen räumlichen Entfernung zum WHÜ fallen die Umverteilungsquoten moderat aus. Die Angebotsüberschneidungen halten sich zudem stark in Grenzen, da der Einzelhandelsbesatz vor allem auf nahversorgungsrelevante Anbieter (z.B. Kaufland, Edeka, Budni, dm, Drogerie Müller) und discountorientierte Fachmarktkonzepte (z.B. Takko, Kik, Tedi) konzentriert ist. Lediglich der kürzlich eröffnete Decathlon-Sportfachmarkt ist als direkt betroffener Magnetbetrieb des Zentrums anzuführen. Eine vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe von Decathlon kann angesichts der prognostizierten Umsatzumverteilung allerdings ausgeschlossen werden, zumal Decathlon als hochattraktiver und sogkräftiger Sportfachmarkt über eine starke Marktposition im Hamburger Norden verfügt.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden. Das sich in einem umfassenden Aufwertungsprozess befindliche Stadtteilzentrum Langenhorn steht mit seinem überwiegend fachmarktorientierten und nahversorgungsrelevanten Besatz kaum im Wettbewerb mit dem WHÜ und wird in seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden.

#### 9.4.8 Niendorf

Das Stadtteilzentrum Niendorf erstreckt sich vom Niendorfer Marktplatz entlang der Fußgängerzone Tibarg bis hin zum Tibarg Center, welches als wesentlicher Anker des Zentrums fungiert und sich als ein leistungsfähiges, kleines Einkaufszentrum präsentiert. Aber auch die Fußgängerzone verfügt in weiten Teilen über einen attraktiven Nutzungsbesatz und weist passable Frequenzen auf. Hier haben vor allem auch die Maßnahmen im Zuge der Ausrufung eines Business Improvement Districts zu einer

<sup>83</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



Aufwertung des Straßenbilds beigetragen. Lediglich in Richtung des Niendorfer Marktplatzes nehmen die städtebaulichen und funktionalen Qualitäten etwas ab – hier wirkt das Stadtteilzentrum immer noch nicht ganz zeitgemäß. Die unmittelbar in der Fußgängerzone verortete U-Bahnstation Niendorf Markt sowie die Lage an der viel befahrenen Verkehrsachse B 447 (Kollaustraße) sorgen für eine sehr gute verkehrliche Anbindung und wirken als wichtige Frequenzbringer.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4,5 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>84</sup> Betroffen hiervon sind im Wesentlichen die im Tibarg Center ansässigen Filialisten des aperiodischen Bedarfs (wie z.B. H&M, Thalia, CCC, Deichmann, Only oder Hartfelder Spielwaren). Die Höhe der maximal zu erwartenden Umsatzrückgänge lässt aber nicht darauf schließen, dass es zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von für die Funktionsfähigkeit des Zentrums maßgeblichen Magnetbetrieben kommen wird.

Außerhalb des Einkaufszentrums finden sich vor allem kleinteilige Fachgeschäfte, Anbieter des periodischen Bedarfs und discountorientierte Formate (z.B. Woolworth), die mit dem WHÜ nicht im unmittelbaren Wettbewerb stehen und damit auch kaum betroffen sein werden. Auch die im Tibarg Center ansässigen Magnetbetriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs (Rewe, Aldi, Budni), die für die Funktionsfähigkeit des Zentrums als Frequenzbringer eine wesentliche Rolle spielen, sind nicht betroffen. Zu berücksichtigen ist dabei auch, dass das Stadtteilzentrum Niendorf bereits relativ weit vom WHÜ entfernt liegt.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Stadtteilzentrum Niendorf präsentiert sich als ein funktionsfähiges Zentrum, welches zwar im Hinblick auf das Tibarg Center auch im Wettbewerb mit dem WHÜ stehen wird, aber in der Ausübung der zugewiesenen Versorgungsfunktionen durch das WHÜ nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden wird.

#### 9.4.9 Eidelstedt

Das Stadtteilzentrum Eidelstedt hat einen umfassenden Umstrukturierungs- und Modernisierungsprozess hinter sich. Erst vor ca. einem Jahr wurde das Eidelstedt Center

<sup>84</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



als größter Frequenzbringer und Magnet des Stadtteilzentrums nach einem grundlegenden Refurbishment wiedereröffnet und präsentiert sich heute als ein kleines, aber zeitgemäßes Einkaufszentrum, welches auf die qualifizierte Grundversorgung der im Umfeld lebenden Menschen orientiert ist. Gleichwohl ist das Zentrum außerhalb des Eidelstedt Centers durch stadtgestalterische Mängel und einen weiteren Investitionsbedarf gekennzeichnet und weist nur geringe Aufenthaltsqualitäten und einige Leerstände auf. Musste das Stadtteilzentrum vor der Revitalisierung des Eidelstedt Centers als fragil eingestuft werden, stellt es sich heute aber als ein weitgehend funktionsfähiges und multifunktional aufgestelltes Zentrum dar, welches auch von der Lage an der stark befahrenen B 4 (Holsteiner Chaussee) und dem stark frequentierten Busbahnhof Eidelstedter Platz profitiert.

Der Einzelhandelsbesatz ist durch eine Mischung aus inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten geprägt, die vorwiegend im Teilbereich Lohkampstraße angesiedelt sind und dem Discountsegment zugeordnet werden können (z.B. Kik, Woolworth). Insofern wird es auch nur bedingt zu Angebotsüberschneidungen mit dem höher positionierten WHÜ kommen.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>85</sup> Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Umsatzrückgänge in den Segmenten Elektro/Technik und Spiel/Sport gemessen in absoluten Zahlen kaum messbar sind, da hier nur ein rudimentärer Einzelhandelsbesatz vorhanden ist. Im Modischen Bedarf sowie bei den Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren werden die Umsatzrückgänge zwar spürbar sein, aufgrund der nur geringen Angebotsüberschneidungen sind aber keine vorhabeninduzierten Marktaustritte von für die Funktionsfähigkeit des Zentrums maßgeblichen Betrieben zu erwarten.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Stadtteilzentrum Eidelstedt konnte mit der Revitalisierung des Eidelstedt Centers seine Funktionsfähigkeit stabilisieren und wird in seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

<sup>85</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



## 9.4.10 Poppenbüttel

Das Stadtteilzentrum Poppenbüttel ist durch das sehr groß dimensionierte und über weite Teile des nördlichen Hamburger Stadtgebiets bis ins Umland ausstrahlende Alstertal Einkaufszentrum (AEZ) geprägt. Aufgrund dessen ist die Funktionsvielfalt innerhalb des Stadtteilzentrums beschränkt und konzentriert sich neben dem centertypischen Besatz (v.a. Handel, Gastronomie, Dienstleister) auf den östlich des S-Bahnhofs gelegenen Teilbereich sowie auf ein Meridian Spa. Das AEZ ist aber als eines der leistungsstärksten und attraktivsten Shoppingcenter Hamburgs einzustufen und generiert demnach eine besonders starke Sogkraft. Damit steht es auch im vollen Wettbewerb mit dem WHÜ, zumal von einer ähnlichen Angebotsstruktur ausgegangen werden kann.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 6,5 % im Modischen Bedarf, auf rd. 6 % im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>86</sup> Trotz der zu erwartenden erheblichen Angebotsüberschneidungen zwischen dem filialisierten Einzelhandelsbesatz des AEZ (u.a. Ansons, Sport Sperm, H&M, Olymp & Hades, Zara, P&C, Thalia, Saturn, AppellathCüpper) und dem WHÜ fallen die Wirkungen damit vergleichsweise moderat aus, was vor allem darin begründet liegt, dass es sich bei dem AEZ um ein sehr etabliertes Center mit einem hohen Anteil an Stammkundschaft handelt. Zudem ist zu berücksichtigen, dass das AEZ auch bereits relativ weit vom WHÜ entfernt liegt und es zu keiner Überlagerung der Kerneinzugsgebiete kommt. Vorhabeninduzierte Marktaustritte von Magnetbetrieben können daher ausgeschlossen werden, zumal sich der Mieterbesatz modern und leistungsfähig aufgestellt zeigt. Zur starken Marktposition des Centers im nördlichen Hamburger Stadtgebiet und Umland trägt neben der durch die Größe induzierten Agglomerationswirkung vor allem auch die gute verkehrliche Anbindung über S-Bahn und Ring 3 bei.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Stadtteilzentrum Poppenbüttel ist mit dem AEZ besonders stark aufgestellt und wird in seiner zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

<sup>86</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



### 9.4.11 Osdorf

Das Stadtteilzentrum Osdorf wird ähnlich wie das Stadtteilzentrum Poppenbüttel durch das sehr groß dimensionierte und über weite Teile des westlichen Hamburger Stadtgebiets bis ins Umland ausstrahlende Elbe Einkaufszentrum (EEZ) geprägt. Aufgrund dessen ist die Funktionsvielfalt innerhalb des Stadtteilzentrums auch weitgehend auf den centertypischen Besatz (Handel, Gastronomie, Dienstleister) beschränkt. Das Center ist dabei stark nach innen orientiert und bietet kaum Bezüge zum Umfeld. Attraktive öffentliche Räume und weitere Handelslagen im Centerumfeld sind bis auf einige solitäre Handelsimmobilien (EDEKA, Penny, Babyone) nicht gegeben. Das EEZ ist aber als eines der leistungsstärksten und attraktivsten Shoppingcenter Hamburgs einzustufen und generiert demnach eine besonders starke Sogkraft. Hierzu trägt auch die günstige Lage direkt an der B 431 (Osdorfer Landstraße) bei, die als wichtigste Verkehrsachse im westlichen Hamburger Stadtgebiet fungiert. Damit steht es auch im vollen Wettbewerb mit dem WHÜ, zumal von einer ähnlichen Angebotsstruktur ausgegangen werden kann.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7,5 % im Modischen Bedarf, auf rd. 7 % im Segment Spiel/Sport, auf rd. 6 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 5 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>87</sup> Damit erreichen die Wirkungen durchaus deutlich spürbare Größenordnungen, lassen aber trotz der erheblichen Angebotsüberschneidungen des filialisierten Einzelhandelsbesatzes mit dem WHÜ (u.a. P&C, C&A, Zara, Intersport, Thalia, Saturn, H&M, Ansons, New Yorker) gleichwohl nicht erwarten, dass es hierdurch in signifikantem Maße zu vorhabeninduzierten Marktaustritten kommen könnte. Dies gilt insbesondere auch vor dem Hintergrund der starken Marktposition des im Hamburger Westen seit mehreren Jahrzehnten etablierten und voll vermieteten Shoppingcenters und der modern und leistungsfähig aufgestellten Mieterstruktur.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Stadtteilzentrum Osdorf ist mit dem EEZ besonders stark aufgestellt und wird in seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

<sup>87</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



## 9.4.12 Farmsen

Das Stadtteilzentrum Farmsen ist im Wesentlichen durch das Einkaufszentrum Einkaufstreffpunkt Farmsen (EKT) geprägt. Die außerhalb des Centers befindlichen Lagebereiche des Stadtteilzentrums sind räumlich relativ eng gefasst und beschränken sich vor allem auf imbissartige Gastronomienutzungen sowie Anbieter des periodischen Bedarfs (u.a. Rewe). Die Vernetzung zwischen EKT und Umfeld sowie die Struktur und Gestaltung des Umfelds sind verbesserungswürdig. Das EKT selbst ist zwar deutlich in die Jahre gekommen, weist aber einen ordentlichen Nutzungsbesatz auf (u.a. real SB-Warenhaus, H&M, C&A) und generiert vergleichsweise hohe Frequenzen, sodass trotz des erkennbaren Investitionsstaus und der baulich-funktionalen Mängel des Objekts (zweigeschossig und nur ein Zugang ins OG) kaum längerfristige Leerstände zu beobachten sind. Hierzu trägt auch die gute verkehrliche Anbindung über den U-Bahnhof Farmsen und die unmittelbare Lage am Kreuzungspunkt zweier viel befahrener Verkehrsachsen bei sowie die Frequenzwirkung des großen real-SB-Warenhauses.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4,5 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>88</sup> Dabei ist zu berücksichtigen, dass es im Segment Elektro/Technik seit der vor einigen Jahren erfolgten Aufgabe von Medimax keinen strukturprägenden Anbieter mehr im Stadtteilzentrum Farmsen gibt, sodass die Wirkungen hier ausschließlich Handyshops betreffen und kein städtebauliches Gewicht haben. Im Modischen Bedarf verfügt das EKT vor allem mit H&M und C&A über zwei sogkräftige und frequenzerzeugende Anbieter, die mit dem WHÜ im Wettbewerb stehen.

Die prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen deuten in Verbindung mit den hohen Passantenfrequenzen im Stadtteilzentrum aber dennoch nicht darauf hin, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von Magnetbetrieben kommen wird. Zudem ist von den Umsatzrückgängen vor allem auch das real-SB-Warenhaus betroffen. Dies bezieht sich allerdings nur auf die Randsortimente, sodass der Fortbestand von real (oder Kaufland als derzeit kolportierter Nachfolger) als wichtigster Magnetbetrieb des Stadtteilzentrums nicht gefährdet ist. Gleichwohl können Abschmelzungen im Handelsbesatz mittel- bis langfristig nicht ausgeschlossen werden, wenn dem Investitionsstau des EKT nicht entgegengetreten wird. Dies gilt aber auch unabhängig vom WHÜ.

---

<sup>88</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Stadtteilzentrum Farmsen verfügt mit dem EKT über einen zwar in die Jahre gekommenen, aber dennoch frequenzstarken Handelsschwerpunkt und wird in seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

#### 9.4.13 Billstedt

Das Stadtteilzentrum Billstedt ist im Wesentlichen durch das Billstedt Center geprägt und stellt den Versorgungsschwerpunkt für das östliche Hamburger Stadtgebiet dar, welches in Teilbereichen über erhebliche soziale Problemlagen verfügt. Neben dem Billstedt Center ist vor allem die als Fußgängerzone ausgebildete Möllner Landstraße von Bedeutung, die jedoch deutlich in die Jahre gekommen ist und in Teilen über einen sanierungsbedürftigen Immobilienbestand verfügt sowie deutlich gestalterische und funktionale Mängel im öffentlichen Raum aufweist. Dementsprechend sind die Aufenthaltsqualität und die städtebauliche Qualität in der Fußgängerzone nicht besonders hoch. Das Billstedt Center präsentiert sich hingegen als leistungsfähiges (wenn auch bereits etwas in die Jahre gekommenes) Einkaufszentrum und ist mit besonders sogstarken Mietern wie Primark (einziger Standort in Hamburg) gut aufgestellt. Durch die Nähe zur Pendlerachse B 5 (Bergedorfer Straße) und den unmittelbar an das Billstedt Center angeschlossenen U-Bahnhof verfügt das Zentrum über eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit. Bis auf eine größere Leerstandsfläche (ehemals Dänisches Bettenlager) sind zudem kaum Leerstände zu verzeichnen, was dafür spricht, dass das Stadtteilzentrum trotz der städtebaulichen Mängel funktionsfähig ist.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5,5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 5 % im Segment der sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>89</sup> Betroffen sind davon in erster Linie die im Billstedt Center ansässigen Filialisten (wie z.B. H&M, MediaMarkt, C&A, TKMaxx, Primark, New Yorker etc.), mit denen es zu Angebotsüberschneidungen zum WHÜ kommen wird. Angesichts der Höhe der Auswirkungen sind dabei aber keine vorhabeninduzierten Marktaustritte von Magnetbetrieben zu erwarten, die für die Funktionsfähigkeit des Einkaufszentrums im Speziellen und des Stadtteilzentrums im Allgemeinen maßgeblich sind. Dies gilt insbesondere auch deshalb, weil das Billstedt Center als wesentlicher

<sup>89</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



Anziehungspunkt des Stadtteilzentrums ein seit vielen Jahren etabliertes Einkaufszentrum darstellt und fest im Bewusstsein der Verbraucher als Versorgungsschwerpunkt im Hamburger Osten verankert ist. In den Lagen außerhalb des Einkaufszentrums dominieren mit Ausnahme einiger weniger Fachmärkte (SpieleMax, Armbruster) vor allem inhabergeführte Läden mit Fokus auf dem Niedrigpreissegment sowie handelsergänzende Nutzungen, die mit dem WHÜ kaum im Wettbewerb stehen.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Stadtteilzentrum Billstedt verfügt mit dem Billstedt Center über ein etabliertes Shoppingcenter, welches zwar im Wettbewerb mit dem WHÜ stehen wird, aber in seinem Fortbestand als Anker für das Stadtteilzentrum nicht gefährdet ist.



## 9.5 Zu den Auswirkungen auf die Zentren des Urbanen Marktplatzes in Hamburg

Die Zentren des Urbanen Marktplatzes stellen eine besondere Zentrenkategorie innerhalb der Hamburger Zentrenstruktur dar, die die dicht bebauten und urbanen Gebiete innerhalb der Inneren Stadt aufgreifen. Diese Versorgungslagen sind nicht flächendeckend, sondern weisen eine durchgehende straßenbezogene „lineare Konzentration“ auf. Insofern sind sie auch nicht eindeutig gegeneinander abgrenzbar. Vielmehr handelt es sich um innerstädtische, gewachsene Zentren, die sich entlang einer oder mehrerer Geschäftsstraßen entwickelt haben und durch eine hohe Bevölkerungsdichte im Umfeld gekennzeichnet sind.

Innerhalb dieser Zentrenkategorie wird noch einmal unterschieden zwischen den Zentren des Urbanen Marktplatzes mit etablierter übergeordneter Versorgungsbedeutung und solchen, die stärker auf das direkte Umfeld beschränkt sind. Im Wettbewerb mit dem Vorhaben stehen vor allem diejenigen Zentren, denen eine übergeordnete Versorgungsfunktion zugewiesen wird. Nur diese wurden daher auch detailliert im Hinblick auf ihre möglichen Umsatzumverteilungswirkungen untersucht und sollen im Folgenden einer städtebaulichen Bewertung der Auswirkungen unterzogen werden.

### 9.5.1 Eppendorf

Gemäß dem bezirklichen Nahversorgungskonzept des Bezirks Nord erstreckt sich das Zentrum Eppendorf beginnend vom Eppendorfer Marktplatz entlang der Eppendorfer Landstraße bis in Teilbereiche des Eppendorfer Wegs, des Lehmwegs und des Eppendorfer Baums und zieht sich damit durch die durch dichte Blockrandbebauung geprägten Altbauviertel der Stadtteile Eppendorf und Hoheluft-Ost. Die Nutzungsstrukturen sind dabei durch einen weitgehend geschlossen Erdgeschossbesatz mit einer Mischung aus überwiegend hochpreisigen und spezialisierten Einzelhandelsangeboten, Gastronomieeinrichtungen und Dienstleistungen gekennzeichnet, die sich an der gut situierten Bevölkerungsstruktur im Wohnumfeld orientieren. Trotz der Verkehrsbelastung entlang der Eppendorfer Landstraße und des vor allem im Bereich des Eppendorfer Marktplatzes stark von Verkehrsinfrastrukturen überprägten Bereichs lässt sich für das Zentrum aufgrund der urbanen Prägung eine hohe Aufenthaltsqualität in einem städtebaulich sehr attraktiven Umfeld ableiten. Über die U-Bahnhöfe Eppendorfer Baum, Klosterstern und Kellinghusenstraße besteht zudem eine gute Anbindung an den ÖPNV. Auch angesichts einer sehr geringen Leerstandsquote stellt sich das Zentrum somit als voll funktionsfähig dar.

Im gesamten Zentrum gibt es nur sehr wenige große Einzelhandelsbetriebe. Mit TKMaxx findet sich auch nur ein einziger großflächiger Magnetbetrieb des aperiodischen Bedarfs im Zentrum. Als bekannte Filialisten sind lediglich Fielmann, Depot,



Heymann, Tchibo und Butlers sowie einige hochwertige Markenshops (Marc O'Polo, Closed, van Laack) zu nennen. Die Attraktivität des Zentrums leitet sich vielmehr aus der Vielzahl kleinteiliger Angebote ab, die fast ausnahmslos inhabergeführt sind. Die Angebotsüberschneidungen mit dem etwas niedriger positionierten und durch Filialisten geprägten WHÜ werden insofern sehr begrenzt sein.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4,5 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>90</sup> Am ehesten betroffen hiervon sind noch die wenigen Filialisten im Zentrum, wie z.B. TKMaxx. Die Höhe der Auswirkungen lässt allerdings nicht darauf schließen, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten kommen könnte. Ohnehin leitet sich die Attraktivität und Funktionsfähigkeit des Zentrums nicht aus den besonders betroffenen Filialbetrieben ab, sondern aus der vielfältigen Nutzungsmischung vor allem kleinteiliger, inhabergeführter Anbieter aus dem gehobenen Genre, die mit dem WHÜ nur bedingt im Wettbewerb stehen. Selbst wenn es hier zu vereinzelt Marktaustritten kommen sollte, würde dies die Funktionsfähigkeit des Zentrums in seiner Gesamtheit nicht beeinträchtigen.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden. Das Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf steht aufgrund seiner Fokussierung auf kleinteilige, inhabergeführte Angebote des gehobenen Bedarfs nicht im unmittelbaren Wettbewerb mit dem WHÜ und wird in der zugewiesenen Versorgungsfunktion infolge der Realisierung des WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

### 9.5.2 Hoheluftchaussee

Das Zentrum Hoheluftchaussee erstreckt sich zum einen entlang des Eppendorfer Wegs und wird nur durch einen etwa 150 m langen Korridor auf Höhe Falkenried vom Zentrum Eppendorf getrennt. Darüber hinaus umfasst das Zentrum die Hoheluftchaussee bis zur Kreuzung mit der Gärtnerstraße (Ring 2) und angrenzende Teile der Gärtnerstraße. Damit liegt das Zentrum inmitten der durch dichte gründerzeitliche Blockrandbebauung geprägten Wohnquartiere der Stadtteile Hoheluft-Ost und Hoheluft-West, die eine hohe städtebauliche Qualität besitzen und sich durch ihre urbanen Strukturen auszeichnen. Der (durch Angebote des periodischen Bedarfs geprägte) Handelsschwerpunkt befindet sich im südlichen Teilbereich der Hoheluftchaussee. Insbesondere entlang des Eppendorfer Wegs finden sich dagegen neben kleinteiligen,

<sup>90</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben auch viele Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen. Insgesamt ist das Einzelhandelsangebot vor allem durch nahversorgungsrelevante Betriebe geprägt (u.a. Rewe, Edeka, Budnikowsky, dm, Alnatura, Bio Company). Im aperiodischen Bedarf finden sich bis auf Schuhkay und Tchibo keine Filialisten, sondern ausschließlich kleinteiligere Fachgeschäfte. Die stark befahrenen Verkehrsachsen Hoheluftchaussee und Gärtnerstraße sorgen zwar für eine gute verkehrliche Erreichbarkeit, schränken die Aufenthaltsqualität aber auch erheblich ein. Entlang des Eppendorfer Wegs sorgen die kleinteiligeren und durch Altbauten geprägten Strukturen dagegen für einen attraktiven Straßenraum.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7% im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 6 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 5 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>91</sup> Da sich die Einzelhandelsstrukturen im aperiodischen Bedarf fast ausnahmslos auf kleine Fachgeschäfte konzentrieren, wird es mit dem WHÜ zu keinen nennenswerten Angebotsüberschneidungen kommen. Die vorhandenen Anbieter sind vor allem auf die Ansprüche der in den umliegenden Wohnquartieren lebenden Menschen orientiert. Große Magnetbetriebe gibt es über die zentrenprägenden nahversorgungsrelevanten Anbieter hinaus nicht, die wiederum durch das WHÜ nicht tangiert sind. Die Attraktivität und Funktionsfähigkeit des Zentrums leitet sich vielmehr aus den kleinteiligen, inhabergeführten Strukturen ab, die durch das WHÜ nicht beeinträchtigt werden.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden. Das Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluftchaussee ist vor allem durch Angebote des periodischen Bedarfs geprägt, arrondiert durch kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte und ergänzende Nutzungen. Angebotsüberschneidungen sind daher kaum zu erwarten. In seiner Versorgungsfunktion wird das Zentrum durch die Realisierung des WHÜ insofern nicht beeinträchtigt werden.

### 9.5.3 Fuhlsbüttler Straße

Das Zentrum Fuhlsbüttler Straße erstreckt sich, beginnend rund um den S- und U-Bahnhof Barmbek, entlang der Fuhlsbüttler Straße bis auf Höhe Wassmannstraße/Mildestieg. Das Zentrum fungiert dabei als Versorgungsschwerpunkt der durch typische Blockrandbebauung geprägten Wohnstrukturen des Stadtteils Barmbek-Nord, erreicht durch den Anschluss an den U- und S-Bahnhof Barmbek sowie die Nähe zum

<sup>91</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



stark befahrenen Ring 2 aber durchaus auch eine überörtliche Versorgungsfunktion. Besondere Aufenthaltsqualitäten bildet das Zentrum aufgrund der straßenbegleitenden Struktur und der hohen Verkehrsbelastung auf der Fuhlsbüttler Straße nicht aus. Der über weite Strecken durchgängige Besatz an zentrentypischen Nutzungen sorgt aber für eine urbane Prägung des Straßenraums. Die Einzelhandelsstruktur ist dabei einerseits durch kleinflächige, inhabergeführte Betriebe geprägt sowie andererseits durch größere Nahversorger (Rewe, EDEKA, Lidl, Aldi etc.) und einige niedrigpreisorientierte Fachmarktkonzepte (z.B. Deichmann, Armbruster, Ernsting's, Woolworth, Kik, Tedi). Eine gesonderte Stellung nimmt dabei das Globetrotter-Haus beim U- und S-Bahnhof ein, welches den Stammsitz des Unternehmens markiert.

Direkt am Bahnhof gelegen befand sich das viele Jahre leerstehende ehemalige Hertie-Warenhaus, welches nunmehr durch das Hotel- und Geschäftshaus „Fuhle 101“ ersetzt wurde und diesen fortwährenden städtebaulichen Missstand beseitigt hat. Mit Rewe, Aldi und Rossmann ist hier ein neuer sogkräftiger Nahversorgungsschwerpunkt innerhalb des Zentrums entstanden. Insgesamt sind für das Zentrum Fuhlsbüttler Straße in den letzten Jahren umfassende strukturelle Veränderungen und eine dynamische Entwicklung feststellbar. Das Zentrum ist auch angesichts weniger Leerstände als funktionsfähig zu bewerten.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport und auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>92</sup> Zu Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ wird es dabei kaum kommen. So ist das Angebot im aperiodischen Bedarf aufgrund der Discountlastigkeit deutlich niedriger als das WHÜ positioniert und zielt vor allem auf die Versorgung der umliegenden, in Teilen eher kaufkraftschwächeren Bevölkerung ab. Am stärksten betroffen ist Globetrotter, sofern es im WHÜ einen auf Outdoor-Sport fokussierten Anbieter geben wird. Zwar stellt Globetrotter den mit Abstand größten Betrieb innerhalb des Zentrums dar und erreicht aufgrund seiner Bekanntheit und seines besonderen Betriebskonzepts mit zahlreichen Erlebnis- und Serviceelementen ein überregionales Einzugsgebiet. Als Frequenzbringer für das Zentrum fungiert Globetrotter aber dennoch nur eingeschränkt, da vor allem Zielkundschaft angesprochen wird und der Kundenaustausch mit der Fuhlsbüttler Straße aufgrund der Barrierewirkung des Bahnhofs stark eingeschränkt ist. Unabhängig davon ist eine Betriebsschließung des Stammhauses von Globetrotter angesichts der prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten aber auch nicht zu erwarten.

---

<sup>92</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Zentrum des urbanen Marktplatzes Fuhlsbüttler Straße ist vor allem auf Angebote des periodischen Bedarfs und discountorientierte Fachmärkte fokussiert und steht damit kaum im Wettbewerb mit dem WHÜ. In seiner Versorgungsfunktion wird das Zentrum somit nicht beeinträchtigt werden.

#### 9.5.4 Hamburger Straße

Das sich entlang der Hamburger Straße erstreckende Zentrum wird sowohl baulich-räumlich als auch funktional im Wesentlichen durch das Shoppingcenter Hamburger Meile und das Mundsburg Center geprägt. Die sich in diesem Komplex befindlichen „Mundsburg Tower“ wirken dabei als weithin sichtbare städtebauliche Landmarke. Beide Center treten sehr introvertiert auf, sodass es kaum Bezüge zu den angrenzenden Bereichen gibt. Faktisch wird das Attribut der Urbanität hier insofern auch nicht erfüllt. Gleichwohl erreicht das Zentrum aufgrund der hohen Anziehungskraft des 2010 grundlegend modernisierten Shoppingcenters Hamburger Meile eine überörtliche Versorgungsbedeutung. Aktuell läuft wieder ein größeres Refurbishment, sodass zum Erhebungszeitpunkt einige temporäre Leerstände zu verzeichnen waren. Grundsätzlich ist das Zentrum aber als voll funktionsfähig und sehr leistungsstark einzustufen. Dazu trägt auch die sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit über die U-Bahnstationen Hamburger Straße und Mundsburg sowie über die stark befahrenen Verkehrsachsen Hamburger Straße und Winterhuder Weg/B 5 bei.

Während die Hamburger Meile ihren Angebotsschwerpunkt im mittel- und langfristigen Bedarf hat, konzentriert sich das Mundsburg Center auf nahversorgungsrelevante Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsangebote sowie auf Freizeitnutzungen (UCI Kino, Lastertag, Spielbank, Fitness-Studio).

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 9 % im Modischen Bedarf, auf rd. 7 % im Segment Spiel/Sport sowie im Segment Elektro/Technik und auf rd. 6 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>93</sup> Im Vergleich zu den übrigen Zentren im Hamburger Stadtgebiet fallen die Umsatzumverteilungsquoten somit relativ hoch aus, was einerseits an der geringeren räumlichen Entfernung zum WHÜ liegt sowie andererseits an den zu erwartenden Angebotsüberschneidungen der ähnlich strukturierten und

---

<sup>93</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



positionierten Center WHÜ und Hamburger Meile. Dies betrifft auch die großen Magnetbetriebe wie H&M, New Yorker, Esprit, S'Oliver, C&A, Spiele Max, TKMaxx oder Thalia. Die in der Hamburger Meile ansässigen Betriebe werden die Umsatzrückgänge durch das WHÜ deutlich zu spüren bekommen. Unter der Berücksichtigung, dass die ermittelten Werte absolute Worst-Case-Szenarien darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden, sind vorhabeninduzierte Marktaustritte von einer größeren Anzahl von Betrieben, die die Funktionsfähigkeit der Hamburger Meile und des Zentrums insgesamt beeinträchtigen würden, nicht wahrscheinlich. Dies gilt insbesondere auch vor dem Hintergrund, dass es sich bei der Hamburger Meile um eines der stärksten Einkaufszentren im Hamburger Stadtgebiet handelt, welches seine Marktposition nach dem umfassenden Umbau in 2010 deutlich ausbauen konnte.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße steht zwar im Hinblick auf die Hamburger Meile im direkten Wettbewerb zum WHÜ und wird hier signifikante Angebotsüberschneidungen aufweisen. Aufgrund der starken Marktposition des in 2010 umfassend modernisierten Shoppingcenters wird es jedoch zu keiner mehr als unwesentlichen Beeinträchtigung der Leistungsfähigkeit dieses für die Funktionsfähigkeit des Zentrums maßgeblichen Ankers kommen.

### 9.5.5 Osterstraße

Das Zentrum Osterstraße erstreckt sich über den gesamten Straßenverlauf bis zum Isebekkanal und umfasst zudem den südlichen Abschnitt des Eppendorfer Wegs sowie Teilabschnitte des Heußwegs und des Stellingner Wegs. Damit zieht sich das Zentrum einmal quer durch den Stadtteil Eimsbüttel, der durch verdichtete gründerzeitliche Blockrandbebauungsstrukturen gekennzeichnet ist und eine sehr urban geprägte Nutzungsstruktur aufweist. Während die Osterstraße als eine klassische Einkaufsstraße mit einem hohen Anteil an inhabergeführten Geschäften und Dienstleistungen bezeichnet werden kann, ist die Struktur im Teilbereich Eppendorfer Weg noch etwas kleinteiliger und wird hier ausschließlich von inhabergeführten Betrieben und zahlreichen ergänzenden Nutzungen (v.a. auch Gastronomie) geprägt. Zwar wird die Aufenthaltsqualität durch den Verkehr auf der Osterstraße gemindert, die urbane Nutzungsstruktur und der ansprechende Straßenraum sorgen aber dennoch für städtebauliche Qualitäten und erzeugen eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Dazu hat vor allem auch die erst kürzlich abgeschlossene, großangelegte Stadtraumerneuerung in



weiten Teilen der Osterstraße beigetragen, die mit einer erheblichen Aufwertung des öffentlichen Raums einherging. Positiv wirkt sich auch die gute verkehrliche Erreichbarkeit aus, die vor allem über die U-Bahnstationen Lutterothstraße und Osterstraße sowie über den die Osterstraße querenden Ring 2 sichergestellt ist. Insgesamt präsentiert sich das Zentrum damit als funktionsfähig.

Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose belaufen sich die Umsatzrückgänge im absoluten Worst Case auf rd. 7 % im Modischen Bedarf sowie im Segment Spiel/Sport, auf rd. 5 % im Segment Elektro/Technik und auf rd. 4 % im Segment der Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren.<sup>94</sup> Betroffen hiervon sind im Wesentlichen das Warenhaus GALERIA Karstadt Kaufhof sowie die wenigen im Zentrum vorhandenen Filialisten (SchuhKay, Street One, Fielmann, Deichmann, Bijou Brigitte, Butlers, Tiger, Heymann). Ansonsten werden sich die Angebotsüberschneidungen in Grenzen halten, da das Zentrum Osterstraße vor allem durch inhabergeführte Fachgeschäfte sowie durch kleinteilige ergänzende Nutzungen geprägt ist, die vor allem auf die Versorgung der umliegenden Wohnquartiere orientiert sind. Aber auch ein vorhabeninduzierter Marktaustritt des für die Funktionsfähigkeit des Zentrums maßgeblich prägenden Warenhauses kann angesichts der Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen ausgeschlossen werden. Dies gilt vor allem auch deshalb, weil das Warenhaus in zentraler Lage direkt am U-Bahnhof verortet ist und erst kürzlich modernisiert wurde. Im Untergeschoss ist ein Aldi-Markt eingezogen und es wurden die Home- und Living-Bereiche verstärkt. Zudem wurden die Segmente Mode, Kinderkleidung und Spielwaren ausgebaut mit dem Ziel, sich noch stärker als Grundversorger für die umliegende Wohnbevölkerung zu positionieren. Das Haus stand daher auch gar nicht erst auf der insolvenzbedingten Schließungsliste des Konzerns, was für eine stabile Umsatzbasis und eine gute Marktpositionierung spricht.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen kann ausgeschlossen werden, zumal die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten einen absoluten Worst Case darstellen und tatsächlich niedriger ausfallen werden. Das Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße steht aufgrund seiner Fokussierung auf die Grundversorgung der umliegenden Wohnquartiere und seiner kleinteiligen, gemischten Nutzungsstruktur nur bedingt im Wettbewerb mit dem WHÜ. Vorhabeninduzierte Marktaustritte von maßgeblichen Magnetbetrieben (GALERIA Karstadt Kaufhof) sind ebenfalls nicht zu erwarten, sodass das Zentrum in der Ausübung seiner ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion durch das WHÜ nicht beeinträchtigt wird.

<sup>94</sup> Aufgrund der räumlichen Entfernung werden im periodischen Bedarf keine spürbaren Auswirkungen eintreten.



## 9.6 Zu den Auswirkungen auf sonstige zentrale Versorgungsbereiche in Hamburg

Unterhalb der Kategorie der Stadtteilzentren gibt es gemäß Zentrenkonzept der Stadt Hamburg sowie gemäß den bezirklichen Nahversorgungskonzepten mit den Ortsteilzentren und den Nahversorgungszentren noch weitere als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesene Zentrentypen.

Die Versorgungsfunktion der in der Äußeren Stadt gelegenen Ortsteilzentren beschränkt sich in der Regel auf den eigenen Stadtteil. Der Angebotsschwerpunkt sowie die infrastrukturelle Ausstattung liegen dabei im periodischen Bedarf. Einzelhandelsangebote des aperiodischen Bedarfs beschränken sich auf inhabergeführte Fachgeschäfte und kleinteilige Filialisten. Mit dem WHÜ werden diese Zentren kaum im Wettbewerb stehen, da es aufgrund der Schwerpunktsetzung im periodischen Bedarf kaum signifikante Angebotsüberschneidungen gibt und die Ortsteilzentren aufgrund der räumlichen Lage in der Äußeren Stadt auch bereits relativ weit vom WHÜ entfernt sind. Auch ohne detaillierte Wirkungsprognosen können mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Ortsteilzentren infolge der Realisierung des WHÜ daher ausgeschlossen werden.

Die zahlreichen Nahversorgungszentren verteilen sich über das gesamte Stadtgebiet. Wie es die Namensgebung schon nahelegt, liegt der Versorgungsauftrag dieser Zentren in der Nahversorgung der in den umliegenden Quartieren lebenden Bevölkerung. Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich demnach fast ausschließlich auf den periodischen Bedarf. Zu signifikanten Angebotsüberschneidungen im Hinblick auf den aperiodischen Bedarf wird es nicht kommen. Da die Nahversorgungszentren bis auf eine Ausnahme (NVZ Rothenburgsort; siehe Kap. 6.3.41) allesamt außerhalb des Kerneinzugsgebiets des WHÜ liegen und damit nicht mehr im unmittelbaren Wirkungsbereich des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels, können negative Auswirkungen des WHÜ auf die Nahversorgungszentren auch ohne detaillierte Wirkungsprognosen ausgeschlossen werden.

Die Realisierung des WHÜ wird zu keinen negativen Auswirkungen auf die Ortsteilzentren und Nahversorgungszentren im Hamburger Stadtgebiet führen, da diese vor allem auf Angebote des periodischen Bedarfs fokussiert sind und sich außerhalb des Kerneinzugsgebiets des WHÜ befinden.



## 9.7 Zu den Auswirkungen auf die Innenstädte der Umlandzentren

Aufgrund der weitläufigen Ausdehnung des Einzugsgebiets werden auch die Umlandzentren von dem WHÜ betroffen sein. Dies gilt jedoch eher für die Zentren höherer Hierarchiestufen (Mittelzentren) als für die ausgewiesenen Unter- und Grundzentren und Stadtrandkerne, die vor allem auf die qualifizierte Grundversorgung ihrer Einwohner orientiert sind und damit nicht im Wettbewerb mit dem WHÜ stehen.

Für die Mittelzentren fallen die Umsatzumverteilungsquoten selbst im absoluten Worst Case moderat aus und bleiben in allen Branchen und an allen Standorten durchweg deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Dies hängt vor allem auch damit zusammen, dass die Umlandzentren bereits relativ weit vom WHÜ entfernt liegen und sich mit zunehmender Distanz auch die Wirkungen abschwächen. Es sei an dieser Stelle auch betont, dass einige Umlandzentren infolge von perspektivischen Einwohnerrückgängen in ihren Marktgebieten von einem entsprechenden Wirkungsverschärfungseffekt betroffen sind, der mit in die Prognose eingeflossen ist. Dies gilt vor allem für Geesthacht und Elmshorn.

In der engeren Umlandzone des Einzugsgebiets befinden sich insgesamt 11 Mittelzentren<sup>95</sup>. Nach den Ergebnissen der Wirkungsprognose werden sich die Umsatzumverteilungswirkungen im absoluten Worst Case in folgenden Spannbreiten bewegen:

### **Modischer Bedarf: zwischen 5 und 6,5 %**

Am stärksten betroffen sind hierbei die Innenstädte von Ahrensburg, Buchholz, Nordstedt, Wedel, Winsen, Geesthacht und Glinde. Hier liegen die prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten um die 6 % und knapp darüber.

#### ■ Ahrensburg

Als wesentliche Magneten der Ahrensburger Innenstadt fungieren das Kaufhaus Nessler und das City Center Ahrensburg (u.a. C&A, Deichmann, Takko), die auch die größten Anbieter des Modischen Bedarfs darstellen. Angebotsüberschneidungen sind dabei vor allem mit dem Kaufhaus Nessler zu erwarten, welches seinen Angebotsschwerpunkt im mittelpreisigen und gehobenen Segment hat. Als alt eingesessenes Kaufhaus mit „Platzhirschcharakter“ verfügt Nessler aber über eine gute Marktpositionierung und wird in seinem Fortbestand durch die Wirkungen des WHÜ im Grundsatz nicht gefährdet werden. Das City Center hat dagegen einen eher fachmarktorientierten Charakter und wird zudem vor allem von Angeboten des periodischen Bedarfs getragen. Mit dem WHÜ steht das City Center daher nur bedingt im Wettbewerb. Vorhabeninduzierte Aufgaben von Anbietern in den sonstigen

<sup>95</sup> Glinde, Reinbek und Wentorf sind gemäß LEP Schleswig-Holstein 2010 als ein gemeinsames Mittelzentrum ausgewiesen. Das Mittelzentrum Seevetal besteht aus mehreren Gemeindeteilen (Hittfeld, Maschen, Meckelfeld), auf die sich die mittelzentralen Angebote verteilen.



Lagen können angesichts der Höhe der Umverteilungsquoten selbst im absoluten Worst Case weitgehend ausgeschlossen werden. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass Ahrensburg als verkehrlich sehr gut angebundener Wohnstandort im Hamburger Umland (U-Bahnanschluss, künftig auch S-Bahnanschluss) sehr beliebt ist und die grundsätzlich gut aufgestellte und auch städtebaulich attraktive Innenstadt auf ein wachsendes Marktpotenzial zurückgreifen kann.

#### ■ Buchholz

Als einer der wesentlichen Anziehungspunkte der Innenstadt ist die Buchholz Galerie anzuführen, die auch eine Reihe von Magnetbetrieben des Modischen Bedarfs vorhält (u.a. Kaufhaus Ramelow, H&M, Esprit, Schuhkay). Das 2012 eröffnete Einkaufszentrum ist modern und leistungsfähig aufgestellt und verfügt v.a. mit H&M und Ramelow über sehr attraktive Ankermieter. Selbst im absoluten Worst Case können vorhabeninduzierte Marktaustritte von für die Funktionsfähigkeit des Centers und der gesamten Innenstadt maßgeblichen Magnetbetrieben weitgehend ausgeschlossen werden. Selbiges gilt auch für weitere in der Innenstadt ansässige Filialisten wie C&A und Deichmann. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass Buchholz als verkehrlich gut angebundener Wohnstandort im Hamburger Umland sehr beliebt ist und die grundsätzlich gut aufgestellte Innenstadt auf ein wachsendes Marktpotenzial zurückgreifen kann.

#### ■ Geesthacht

Als wesentliche Magnetbetriebe der Geesthachter Innenstadt für den Modischen Bedarf sind das Kaufhaus Nessler und C&A anzuführen, die beide in der sehr ansprechend gestalteten Fußgängerzone Bergedorfer Straße ansässig sind und leistungsfähig aufgestellt sind. Die größten Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ sind für das Kaufhaus Nessler zu erwarten, welches seinen Angebotsschwerpunkt im mittleren bis gehobenen Genre hat. Nessler verfügt allerdings als etablierter „Platzhirsch“ über eine vergleichsweise starke Marktposition, sodass eine vorhabeninduzierte Geschäftsaufgabe dieses für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt maßgeblichen Betriebs selbst für den absoluten Worst Case weitgehend ausgeschlossen werden kann. Ansonsten ist das Angebot im Modischen Bedarf neben einigen Fachgeschäften vor allem durch preisorientierte Fachmarktkonzepte geprägt (z.B. Takko, Kik, Armbruster, Deichmann, Quick Schuh), die mit dem höher positionierten WHÜ nicht im direkten Wettbewerb stehen werden und vor allem auf die qualifizierte Grundversorgung der in Geesthacht und im Umland lebenden Verbraucher fokussiert sind.

#### ■ Wedel

Das Angebot im Modischen Bedarf in der Innenstadt von Wedel ist einerseits von preisorientierten Fachmarktkonzepten (z.B. Kik, Ernstings, Deichmann) gekennzeichnet, die mit dem höher positionierten WHÜ nur bedingt im Wettbewerb stehen. Andererseits gibt es aber auch einige größere inhabergeführte Anbieter (z.B.



Lehmann, Lüchau, Ramelow/Trendbox), deren Schwerpunkt im mittleren bis in Teilen auch gehobenen Bedarf liegt. Einen für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt prägenden Magnetbetrieb im Modischen Bedarf weist die Innenstadt u.a. seit der Aufgabe von C&A jedoch nicht auf. Für ein Mittelzentrum ist die Innenstadt von Wedel eher schwach aufgestellt, was aber vor allem in der Lage an der Hamburger Stadtgrenze und der räumlichen Nähe zu Handelsmagneten wie dem Elbe Einkaufszentrum begründet liegt. Die Angebotsstrukturen sind daher vor allem auf das örtliche Marktpotenzial abgestellt und werden durch das WHÜ angesichts der Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen nicht insoweit in Frage gestellt, dass es infolge von mehreren vorhabeninduzierten Betriebsaufgaben zu einem Funktionsverlust der Innenstadt kommen könnte.

#### ■ Winsen

Die Innenstadt von Winsen vermittelt ausgehend von den baulichen Strukturen eine angenehme Einkaufsatmosphäre im Bereich der Fußgängerzone und verfügt mit dem Modehaus Düsenberg & Harms über einen sogkräftigen Magnetbetrieb im Modischen Bedarf. Darüber hinaus geht vor allem von C&A eine gewisse Anziehungskraft aus. Diese beiden Anbieter werden am stärksten von Angebotsüberschneidungen mit dem WHÜ betroffen sein. Die Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen lässt jedoch selbst im absoluten Worst Case nicht darauf schließen, dass es hier zu einem vorhabeninduzierten Marktaustritt von einem dieser grundsätzlich leistungsfähig aufgestellten und gut positionierten Anbieter kommen könnte. Ansonsten ist das Angebot von kleinen inhabergeführten Fachgeschäften und Fachmarktkonzepten wie Deichmann und Kik geprägt, die mit dem WHÜ aufgrund ihrer niedrigeren Marktpositionierung nicht im direkten Wettbewerb stehen. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass Winsen als verkehrlich gut angebundener Wohnstandort im Hamburger Umland sehr beliebt ist und die grundsätzlich gut aufgestellte Innenstadt auf ein wachsendes Marktpotenzial zurückgreifen kann.

#### ■ Glinde

Die Innenstadt von Glinde weist im Modischen Bedarf fast ausnahmslos kleinere fachmarktorientierte Anbieter wie Jeans Fritz, NKD oder Ernstings auf. Einen prägenden und für die Anziehungskraft der Innenstadt maßgeblichen Magnetbetrieb gibt es nicht. Auch sind Angebote des mittleren bis gehobenen Bedarfs kaum vorhanden. Insofern steht die Innenstadt von Glinde nur sehr eingeschränkt mit dem WHÜ im Wettbewerb. Der Einzelhandelsbesatz ist vielmehr auf nahversorgungsrelevante Angebote konzentriert und hat im Modischen Bedarf eher einen arrondierten Charakter zur Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung, der durch die Realisierung des WHÜ nicht maßgeblich beeinträchtigt werden wird.



#### ■ Norderstedt

Die unmittelbar an der Hamburger Stadtgrenze gelegene Stadt Norderstedt verfügt in der Innenstadt über ein vergleichsweise großes Angebot im Modischen Bedarf, welches sich vor allem auf das Herold Center (u.a. P&C, H&M, C&A, Görtz, New Yorker, Deichmann) konzentriert. Mit diesen für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt maßgeblichen Ankern werden die größten Angebotsüberschneidungen zu erwarten sein. Das gut frequentierte Herold Center stellt ein seit Jahrzehnten etabliertes Einkaufszentrum dar, welches regelmäßig modernisiert wurde und heute zeitgemäß und leistungsfähig aufgestellt ist. Die prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen lassen selbst im absoluten Worst Case nicht erwarten, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von Magnetbetrieben kommen wird, die die Funktionsfähigkeit der Innenstadt beeinträchtigen würden. Dabei ist auch die sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Objekts (Zugang zum U-Bahnhof direkt über die Mall) zu berücksichtigen.

Problematisch stellt sich aktuell allerdings die Situation in der De-Gasperi-Passage dar. Neben Saturn und Rewe stellten hier das GALERIA Karstadt Kaufhof Warenhaus und Karstadt Sports die wesentlichen Ankermieter dar, die jedoch beide insolvenzbedingt geschlossen wurden. Damit hat nicht nur die Passage, sondern das gesamte Zentrum einen maßgeblichen Magnetbetrieb verloren und weist aktuell erhebliche Leerstände auf. Aufgrund der guten Mikrolage inmitten der Innenstadt und der guten Rahmenbedingungen Norderstedts als wachsende Umlandkommune Hamburgs kann aber zumindest von einer Teilnachnutzung der Warenhaus-Flächen (Erdgeschosse) im Rahmen einer Umstrukturierung ausgegangen werden, die durch das WHÜ nicht grundsätzlich in Frage zu stellen wäre. Insofern werden die Leerstände vor allem temporärer Natur sein. Auch wenn dem Zentrum Garstedt in Norderstedt wichtige Einzelhandelssäulen weggebrochen sind, ist die Funktionsfähigkeit des Zentrums aufgrund des leistungsfähigen Herold Centers aber nicht grundsätzlich verlorengegangen. Auch ohne Karstadt stellt das Zentrum Garstedt noch eine attraktive Handelslage dar.

In den Innenstädten von Buxtehude, Elmshorn und Pinneberg liegen die prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten selbst im absoluten Worst Case bei unter 6 %. Die genannten Innenstädte sind damit noch geringfügiger betroffen und lassen keine vorhabeninduzierte Beeinträchtigung ihrer Funktionsfähigkeit erwarten.

In den Gemeindeteilen des Mittelzentrums Seevetal sowie in Wentorf und Reinbek liegen die Umsatzrückgänge in absoluten Zahlen gemessen aufgrund geringfügiger Einzelhandelsbestände unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle, sodass hier keine negativen Auswirkungen zu befürchten sind.



### **Elektro/Technik: zwischen 4 und 5 %**

Einen mit dem WHÜ im unmittelbaren Wettbewerb stehenden strukturprägenden Anbieter, der zugleich für die Funktionsfähigkeit des Zentrums maßgeblich ist, findet sich mit Saturn nur in der Innenstadt von Norderstedt. Der Elektrofachmarkt ist leistungsfähig aufgestellt und befindet sich innerhalb der De-Gasperi-Passage in bester Innenstadtlage. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe von Saturn kann angesichts einer selbst im absoluten Worst Case ermittelten Umsatzumverteilungsquote von rd. 5 % ausgeschlossen werden.

In Geesthacht, Buxtehude, Elmshorn und Ahrensburg überschreiten die Umsatzrückgänge gemessen in absoluten Zahlen die Nachweisbarkeitsschwelle aufgrund des geringfügigen Bestands nur sehr knapp. Das Angebot verteilt sich auf mehrere kleine Anbieter und Randsortimente (z.B. Drogerie Müller) und entfaltet für sich genommen keine Zentrenprägung. Eine Wettbewerbsbeziehung zum WHÜ ist nur sehr bedingt gegeben. Negative städtebauliche Auswirkungen können daher auch für den absoluten Worst Case ausgeschlossen werden.

Alle anderen Innenstädte der Umlandzentren sind aufgrund nur sehr geringfügiger Angebotsbestände in diesem Segment gar nicht mehr betroffen – hier können negative Wirkungen per se ausgeschlossen werden.

### **Sport/Spiel: zwischen 5 und 6 %**

Nur in Ahrensburg, Pinneberg, Buxtehude, Geesthacht und Norderstedt sind überhaupt signifikante Umsatzrückgänge zu erwarten.

Spiel/Sport wird dabei vor allem durch die zentrenprägenden Kaufhäuser Nessler (Ahrensburg, Geesthacht), Stackmann (Buxtehude) und Kunstmann (Pinneberg) angeboten, die z.T. Intersport-Lizenzen haben. Die Wirkungen werden hier zwar spürbar sein, aber erreichen selbst in der absoluten Worst-Case-Betrachtung keine Größenordnung, die eine Aufgabe der jeweiligen Fachabteilung erwarten lassen. Auch eine vorhabeninduzierte Betriebsgefährdung der Kaufhäuser an sich kann ausgeschlossen werden, da die Betroffenheit sich hier nur auf ein Teilsortiment bezieht. Ohnehin sind die Kaufhäuser in ihren jeweiligen Städten seit Jahrzehnten etablierte Magneten, die über eine hohe Stammkundschaft verfügen und gut am Markt positioniert sind („Platzhirsch“).

Darüber hinaus wird Sport/Spiel auch vermehrt in Form von Randsortimenten (z.B. Drogerie Müller) oder durch kleine Fachgeschäfte (z.B. in Winsen) angeboten. Im direkten Wettbewerb zum WHÜ stehen diese Anbieter nicht, weshalb hier keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind.

Einer gesonderten Betrachtung bedarf die Innenstadt von Norderstedt. Hier wurde das Segment Sport im Wesentlichen von Karstadt Sports angeboten. Seit der



insolvenzbedingten Aufgabe des Sporthauses verfügt die Innenstadt von Norderstedt über kein nennenswertes Angebot mehr in diesem Segment. Allerdings deuten die Wirkungen des WHÜ nicht darauf hin, dass sich in Norderstedt nicht ein alternativer Sportartikelanbieter ansiedeln könnte, zumal sich die Karstadt-Immobilie in bester Lage in der Nähe zum U-Bahnhof befindet und das örtliche Marktgebiet groß genug ist, um hier einen Sportladen tragfähig betreiben zu können.

Alle anderen Innenstädte der Umlandzentren sind aufgrund nur geringfügiger Angebotsbestände in diesem Segment kaum betroffen – hier können negative Wirkungen per se ausgeschlossen werden.

#### **Sonstige zentrenrelevante Hartwaren: zwischen 3 und 4 %**

Tendenziell etwas stärker betroffen sind dabei die Innenstädte von Ahrensburg und Norderstedt. Hier liegen die Umverteilungsquoten bei 4 % und leicht darüber. In Buchholz, Buxtehude, Pinneberg, Elmshorn, Geesthacht, Wedel und Winsen fallen die Umverteilungsquoten noch etwas geringer aus und liegen damit sehr deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Vorhabeninduzierte Betriebsaufgaben von für die Funktionsfähigkeit der Innenstädte maßgeblichen Magnetbetrieben in diesem Segment können somit vollständig ausgeschlossen werden.

In den Gemeindeteilen des Mittelzentrums Seevetal sowie in Wentorf, Glinde und Reinbek liegen die Umsatzrückgänge gemessen in absoluten Zahlen aufgrund geringfügiger Einzelhandelsbestände weitgehend unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Hier können negative Wirkungen per se ausgeschlossen werden.

#### **Auswirkungen auf die Umlandzentren in der Zone 4**

Wenn bereits für die innerhalb der Einzugsgebietszone 3 befindlichen Zentralen Orte negative Auswirkungen ausgeschlossen werden können, kann dies auch ohne detaillierte Wirkungsprognose für die innerhalb der Einzugsgebietszone 4 gelegenen Zentralen Orte angenommen werden. Denn aufgrund der Distanzsensibilität der Verbraucher sinkt mit zunehmender Distanz auch die Einkaufswahrscheinlichkeit, so dass die Umlenkung der Kaufkraftströme in den weiter entfernt gelegenen Orten in der Regel geringer ausfällt und hier dementsprechend auch niedrigere Umsatzrückgänge induziert, die nochmals deutlich unterhalb der Quoten für die näher gelegenen Zentralen Orten liegen werden.

Auch für die Innenstädte und Ortskerne der Zentralen Orte unterer Hierarchieebenen (Unterzentren/Grundzentren, Stadtrandkerne) können negative Auswirkungen auch ohne detaillierte Wirkungsprognosen ausgeschlossen werden. Denn diese Orte haben vor allem einen Grundversorgungsauftrag zu erfüllen, der sich über den nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf festmachen lässt. Im periodischen Bedarf wird es durch das WHÜ aber zu keinen Auswirkungen im Umland kommen, da der



nahversorgungsrelevante Einzelhandel typischerweise keine so weiträumige Ausstrahlungskraft hat.

Insgesamt kann somit festgehalten werden, dass die Realisierung des WHÜ zu keiner Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der im Umland gelegenen Innenstädte von Zentralen Orten führen wird. Dabei ist vor allem zu berücksichtigen, dass die Innenstädte allesamt bereits relativ weit vom WHÜ entfernt liegen und sich die Wirkungen damit abmildern.



## 9.8 Zu den Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung

Die verbrauchernahe Versorgung zielt vor allem auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ab, der damit im Mittelpunkt der Bewertung steht. Wie bereits unter Kap. 9.1 ausgeführt, werden Wirkungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel nur innerhalb des Kerneinzugsgebiets des WHÜ konzentriert zu erwarten sein. Innerhalb des Kerneinzugsgebiets gibt es neben der Innenstadt, auf die bereits in Kap. 9.2 eingegangen worden ist, gemäß dem bezirklichen Einzelhandelskonzept ein Nahversorgungszentrum (NVZ Rothenburgsort) und zwei Nahversorgungslagen (NVL Sieldeich, NVL Brauerknechtgraben), die neben der Innenstadt für die Sicherung der Nahversorgung von besonderer Bedeutung sind.

### 9.8.1 NVZ Rothenburgsort

Das NVZ Rothenburgsort fungiert als Versorgungsschwerpunkt für den gleichnamigen Stadtteil, der durch Bahntrassen, Hafenbecken und Gewerbegebiete von den umliegenden Stadtteilen relativ stark isoliert ist. Als Magnetbetriebe sind dabei ein Penny-Lebensmitteldiscounter sowie ein Budnikowsky-Drogeriefachmarkt anzuführen, die von einigen kleinteiligen Geschäften sowie von handelsergänzenden Nutzungen arrondiert werden. Das Zentrum konzentriert sich dabei um den vor einigen Jahren neu entwickelten und ansprechend gestalteten Rothenburger Marktplatz, der von seiner Lage an der Hauptdurchfahrtsstraße (Billhorner Röhrendamm/Vierländer Damm) profitiert. Auch wenn das Zentrum in Reaktion auf das eher kaufkraftschwache Wohnumfeld sehr discountlastig aufgestellt ist, kann es seine ihm zugewiesene Versorgungsfunktion erfüllen und ist als stabil zu bewerten.

Im Worst Case ist für das NVZ von einem Umsatzrückgang im periodischen Bedarf in Höhe von etwa 5,5 % auszugehen. Damit werden die Wirkungen zwar spürbar sein, liegen aber noch deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Ein vorhabeninduzierter Marktaustritt von Penny oder Budni als wesentliche Magnetbetriebe kann ausgeschlossen werden, zumal beide Anbieter leistungsfähig aufgestellt sind. Aufgrund der isolierten stadträumlichen Lage und der trennenden Wirkung der Elbbrücken erscheint es auch unwahrscheinlich, dass das WHÜ für den Stadtteil Rothenburgsort eine wesentliche Nahversorgungsfunktion übernehmen wird und damit in einem direkten Wettbewerb mit dem NVZ treten wird. Vielmehr steht das NVZ im Wettbewerb mit den umliegenden Discounterstandorten von Lidl und Aldi. **Eine vorhabeninduzierte Beeinträchtigung des NVZ Rothenburgsort kann somit ausgeschlossen werden.**



### 9.8.2 NVL Sieldeich

Die Nahversorgungslage Sieldeich stellt den einzigen Versorgungsschwerpunkt auf der Veddel dar und weist demnach eine hervorgehobene Nahversorgungsfunktion für die in den umliegenden Wohnquartieren lebenden Menschen auf. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um einen deutlich in die Jahre gekommenen Penny-Lebensmitteldiscounter<sup>96</sup>, der sich im Randbereich einer verdichteten Geschosswohnungsbauanlage befindet und nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinaus ausstrahlt. Da es aktuell keinen weiteren strukturprägenden Nahversorger auf der Veddel gibt, dürfte der Penny-Markt trotz des schwachen Marktauftritts vergleichsweise stabile Umsätze generieren und fungiert dabei als wesentlicher Nahversorger des gesamten Stadtteils. Der prognostizierte Umsatzrückgang im periodischen Bedarf in Höhe von rd. 7 % (Worst Case) fällt zwar verhältnismäßig hoch aus, wird aber dennoch nicht zu einem Marktaustritt von Penny sowie einer damit einhergehenden Verschlechterung der verbrauchernahen Versorgung auf der Veddel führen.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass im Zuge der Entwicklung des nahe gelegenen Kleinen Grasbrooks Überlegungen bestehen, hier ein neues Nahversorgungszentrum zu realisieren und mit der Nahversorgungslage auf der Veddel zu verknüpfen. Insofern werden die Nahversorgungsstrukturen auf der Veddel künftig völlig neu aufgestellt werden. Da mit der Entwicklung des Kleinen Grasbrooks das Nachfragepotenzial in diesem Raum erheblich ansteigen wird (Bewohner, Beschäftigte, Touristen), wird die geplante Ertüchtigung der Nahversorgung auf der Veddel durch das WHÜ auch nicht in Frage gestellt.

**Eine vorhabeninduzierte Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung auf der Veddel kann somit ausgeschlossen werden.**

### 9.8.3 NVL Brauerknechtgraben

Die Nahversorgungslage Brauerknechtgraben befindet sich inmitten des charakteristischen und vor allem durch seine lebhaftes Gastronomieszene bekannten Portugiesenviertels, welches auch eine hohe touristische Anziehungskraft entfaltet. Die NVL beschränkt sich dabei auf einen kleinen Rewe-Verbrauchermarkt, der für die zwischen Willy-Brandt-Straße, Altem Elbpark, Elbufer und Herrengraben lebenden Menschen eine zentrale Versorgungsfunktion übernimmt.

Der Rewe-Markt hat keine Parkplätze und ist damit vollständig auf die fußläufige Versorgung des unmittelbaren Nahbereichs orientiert. Im Rahmen der Wirkungsprognose wurde im Worst Case ein Umsatzrückgang von rd. 6 % prognostiziert. Aufgrund der hohen Siedlungsdichte im Nahumfeld und der starken Marktposition als einziger

---

<sup>96</sup> Der Penny Discounter ist kürzlich abgebrannt, sodass es aktuell überhaupt keinen Nahversorger mehr auf der Veddel gibt.



Lebensmittelmarkt lassen die Umsatzrückgänge jedoch nicht erwarten, dass es hier zu einer vorhabeninduzierten Geschäftsaufgabe von Rewe mit der Folge einer Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung im südlichen Teil der Neustadt (Portugiesenviertel und Bereiche rund um den Michel) kommen könnte. Auch künftig wird der Rewe-Markt aufgrund seiner unmittelbaren Wohnnähe als wesentlicher Nahversorger im Quartier fungieren und auch nicht durch das nicht mehr in fußläufiger Distanz zu erreichende WHÜ in Frage gestellt werden.

**Eine vorhabeninduzierte Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung kann somit ausgeschlossen werden.**

Eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung infolge der Realisierung des WHÜ kann ausgeschlossen werden.



## 9.9 Zur Kompatibilität mit den Hamburger Einzelhandels- und Zentrenkonzepten

Hamburg verfügt über ein **Zentrenkonzept**, welches sich inhaltlich vor allem auf die Funktionen der urbanen Räume konzentriert und sich konkret mit den Zentren im Stadtgebiet befasst, die eine übergeordnete Bedeutung für Hamburg haben. Das Zentrenkonzept besteht aus zwei Teilen. Zum einen aus dem Hamburger Zentralsystem, das als Standortsystem alle Zentren systematisch erfasst. Zum anderen benennt das Hamburger Zentrenkonzept aus gesamtstädtischer Sicht konkrete Ziele, Handlungsbedarfe und Entwicklungschancen für die einzelnen Zentren, die als Grundlage für die Weiterentwicklung und Stärkung der Zentren auf lokaler Ebene fungieren.

Neben dem stadtweiten Zentrenkonzept verfügt jeder Bezirk noch über ein **bezirkliches Nahversorgungskonzept**, welches das Zentrenkonzept auf lokaler Ebene ergänzt und konkretisiert und ein Standortsystem für die Nahversorgung festlegt.

Zur wirkungsvollen Steuerung des Einzelhandels sind darüber hinaus gesamtstädtisch einheitliche Rahmenbedingungen und Ansiedlungsregeln aufgestellt worden, die in den **Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel** gebündelt sind.

Die Senatskommission für Stadtentwicklung und Wohnungsbau hat das Hamburger Zentrenkonzept, die Nahversorgungskonzepte und eine Aktualisierung der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel am 12.09.2019 gemeinsam als städtebauliche Entwicklungskonzepte beschlossen. Damit sind alle drei vorgenannten Konzepte gemäß § 1 Abs. 1 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung von B-Plänen zu berücksichtigen und somit für die Bewertung des Vorhabens relevant.

Hinzuweisen ist zudem auf das **Innenstadtkonzept Hamburg von 2014**, welches eine intensive und differenzierte Befassung mit den Quartieren der Innenstadt beinhaltet, indem auch spezifische Ziele und Handlungsansätze herausgearbeitet worden sind. Da das Innenstadtkonzept politisch nicht beschlossen worden ist, sind die dort definierten Ziele für die Aufstellung des B-Plans Hafencity 15 jedoch nur nachrichtlicher Natur.



### 9.9.1 Hamburger Zentrenkonzept

Das Hamburger Zentrenkonzept legt die übergeordnete Zentrenstruktur Hamburgs fest. Dabei wird nach folgenden Zentrenkategorien unterschieden:

- Innenstadt mit Citylagen
- Hauptzentren
- Stadtteilzentren
- Ortsteilzentren
- Urbane Marktplätze
  - Zentren des Urbanen Marktplatzes
  - Schwerpunkt für übergeordnete Versorgung

Die Innenstadt wird im Konzept als das überregional wahrnehmbare Zentrum der Stadt mit bedeutsamen Institutionen und Einrichtungen definiert, welches zudem von großem und weiterhin zunehmendem touristischem Interesse geprägt ist. Dabei wird die Innenstadt in unterschiedliche Teilbereiche gegliedert, die eigene Schwerpunkte und spezifische Milieus entwickelt haben.

Als einer dieser Teilbereiche wird auch die HafenCity eingeordnet, die der Innenstadt-erweiterung dient und neben neuen Flächen und Nutzungsbausteinen für eine Hinwendung der Stadt zum Wasser und eine zunehmende Integration von Wohnfunktionen in die Innenstadt sorgen soll.

Als Einkaufsstandorte mit Ausstrahlungskraft in die gesamte Metropolregion werden die Citylagen Mönckeberg- und Spitalerstraße, Passagenviertel und Überseequartier definiert. Das WHÜ als überregional ausstrahlendes Shoppingquartier steht also aufgrund der räumlichen Zuordnung zur Citylage Überseequartier innerhalb der Innenstadt vollständig im Einklang mit den Zielsetzungen des Hamburger Zentrenkonzepts.

Das Zentrenkonzept unterteilt die Zentren in Abhängigkeit der strukturellen Voraussetzungen, der Investitionen in der jüngeren Vergangenheit und der öffentlichen Fördermittel, die bereits in die Entwicklung der Zentren geflossen sind sowie in Zentren mit Handlungsbedarf „Weiterentwickeln“ und Zentren mit Handlungsbedarf „Aktivieren“.

Die Zentren, die dem Handlungsbedarf „weiterentwickeln“ zugeordnet sind, zeichnen sich durch einen attraktiven Funktionsmix aus, entfalten ein hohes Maß an Eigendynamik und „funktionieren“ als Zentren. Um die generell positive Situation dieser Zentren zu erhalten und weiter zu verbessern, gilt es, ihre Entwicklung zu unterstützen und die bestehenden Potenziale weiter zu fördern.

Die Zentren, die dem Handlungsbedarf „aktivieren“ zugeordnet sind, sind durch spezifische Herausforderungen geprägt, aus denen eine erhöhte



Handlungsnotwendigkeit resultiert. Zu den typischen Herausforderungen dieser Zentren zählen ein hoher Anteil discountorientierter Angebote, ein relativ geringer Besatz mit öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie sozialen und kulturellen Einrichtungen, erhebliche städtebauliche Defizite oder unattraktive öffentliche Räume. In der Regel liegt in diesen Zentren noch ein breites Angebot vor, in Teilbereichen sind jedoch bereits Funktionsverluste erkennbar. Damit die zu aktivierenden Zentren auch in Zukunft ihre Funktionen halten können, ist ein stärkerer Fokus auf diese Bereiche und eine Unterstützung der Eigendynamik und der Akteure vor Ort notwendig.

Für folgende Zentren ist der Handlungsbedarf „aktivieren“ festgelegt worden:

- Hauptzentrum Harburg
- Zentren des Urbanen Marktplatzes St. Georg, Hammerbrook (Impuls), Diebsteich (Impuls), Hamburger Straße, Wandsbeker Chaussee
- Stadtteilzentren Billstedt, Osdorf, Eidelstedt, Farmsen, Neugraben
- Ortsteilzentren Horn (Impuls), Lurup, Rissen, Schnelsen, Fuhlsbüttel, Jenfeld, Tondorf, Neuallermöhe-Oberbillwerder (Impuls)

Im Rahmen der städtebaulichen Bewertung wurden die Auswirkungen des Vorhabens auf diese aufgeführten Zentren einer besonders sensiblen Betrachtung unterzogen.

### 9.9.2 Nahversorgungskonzept Bezirk Hamburg-Mitte

Das Nahversorgungskonzept des Bezirks Hamburg-Mitte analysiert und bewertet u.a. die Nahversorgungssituation im Bezirk. Unter Berücksichtigung des Überseequartiers wird die Nahversorgung für die westlichen und die zentralen Bereiche der HafenCity als gegeben bewertet. Vielmehr wird sogar eine Überversorgung konstatiert, da die derzeitigen Angebote bereits mit Ausblick auf weitere Wohnnutzungen entstanden sind (wovon einige in den letzten Jahren auch bereits umgesetzt worden sind). Für den östlichen Teil der HafenCity (Baakenhafen) wird gleichwohl eine perspektivische Nahversorgungslücke gesehen.

Das Nahversorgungskonzept konkretisiert auch die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und weist Zentren der untersten Hierarchiestufe (Nahversorgungszentren) aus. Das Vorhabenareal wird dabei als Teil des „Übergeordneten Zentrums Überseequartier“ festgelegt und liegt damit in einem zentralen Versorgungsbereich mit übergeordneter Versorgungsfunktion. Im Konzept erfolgt zudem der Hinweis, dass das Überseequartier nach Fertigstellung der Planungen als dritter Pol der Hamburger Innenstadt fungieren und weit über die Grenzen Hamburgs hinaus ausstrahlen soll, bei gleichzeitig hohem touristischem Bedarf. So ist das Überseequartier auch im Zentrenkonzept nicht als separates Zentrum ausgewiesen, sondern als Teilbereich der Innenstadt (Citylage Überseequartier).



Als Entwicklungsziel im Hinblick auf die Nahversorgung wird für dieses Zentrum die Sicherung der Versorgungsfunktion für den Nahbereich ausgegeben.

Innerhalb des Kerneinzugsgebiets legt das Konzept neben der Innenstadt mit dem Nahversorgungszentrum Rothenburgsort und dem Übergeordneten Zentrum Großneumarkt zwei weitere zentrale Versorgungsbereiche fest sowie zwei Nahversorgungslagen (Brauerknechtgraben, Sieldeich).

Auch für das Zentrum Großneumarkt sieht das Konzept das Entwicklungsziel im Hinblick auf die Nahversorgung und die Sicherung der Versorgungsfunktion für den Nahbereich vor. Dies wurde bei der Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens auf diesen Standortbereich besonders berücksichtigt. Gemäß Zentrenkonzept ist allerdings auch das Zentrum Großneumarkt als Teil der Innenstadt eingestuft.

Für das Nahversorgungszentrum Rothenburgsort wird als Entwicklungsziel die Sicherung der Versorgungsfunktion für den Nahbereich sowie für den Stadtteil festgelegt, was bei der städtebaulichen Bewertung der Auswirkungen entsprechend berücksichtigt worden ist.

Der im „Portugiesenviertel“ gelegene Standortbereich Brauerknechtgraben ist als Nahversorgungslage ausgewiesen, die für die wohnortnahe Grundversorgung der Bewohner des „Portugiesenviertels“ von zentraler Bedeutung ist. Aufgrund fehlender handelsergänzender Nutzungen wurde der Standort zwar nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen, erforderte im Rahmen der städtebaulichen Bewertung aber aufgrund der Bedeutung für die verbrauchernahe Versorgung dennoch eine gesonderte Betrachtung.

Gleiches gilt für den als Nahversorgungslage ausgewiesenen Standortbereich Sieldeich, der für die Bewohner der Veddel eine maßgebliche Nahversorgungsfunktion übernimmt, dabei aber nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinaus ausstrahlt und daher nicht als Nahversorgungszentrum ausgewiesen ist. Allerdings weist das Konzept darauf hin, dass der Bezirk die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums auf der Veddel vorsieht.



### 9.9.3 Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel

Die Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel formulieren Ziele und Ansiedlungsgrundsätze, die bei der Bewertung von Einzelhandelsvorhaben zu berücksichtigen sind. Zudem enthalten die Leitlinien die für Hamburg allgemein gültige Sortimentsliste zur Einstufung der Zentrenrelevanz der Einzelhandelssortimente.

Als **Ziele der Einzelhandelsentwicklung** in Hamburg werden in den Leitlinien aufgeführt:

- *Attraktivität und überregionale Anziehungskraft der Hamburger City als Einkaufsstandort stärken!*

Die Citylagen der Hamburger Innenstadt haben als Einkaufsstandort eine Funktion, die über die übliche Rolle eines Oberzentrums für Stadt und Umland hinausgeht. Ihre herausgehobene Funktion wird zukünftig insbesondere durch die Entwicklung des Überseequartiers in der HafenCity noch gesteigert. Sofern sich die städtebaulichen Möglichkeiten ergeben, ist auch eine weitere Ausweitung der Verkaufsflächen in den Citylagen vorstellbar. Einzelhandelsentwicklungen in den übrigen Zentren oder an anderen Standorten dürfen die überregionale Versorgungsfunktion des innerstädtischen Einkaufsstandorts nicht wesentlich beeinträchtigen.

- *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 den zentralen Versorgungsbereichen der Hamburger Zentren als Teile eines polyzentrischen, hierarchisch gestuften Systems konzentriert werden. Zum Schutz dieser Zentren ist eine Einschränkung der Ansiedlung von Einzelhandel außerhalb der Zentren erforderlich. Bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen in den Zentren sollen benachbarte Zentrenstandorte in ihrer Versorgungsfunktion und die überregionale Bedeutung der Hamburger Citylagen nicht beeinträchtigt werden. Für die Integration von Shoppingcentern in bestehende Zentren soll eine Verträglichkeit dahingehend sichergestellt werden, dass die Attraktivität und Funktionserfüllung des gesamten Zentrums gewährleistet bleibt.

- *Einzelhandelsangebot und Nutzungsmischung der Zentren stärken!*

Für die Entwicklung und den Erhalt lebendiger urbaner Orte sind Funktionsvielfalt und Nutzungsmischung von zentraler Bedeutung. Städtebauliche und stadtklimatische Aspekte sowie Verbrauchernähe, Sortimentsstruktur und -qualität sollen bei der Zentrenentwicklung gleichermaßen berücksichtigt werden, um die Attraktivität der Zentren zu sichern.

- *Die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung sichern!*

Im gesamten Stadtgebiet soll eine wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Grundbedarfs gewährleistet werden. Diese ist wesentlicher Bestandteil der



Lebensqualität eines Stadtteils und dient der Versorgungssicherung auch von Bevölkerungsgruppen mit eingeschränkter Mobilität.

■ *Gewerbegebiete für gewerbliche Nutzungen und Handwerk sichern!*

Dem Trend der Inanspruchnahme wertvoller gewerblicher Flächen durch Einzelhandelsnutzungen soll entschieden entgegengewirkt werden. Hamburgs Gewerbegebiete dienen in erster Linie der Förderung der gewerblichen Wirtschaft durch ein ausreichendes Flächenangebot für Handwerks-, Gewerbe- und Industriebetriebe.

■ *Planungs- und Investitionssicherheit schaffen!*

Im Sinne einer einheitlichen Behandlung von Einzelhandelsansiedlungen im Stadtgebiet soll dem Handel Planungs- und Investitionssicherheit verschafft werden, indem die formulierten Ziele und die aus ihnen entwickelten Ansiedlungsregeln planungsrechtlich in der verbindlichen Bauleitplanung verankert werden. Bei der Aufstellung oder Änderung von Bebauungsplänen sollen die Festsetzungen daher regelmäßig auf ihre Vereinbarkeit mit diesen Leitlinien überprüft und ggf. angepasst werden.

**Das WHÜ steht den aufgeführten Zielen der Einzelhandelsentwicklung nicht entgegen, sondern trägt vielmehr zu deren Erreichung bei.** Durch die Lage in der Hamburger City wird das Vorhaben dazu beitragen, die Attraktivität und die überregionale Anziehungskraft der Innenstadt zu stärken. So wird die Entwicklung des Überseequartiers auch explizit als ein wesentlicher Faktor zur Erreichung dieses Ziels in den Leitlinien aufgeführt. Zudem beinhalten die Ziele eine klare Vorgabe, dass sämtliche Entwicklungen außerhalb der Innenstadt (auch in anderen Zentren) die Funktionsfähigkeit der Innenstadt nicht beeinträchtigen dürfen. Der Innenstadtentwicklung und damit auch dem WHÜ wird somit die höchste Priorität im Hinblick auf die künftige Einzelhandelsentwicklung Hamburgs beigemessen.

Bei der Entwicklung von Shoppingcentern in den Zentren soll allerdings sichergestellt werden, dass die Attraktivität des gesamten Zentrums erhalten bleibt. Daher bedurfte es im Rahmen der städtebaulichen Bewertung auch einer expliziten Auseinandersetzung mit der Frage, ob die übrigen Citylagen von der Realisierung des WHÜ negativ beeinträchtigt werden könnten, was zu verneinen ist.

Da es sich bei der Entwicklung des WHÜ nicht um ein klassisches Shoppingcenter handelt, sondern vielmehr um die Entwicklung eines städtebaulich anspruchsvollen, gemischt genutzten Quartiers, welches neben Einzelhandelsangeboten auch zahlreiche andere Nutzungen (Arbeiten, Wohnen, Freizeit, Tourismus) beinhaltet, die für Zentren typisch sind und gefördert werden sollen, kann auch dem Ziel, die Nutzungsmischung in den Zentren zu stärken, vollständig entsprochen werden.



Aufgrund des Anspruchs des WHÜ, eine überregionale Kundenansprache zu erzeugen, wird das Vorhaben kein klassischer Nahversorgungsstandort sein. Einen Beitrag zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung wird das WHÜ dennoch leisten, da es in Verbindung mit den bereits bestehenden Nutzungen im nördlichen Überseequartier die verbrauchernahe Versorgung der im Quartier sowie der im Umfeld lebenden und arbeitenden Menschen gewährleistet.

Die in den Leitlinien enthaltene [Hamburger Sortimentsliste](#) definiert, welche Sortimente als nahversorgungsrelevant, zentrenrelevant und nicht-zentrenrelevant zu behandeln sind. Auch werden die [zentralen Versorgungsbereiche](#) gemäß Zentrenkonzept in den Leitlinien nochmals aufgeführt.

Das WHÜ ist dem zentralen Versorgungsbereich Überseequartier zugeordnet, welcher wiederum als Citylage der Innenstadt geführt wird. Sämtliche Vorhabenssortimente des WHÜ sind gemäß der Sortimentsliste entweder als nahversorgungsrelevant (Periodischer Bedarf) oder als zentrenrelevant (Modischer Bedarf, Spiel/Sport, Elektronik, Sonstige zentrenrelevante Hartwaren) eingestuft.

Weiterhin 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 sollen. Dabei wird zwischen Ansiedlungsregeln für Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterschieden.

Für Einzelhandel mit [nahversorgungsrelevantem Kernsortiment](#) sind folgende Ansiedlungsregeln für das WHÜ von Relevanz:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen vorrangig innerhalb der Zentren verwirklicht werden. Dabei

- dürfen auch Ansiedlungen innerhalb der Zentren die Versorgungsfunktion anderer Zentren und die wohnortnahe Nahversorgung in der Fläche nicht wesentlich beeinträchtigen,
- sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment, deren Einzugsbereich wesentlich über das nähere Umfeld hinausgeht (sog. SB-Warenhäuser), in Nahversorgungs- und Ortsteilzentren 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.

Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb von Zentren 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:

- eine eindeutige Ausrichtung auf die Versorgung des unmittelbaren Umfelds,
- i.d.R. eine max. Größe von 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche,
- eine städtebaulich integrierte, wohnortnahe Lage sowie
- die Verträglichkeit mit umliegenden Zentren.

In Gewerbe- und Industriegebieten sollen Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment grundsätzlich nicht verwirklicht werden.

Das WHÜ wird auf bis zu 10.000 qm Verkaufsfläche nachversorgungsrelevante Sortimente anbieten (Periodischer Bedarf). Insofern sind die aufgeführten Ansiedlungsregeln relevant. **Da das WHÜ innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Überseequartier entsteht und als Teil der Innenstadt geführt wird, kann der wesentlichen Bestimmung der Ansiedlungsregel gefolgt werden, dass nahversorgungsrelevanter Einzelhandel vorrangig in den Zentren verwirklicht werden soll.**

Da es sich um ein Übergeordnetes Zentrum handelt bzw. das Überseequartier Teil der Innenstadt ist, sind auch Betriebe mit über das nähere Umfeld hinausgehenden Einzugsgebieten gemäß den Ansiedlungsregeln vorstellbar. Angesichts der geplanten Größenordnung von bis zu 10.000 qm dürfte auch eine Mischung von Betriebstypen gewährleistet sein, die eine ausgewogene Nahversorgungsstruktur begünstigt. Die Ergebnisse der Wirkungsanalyse zeigen zudem, dass das WHÜ die Versorgungsfunktionen anderer Zentren und die wohnortnahe Nahversorgung in der Fläche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigen wird. **Das Vorhaben entspricht somit vollständig den für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel relevanten Ansiedlungsregeln.**

Für Einzelhandel mit **zentrenrelevantem Kernsortiment** sind folgende Ansiedlungsregeln von Relevanz:

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Zentren des Hamburger Zentrenkonzepts verwirklicht werden. Dies sind die Innenstadt, die Hauptzentren, die Zentren des Urbanen Marktplatzes, die Stadtteilzentren und die Ortszentren.
- Auch Ansiedlungen innerhalb zentraler Versorgungsbereiche dürfen die Versorgungsfunktion anderer zentraler Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigen. Die Dimensionierung und städtebauliche Ausformung von Einzelhandelsvorhaben soll der Größe und Versorgungsfunktion des jeweiligen Zentrums angemessen sein.
- In den Zentren des Urbanen Marktplatzes sollen Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in der als „Schwerpunkte für übergeordnete Versorgung“ gekennzeichneten Zentren



uneingeschränkt, und in den übrigen Zentren bis zur Schwelle der Großflächigkeit verwirklicht werden.

- Läden mit zentrenrelevantem Kernsortiment können ausnahmsweise auch in den zentralen Versorgungsbereichen der Nahversorgungszentren zugelassen werden, wenn durch geeignete Maßnahmen sichergestellt ist, dass zentrenrelevante Sortimente nur einen eindeutig untergeordneten Umfang der Verkaufsfläche des Nahversorgungszentrums einnehmen.
- In Gewerbe- und Industriegebieten, auch innerhalb des Urbanen Marktplatzes, sollen Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment grundsätzlich nicht verwirklicht werden.

Bis zu 58.000 qm Verkaufsfläche des WHÜ werden auf zentrenrelevante Sortimente entfallen, weshalb die aufgeführten Ansiedlungskriterien für die Bewertung des Vorhabens in Teilen relevant sind. Da der Vorhabenstandort als zentraler Versorgungsbereich gemäß Hamburger Zentrenkonzept (Übergeordnetes Zentrum) ausgewiesen ist, wird der Anforderung vollständig Rechnung getragen, dass zentrenrelevante Sortimente nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verwirklicht werden sollen. Die Dimensionierung und städtebauliche Ausformung des WHÜ als eines der größten Shoppingquartiere Hamburgs ist der Versorgungsfunktion des Zentrums Überseequartier angemessen, da dieses als Citylage der Hamburger Innenstadt fungiert und damit explizit für Vorhaben mit regionaler Ausstrahlungswirkung vorgesehen ist. Über die Wirkungsprognose ist zudem hergeleitet worden, dass die Versorgungsfunktionen anderer zentraler Versorgungsbereiche durch die Vorhabenrealisierung nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden. **Das Vorhaben entspricht somit vollständig den für den zentrenrelevanten Einzelhandel relevanten Ansiedlungsregeln.**

Die Ansiedlungsregeln für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind für das WHÜ nicht relevant, da keine nicht-zentrenrelevanten Sortimente in größerem Umfang vorgesehen sind.

Abschließend enthalten die Ansiedlungsregeln noch eine Reihe von **städtebaulichen Anforderungen an Einzelhandelsentwicklungen**, die bei der Bewertung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben neben den ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen als maßgebliche Kriterien zu berücksichtigen sind. So können in der verbindlichen Bauleitplanung städtebauliche Auswirkungen u. a. in den nachfolgenden Themenfeldern als Bewertungsgrundlage herangezogen werden:

- städtebauliche Dichte und Flächeneffizienz
- Nutzungsmischung, insbesondere unter Berücksichtigung der Belange des Wohnungsbaus
- Gestaltung und Dimensionierung von Stellplatzanlagen
- Dach- und Fassadengestaltung sowie
- Ausrichtung und Orientierung der Eingänge



Bei dem vorliegenden Gutachten handelt es sich um eine marktanalytische Betrachtung, in deren Rahmen die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auf die Bestandsbetriebe des Einzelhandels ermittelt und einer Bewertung im Hinblick auf mögliche städtebaulich und versorgungsstrukturell relevante Folgewirkungen unterzogen werden. Eine Bewertung des Vorhabens anhand städtebaulicher Kriterien wie Dichte, Nutzungsmischung, Gestaltung etc. ist nicht Gegenstand eines Verträglichkeitsgutachtens und unterbleibt daher an dieser Stelle.

Die geplante Entwicklung des WHÜ steht vollständig im Einklang mit den in Hamburg beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten und deren Leitlinien und Ansiedlungsregeln. Der Vorhabenstandort ist als zentraler Versorgungsbereich Überseequartier ausgewiesen und fungiert als Citylage der Hamburger Innenstadt. Damit ist der Standort konzeptionell explizit für Einzelhandelsentwicklungen mit überregionaler Ausstrahlungswirkung vorgesehen. Da mehr als unwesentliche Beeinträchtigungen für die übrigen Citylagen und für andere zentrale Versorgungsbereiche sowie in Bezug auf die Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung als Ergebnis der Wirkungsanalyse ausgeschlossen werden können, werden sämtliche Ansiedlungsregeln eingehalten.



# Fazit



## 10 Fazit

In der Hansestadt Hamburg entsteht zurzeit mit dem Westfield Hamburg Überseequartier (WHÜ) das „Herzstück“ der HafenCity. Dabei geht es um die Entwicklung eines gemischt genutzten Quartiers aus Wohnen, Büros, Hotels, Einzelhandel, Gastronomie, Freizeit und Kreuzfahrtterminal. Für Einzelhandel sind dabei 80.500 qm BGF vorgesehen, was auf ein Verkaufsflächenvolumen in Höhe von 43.100 bis 46.300 qm schließen lässt. Das vorliegende Gutachten prüft jedoch ein maximales Entwicklungsszenario mit bis zu 68.000 qm Verkaufsfläche ab, welches davon ausgeht, dass es im Laufe der Zeit zu größeren baulichen Umstrukturierungen kommen könnte und die für Einzelhandelsnutzungen vorgesehenen Flächen einen größeren Umfang einnehmen als ursprünglich geplant.

Zurzeit wird ein sog. „ergänzendes Verfahren“ durchgeführt (§ 214 Abs. 4 BauGB). Aus juristischer Sicht ist es dabei erforderlich, alle wesentlichen, der Abwägung zugrunde liegenden Materialien auf den aktuellen Stand der Sach- und Rechtslage zu bringen (§ 214 Abs. 3 BauGB). Hierzu gehört auch das Einzelhandelsgutachten, im Rahmen dessen zu untersuchen war bzw. ist, ob und inwieweit die Realisierung des Vorhabens Westfield Hamburg Überseequartier am Standort vor dem Hintergrund der Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in der Hansestadt Hamburg sowie im Umland vertretbar ist.

Das WHÜ komplettiert das als kommerzielles Zentrum der HafenCity entwickelte Überseequartier, welches bislang nur in seinem nördlichen Teilbereich fertiggestellt worden ist. Durch die exponierte Wasserlage an der Elbe und die hohen städtebaulichen und architektonischen Ansprüche an die Entwicklung wird das WHÜ eine besondere Standortlage innerhalb der Hamburger Innenstadt darstellen. Auch die gute verkehrliche Erreichbarkeit über die U-Bahnlinie 4 und die Nähe zu den Elbbrücken sowie die zahlreichen touristischen „Hotspots“ im Nahumfeld (u.a. Elbphilharmonie) werden sich förderlich auf die Sogkraft des Projekts auswirken und prägen die mikrostandörtliche Lagequalität.

Das Wettbewerbsumfeld für das WHÜ innerhalb Hamburgs ist als intensiv zu bewerten. Neben der nahe gelegenen Hamburger Innenstadt als dominantem Handelszentrum der gesamten Metropolregion gibt es in Hamburg eine Vielzahl von sogkräftigen Shoppingcentern und gewachsenen Nebenzentren in den Bezirken und Stadtteilen. Im Umland nimmt die Wettbewerbsdichte dagegen deutlich ab und ist durch eine Vielzahl von Klein- und Mittelstädten geprägt.

Für die Einzelhandelsnutzungen im WHÜ (68.000 qm Verkaufsfläche) kann von einem Umsatzvolumen zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit in 2024 von etwa 320 Mio. € ausgegangen werden, was einer Flächenproduktivität in Höhe von 4.700 € je qm Verkaufsfläche entspricht.



Dabei kann das WHÜ auf ein sehr weiträumiges **Einzugsgebiet** zurückgreifen, welches weit über die Stadtgrenzen Hamburgs hinaus ausstrahlt und zum Zeitpunkt 2024 ein Einwohnerpotenzial von etwa 4,3 Mio. Personen erreichen wird. Hinzu kommt ein erhebliches Tourismuspotezial – etwa 26 % des Umsatzvolumens wird das WHÜ mit Touristen generieren.

Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** innerhalb des Marktraums sind überwiegend positiv zu beurteilen. Das in Hamburg und Teilen des Hamburger Umlands überdurchschnittliche Kaufkraftniveau, die steigenden Einwohnerzahlen in weiten Teilen des Einzugsgebiets und die hohe Tourismusbedeutung Hamburgs eröffnen zusätzliche Impulse für den Einzelhandel. Andererseits wirken sich die Beschränkungen des öffentlichen Lebens im Zuge der Covid-19-Pandemie, die als Wachstumsbeschleuniger für den Online-Handel einzuordnen ist, restriktiv auf die Entwicklung des stationären Einzelhandels aus, wovon das WHÜ und die Bestandsstandorte des Handels gleichermaßen betroffen sind.

Das renommierte Institut für Handelsforschung Köln (IFH) geht in seiner jüngsten Prognose davon aus, dass der Online-Handel in 2024 – dem Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des WHÜ – einen Marktanteil von 16,5 % (mittleres Szenario) erreichen wird. **Vor allem im Nonfood-Einzelhandel wird der Online-Handel enorm zulegen,** wodurch es zu erheblichen Umsatzrückgängen im stationären Einzelhandel kommen wird, die nach Berechnungen von Dr. Lademann & Partner auf Basis der Prognosen des IFH von 2019 bis 2024 bei

- -24 % im Modischen Bedarf,
- -32 % bei Elektro/Technik,
- -18 % bei Spiel/Sport,
- -18 % bei den Sonstigen zentrenrelevanten Hartwaren
- und bei +9 % im periodischen Bedarf

liegen.

Für die Wirkungsprognose wurden die im Frühjahr 2020 aufgenommene Angebotssituation im Untersuchungsraum und die auf das Jahr 2019 bezogenen Umsatzschätzungen für den Bestandseinzelhandel mit Blick auf das Prognosejahr 2024 um die aufgeführten Umsatzrückgänge bereinigt. Der Wirkungsprognose liegt also für den bestehenden Einzelhandel nicht der Basisumsatz 2019 zugrunde, sondern eine um die Marktentwicklung des Online-Handels reduzierte Umsatzbasis, die sowohl bereits eingetretene Entwicklungen (z.B. Schließung von Warenhäusern) als auch künftige Entwicklungen (z.B. weitere Insolvenzen und Geschäftsaufgaben) inkludiert.

Die prognostizierten **Umsatzumverteilungswirkungen** werden in allen Branchen und an allen untersuchten Einzelhandelsstandorten unterhalb von 10 % liegen und den kritischen 10 %-Schwellenwert damit nicht übersteigen. Dabei ist zu berücksichtigen,



dass die Wirkungsprognose auf einem **absoluten Worst-Case-Ansatz** beruht und die prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen tatsächlich deutlich geringer ausfallen werden:

- Geprüft wurde eine Verkaufsfläche von 68.000 qm, wenngleich voraussichtlich nur zwischen 43.000 und 46.000 qm Verkaufsfläche umgesetzt werden.
- Zudem stellt die Wirkungsprognose auf einen sektoralen Worst Case ab. D.h. es wurden je Sortiment Größendimensionierungen geprüft, die aufsummiert die Verkaufsfläche von 68.000 qm sogar noch überschreiten (→ 71.000 qm VK).
- Für die Bestandsumsätze im Nonfood-Einzelhandel wurde unterstellt, dass diese analog zu den Prognosen des IFH infolge der Covid-19-Pandemie und der hohen Wachstumsdynamik im Online-Handel bis zum Prognosehorizont 2024 je nach Sortiment um 18 bis 32 % absinken werden, obwohl davon ausgegangen werden kann, dass Hamburg als Metropole eher unterdurchschnittlich von Umsatzverlagerungen in den Online-Handel betroffen sein wird.
- Gleichzeitig wurde die Umsatzerwartung und Flächenproduktivität für das WHÜ nur geringfügig abgesenkt ggü. den Annahmen der GfK im Gutachten aus 2015/16. Ist die GfK noch davon ausgegangen, dass das Produktivitätsniveau der Hamburger Innenstadt etwa 15 % oberhalb des WHÜ liegen wird, gehen Dr. Lademann & Partner von einem etwa gleichen Produktivitätsniveau aus.
- Die tourismusinduzierten Einzelhandelsumsätze des WHÜ wurden fast vollständig (zu 95 %) als umverteilungsrelevant zu Lasten der Innenstadt und anderer Einzelhandelslagen eingestuft und nicht aus der Wirkungsprognose ausgeklammert.
- Von einer Erhöhung des Nachfragevolumens infolge steigender Konsumausgaben bis 2024 wurde in der Wirkungsmodellierung ebenso abgesehen wie von der Annahme, dass die Realisierung des WHÜ abfließende Kaufkraft aus dem Untersuchungsraum (z.B. in die Outlet-Center nach Neumünster und Soltau) oder auch in den Online-Handel zurückholt.

Nach der Wirkungsprognose ist aufgrund der räumlichen Nähe und der zu erwartenden Angebotsüberschneidungen **die traditionelle City als Teilbereich der Hamburger Innenstadt** und dabei vor allem die konsumiger aufgestellte City Ost am stärksten betroffen. Die Umsatzumverteilungsquoten liegen hier im Worst-Case in der Spitze zwischen 9 und 10 % bezogen auf die Segmente Modischer Bedarf und Spiel/Sport.

Hierbei handelt es sich allerdings um eine der bekanntesten und etabliertesten Einzelhandelslagen Deutschlands, die auch deutlich größer dimensioniert ist als das WHÜ. Unter der Berücksichtigung der oben aufgezeigten Worst-Case-Betrachtung ist daher nicht zu erwarten, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von Betrieben in einer Größenordnung kommen könnte, die die Funktionsfähigkeit der City Ost grundsätzlich in Frage stellen würde. Dabei ist auch zu beachten, dass das WHÜ gemäß Hamburger Zentrenkonzept und Hamburger Innenstadtkonzept selbst als Teil der



Innenstadt ausgewiesen ist und gleichberechtigt mit der City Ost und der City West als weitere Citylage eine überregionale Anziehungskraft entfalten soll. In allen anderen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb Hamburgs sowie in den Innenstädten der Umlandzentren fallen die Wirkungen z.T. deutlich geringer aus.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in **städtebaulich relevante Folgewirkungen** im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der verbrauchernahen Versorgung kann nach Durchführung einer intensiven städtebaulichen Bewertung sowohl für die übrigen Teile der Hamburger Innenstadt als auch für alle Nebenzentren im Hamburger Stadtgebiet und alle Innenstädte der Umlandzentren ausgeschlossen werden. Die bestehenden Versorgungsstrukturen werden durch die Realisierung des WHÜ nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt.

Das WHÜ steht auch vollständig im Einklang mit den Inhalten und Zielen des **Hamburger Zentrenkonzepts** und des bezirklichen Nahversorgungskonzepts des Bezirks Mitte. Auch mit den in Ergänzung zum Zentrenkonzept formulierten Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel ist das WHÜ vollständig kompatibel und trägt dazu bei, wesentliche Zielstellungen der Zentren- und Innenstadtentwicklung zu erfüllen.

**Insgesamt betrachtet lässt sich somit aus fachgutachterlicher Sicht feststellen, dass die Realisierung des WHÜ im Rahmen der Kerngebietsausweisung vollständig vertretbar ist.**

Hamburg, 03. März 2021

gez. [REDACTED]

gez. [REDACTED]

Dr. Lademann & Partner GmbH



# 11 Anhang

## 11.1 Detaillierte Ergebnisse der Gravitationsmodelle

### 11.1.1 Bekleidung, Schuhe/Lederwaren

Zusammensetzung des Vorhabenumsatz 2024

Bekleidung/Schuhe, Lederwaren	Umsatz in Mio. €
Vorhabenumsatz	169,2
...davon Wirkung gegen Untersuchungsstandorte in den Zonen 1 bis 3	133,9
...davon Wirkung gegen sonstige Standorte in den Zonen 1 bis 3 und gegen Zone 4	16,9
...davon nicht in EZG umverteilte streuumsätze	16,9
...davon Partizipation des Vorhabens an Marktwachstum	1,4

Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner



Umverteilungsquoten im Segment Bekleidung/Schuhe, Lederwaren				
Standortlage	Umsatz 2024 ohne Vorhaben	Umsatz 2024 mit Vorhaben	Umsatzum- verteilungsquote	Umsatzrückgang
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Innens ad	769,8	698,4	9,3%	71,4
Innens ad Großneumark	1,6	1,5	8,9%	0,1
Innens ad Überseequartier	2,4	2,1	9,6%	0,2
Hauptzentrum Altona	50,0	46,1	7,8%	3,9
Hauptzentrum Bergedorf	55,7	51,7	7,1%	3,9
Hauptzentrum Harburg	77,6	72,6	6,5%	5,1
Hauptzentrum Wandsbek	55,8	51,4	7,9%	4,4
Sattelaußenzentrum Billstedt	52,6	48,7	7,3%	3,8
Sattelaußenzentrum Blankenese	4,7	4,4	6,7%	0,3
Sattelaußenzentrum Bramfelder	15,7	14,5	7,2%	1,1
Sattelaußenzentrum Eidstedt	3,0	2,8	6,9%	0,2
Sattelaußenzentrum Farmsen	14,6	13,6	7,0%	1,0
Sattelaußenzentrum Langenhorn	4,8	4,5	6,4%	0,3
Sattelaußenzentrum Neugraben	3,6	3,3	6,6%	0,2
Sattelaußenzentrum Niendorf	19,3	17,9	7,1%	1,4
Sattelaußenzentrum Osdorf	78,4	72,5	7,5%	5,9
Sattelaußenzentrum Poppenbüll	108,4	101,4	6,5%	7,0
Sattelaußenzentrum Rahlstedt	17,4	16,2	7,0%	1,2
Sattelaußenzentrum Volksdorf	3,3	3,1	6,5%	0,2
Sattelaußenzentrum Wilhelmsburg	1,8	1,7	6,8%	0,1
Zentrum des urbanen Marktplatzes Eppendorf	26,8	24,9	7,0%	1,9
Zentrum des urbanen Marktplatzes Fuhle	4,4	4,1	7,0%	0,3
Zentrum des urbanen Marktplatzes Hamburger Straße	44,6	40,8	8,6%	3,8
Zentrum des urbanen Marktplatzes Hoheluft-Chaussee	4,7	4,4	7,3%	0,3
Zentrum des urbanen Marktplatzes Osterstraße	19,1	17,8	6,8%	1,3
Fachmarktzentrum Cursacker Neuer Deich	0,1	0,1	7,5%	0,0
Fachmarktzentrum Friedrich Eberdamm	0,1	0,1	7,5%	0,0
Fachmarktzentrum Großmoorbogen	2,9	2,7	7,3%	0,2
Fachmarktzentrum Holscheider Chaussee	0,5	0,4	7,3%	0,0
Fachmarktzentrum Moorlee	0,1	0,1	7,6%	0,0
Fachmarktzentrum Neddcherfeld	2,0	1,9	7,6%	0,2
Fachmarktzentrum Schnelsen Nord	0,0	0,0	0,0%	0,0
Innens ad Ahrensburg	17,1	16,1	6,2%	1,1
Innens ad Buchholz	30,2	28,4	6,0%	1,8
Innens ad Buxtehude	55,8	52,8	5,4%	3,0
Innens ad Elmshorn	34,3	32,5	5,2%	1,8
Innens ad Geesthacht	13,3	12,5	5,6%	0,7
Innens ad Glinde	3,2	3,0	5,9%	0,2
Innens ad Nordstedt (Garsfeld)	36,4	34,0	6,5%	2,4
Innens ad Pinneberg	20,7	19,5	5,5%	1,1
Innens ad Reinbek	1,3	1,2	5,9%	0,1
Ortskern Seevetal Hildesfeld	0,8	0,8	5,8%	0,0
Ortskern Seevetal Maschen	0,5	0,4	5,9%	0,0
Ortskern Seevetal Meckelfeld	0,6	0,6	5,8%	0,0
Innens ad Wedel	9,0	8,5	6,1%	0,6
Ortskern Wensloh	1,0	1,0	6,0%	0,1
Innens ad Winsen (Luhe)	15,5	14,6	6,1%	0,9
<b>Gesamt</b>	<b>1.685,5</b>	<b>1.551,5</b>	<b>7,9%</b>	<b>133,9</b>
Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner				



## 11.1.2 Spiel/Sport/Hobby

### Zusammensetzung des Vorhabenumsatz 2024

Sport/Spiel/Hobby	Umsatz in Mio. €
Vorhabenumsatz	20,1
...davon Wirkung gegen Untersuchungsstandorte in den Zonen 1 bis 3	16,0
...davon Wirkung gegen sonstige Standorte in den Zonen 1 bis 3 und gegen Zone 4	2,0
...davon nicht in EZG umverteilte streuumsätze	2,0
...davon Partizipation des Vorhabens an Marktwachstum	0,1

Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner



Umverteilungsquoten im Segment Sport/Spiel/Hobby				
Standortlage	Umsatz 2024 ohne Vorhaben in Mio. €	Umsatz 2024 mit Vorhaben in Mio. €	Umverteilungs- quote in %	Umsatzrückgang in Mio. €
Innens ad	56,8	51,4	9,5%	5,4
Innens ad Großneumark	0,4	0,4	9,0%	0,0
Innens ad Überseequartier	0,0	0,0	k.A.	
Hauptzentrum Altona	7,6	7,0	7,5%	0,6
Hauptzentrum Bergedorf	6,6	6,2	6,6%	0,4
Hauptzentrum Harburg	18,9	17,8	6,1%	1,2
Hauptzentrum Wandsbek	13,4	12,4	7,6%	1,0
Siedlungszentrum Billstedt	5,1	4,8	7,0%	0,4
Siedlungszentrum Blankenese	0,3	0,3	6,5%	0,0
Siedlungszentrum Bramfeld	2,5	2,3	7,0%	0,2
Siedlungszentrum Eidstedt	0,4	0,4	6,8%	0,0
Siedlungszentrum Farmsen	1,0	0,9	6,8%	0,1
Siedlungszentrum Langenhorn	6,2	5,8	6,3%	0,4
Siedlungszentrum Neugraben	2,6	2,5	6,4%	0,2
Siedlungszentrum Niendorf	4,0	3,8	7,0%	0,3
Siedlungszentrum Osdorf	6,4	5,9	7,4%	0,5
Siedlungszentrum Poppenbüttel	9,7	9,1	6,2%	0,6
Siedlungszentrum Rahlsdorf	1,3	1,2	6,7%	0,1
Siedlungszentrum Volksdorf	0,3	0,3	6,2%	0,0
Siedlungszentrum Wilhelmsburg	0,2	0,1	6,6%	0,0
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Neugraben	2,0	1,8	6,9%	0,1
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Neugraben	11,7	10,9	6,9%	0,8
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Neugraben	1,7	1,5	8,6%	0,1
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Neugraben	1,8	1,7	7,3%	0,1
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Neugraben	3,8	3,6	6,7%	0,3
Fachmarktzentrum Cursacker Neuer Deich	7,1	6,6	7,4%	0,5
Fachmarktzentrum Friedrich Eberhard Damm	2,9	2,7	7,3%	0,2
Fachmarktzentrum Großmoorbogen	3,0	2,7	7,1%	0,2
Fachmarktzentrum Holscheider Chaussee	4,0	3,7	7,1%	0,3
Fachmarktzentrum Moorseele	0,7	0,7	7,4%	0,1
Fachmarktzentrum Neddertal	5,0	4,7	7,5%	0,4
Fachmarktzentrum Schnelsen Nord	0,2	0,2	7,0%	0,0
Innensiedlung Ahrensburg	5,8	5,4	5,9%	0,3
Innensiedlung Buchholz	0,8	0,7	6,0%	0,0
Innensiedlung Buxtehude	4,8	4,6	5,2%	0,3
Innensiedlung Elmshorn	0,8	0,7	5,1%	0,0
Innensiedlung Geesthacht	3,5	3,3	5,4%	0,2
Innensiedlung Glinde	0,2	0,2	5,7%	0,0
Innensiedlung Nordstedt (Garschütz)	5,1	4,8	6,3%	0,3
Innensiedlung Pinneberg	3,2	3,0	5,3%	0,2
Innensiedlung Reinbek	0,5	0,5	5,7%	0,0
Ortskern Seevetal Hildesheim	0,0	0,0	k.A.	
Ortskern Seevetal Maschen	0,0	0,0	k.A.	
Ortskern Seevetal Meckelfeld	0,0	0,0	k.A.	
Innensiedlung Wedel	0,8	0,7	6,0%	0,0
Ortskern Wensin	0,0	0,0	k.A.	
Innensiedlung Winsen (Luhe)	1,5	1,4	6,0%	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>214,7</b>	<b>198,7</b>	<b>-7,4%</b>	<b>16,0</b>
Quelle: Eigene Berechnungen.				



### 11.1.3 Elektro/Technik

#### Zusammensetzung des Vorhabenumsatz 2024

Elektrobedarf/Technik	Umsatz in Mio. €
Vorhabenumsatz	29,9
...davon Wirkung gegen Untersuchungsstandorte in den Zonen 1 bis 3	23,8
...davon Wirkung gegen sonstige Standorte in den Zonen 1 bis 3 und gegen Zone 4	3,0
...davon nicht in EZG umverteilte streuumsätze	3,0
...davon Partizipation des Vorhabens an Marktwachstum	0,1
Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner	



Umverteilungsquoten im Segment Elektrobedarf/Technik				
Standortlage	Umsatz 2024 ohne Vorhaben in Mio. €	Umsatz 2024 mit Vorhaben in Mio. €	Umsatzum- verteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €
Innens ad	143,7	133,0	7,5%	10,8
Innens ad Großneumark	0,0	0,0	k.A.	
Innens ad Überseequartier	0,3	0,3	7,6%	0,0
Hauptzentrum Altona	29,5	27,8	5,6%	1,6
Hauptzentrum Bergedorf	5,1	4,8	5,2%	0,3
Hauptzentrum Harburg	30,0	28,5	4,8%	1,4
Hauptzentrum Wandsbek	3,4	3,2	6,0%	0,2
Südteilzentrum Billstedt	16,8	15,9	5,5%	0,9
Südteilzentrum Blankenese	2,3	2,1	5,0%	0,1
Südteilzentrum Bramfeld	8,1	7,7	5,5%	0,4
Südteilzentrum Eidstedt	0,6	0,6	5,3%	0,0
Südteilzentrum Farmsen	2,9	2,8	5,3%	0,2
Südteilzentrum Langenhorn	1,1	1,0	4,8%	0,1
Südteilzentrum Neugraben	2,9	2,7	5,0%	0,1
Südteilzentrum Niendorf	2,6	2,5	5,4%	0,1
Südteilzentrum Osdorf	23,3	22,0	5,7%	1,3
Südteilzentrum Poppenbüttel	29,7	28,3	4,6%	1,4
Südteilzentrum Rahlsdorf	8,3	7,9	5,2%	0,4
Südteilzentrum Volksdorf	0,6	0,6	4,8%	0,0
Südteilzentrum Wilhelmsburg	0,8	0,8	5,2%	0,0
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Eppendorf	3,2	3,1	5,4%	0,2
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Fuhle	1,9	1,8	5,4%	0,1
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Hamburger Straße	1,1	1,1	6,7%	0,1
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Hohelu Chaussee	4,0	3,8	5,7%	0,2
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Osersstraße	3,5	3,4	5,2%	0,2
Fachmarktzentrum Cursacker Neuer Deich	0,3	0,3	5,8%	0,0
Fachmarktzentrum Friedrich Eber Damm	16,4	15,5	5,7%	0,9
Fachmarktzentrum Großmoorbogen	0,2	0,2	5,6%	0,0
Fachmarktzentrum Holscheider Chaussee	1,0	1,0	5,5%	0,1
Fachmarktzentrum Moorsee	0,4	0,4	5,8%	0,0
Fachmarktzentrum Nedderfeld	16,6	15,6	5,8%	1,0
Fachmarktzentrum Schnelsen Nord	0,5	0,5	5,4%	0,0
Innens ad Ahrensburg	3,7	3,5	4,7%	0,2
Innens ad Buchholz	0,2	0,2	4,8%	0,0
Innens ad Buxtehude	1,7	1,6	4,2%	0,1
Innens ad Elmshorn	1,4	1,4	3,8%	0,1
Innens ad Geesthacht	2,4	2,3	4,2%	0,1
Innens ad Glinde	0,4	0,4	4,5%	0,0
Innens ad Nordstedt (Garsdorf)	18,4	17,5	4,9%	0,9
Innens ad Pinneberg	0,8	0,8	4,2%	0,0
Innens ad Reinbek	0,6	0,6	4,5%	0,0
Ordnungszentrum Seevetal Hildesfeld	0,2	0,2	4,5%	0,0
Ordnungszentrum Seevetal Maschen	0,0	0,0	k.A.	
Ordnungszentrum Seevetal Meckelfeld	0,0	0,0	k.A.	
Innens ad Wedel	0,8	0,7	4,6%	0,0
Ordnungszentrum Wensler	0,9	0,9	4,5%	0,0
Innens ad Winsen (Luhe)	0,8	0,7	4,8%	0,0
<b>Gesamt</b>	<b>393,6</b>	<b>369,7</b>	<b>-6,1%</b>	<b>23,8</b>

Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann &amp; Partner



## 11.1.4 Sonstige zentrenrelevante Hartwaren

Zusammensetzung des Vorhabenumsatz 2024

Sonstige zentrenrelevante Hartwaren	Umsatz in Mio. €
Vorhabenumsatz	40,1
...davon Wirkung gegen Untersuchungsstandorte in den Zonen 1 bis 3	32,0
...davon Wirkung gegen sonstige Standorte in den Zonen 1 bis 3 und gegen Zone 4	4,0
...davon nicht in EZG umverteilte streuumsätze	4,0
...davon Partizipation des Vorhabens an Marktwachstum	0,1
Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner	



Umverteilungsquoten im Segment sonstige zentrenrelevante Hartwaren				
Standortlage	Umsatz 2024 ohne Vorhaben in Mio. €	Umsatz 2024 mit Vorhaben in Mio. €	Umsatzum- verteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €
Innens ad	186,3	174,5	6,3%	11,8
Innens ad Großneumark	1,9	1,8	6,0%	0,1
Innens ad Überseequartier	0,2	0,2	6,5%	0,0
Hauptzentrum Altona	52,4	49,9	4,8%	2,5
Hauptzentrum Bergedorf	27,3	26,1	4,4%	1,2
Hauptzentrum Harburg	33,8	32,4	4,0%	1,4
Hauptzentrum Wandsbek	21,3	20,2	5,1%	1,1
Siedlungszentrum Billstedt	8,6	8,2	4,7%	0,4
Siedlungszentrum Blankenese	4,8	4,6	4,2%	0,2
Siedlungszentrum Bramfeld	9,8	9,4	4,7%	0,5
Siedlungszentrum Eidstedt	5,9	5,6	4,4%	0,3
Siedlungszentrum Farmsen	4,1	3,9	4,5%	0,2
Siedlungszentrum Langenhorn	2,7	2,6	4,1%	0,1
Siedlungszentrum Neugraben	3,1	3,0	4,2%	0,1
Siedlungszentrum Niendorf	9,4	9,0	4,5%	0,4
Siedlungszentrum Osdonk	20,3	19,3	4,8%	1,0
Siedlungszentrum Poppenbüttel	21,5	20,7	4,1%	0,9
Siedlungszentrum Rahlsdorf	7,2	6,9	4,5%	0,3
Siedlungszentrum Volksdorf	4,8	4,6	4,1%	0,2
Siedlungszentrum Wilhelmsburg	2,6	2,5	4,4%	0,1
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Eppendorf	23,9	22,8	4,5%	1,1
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Fuhle	4,9	4,7	4,6%	0,2
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Hamburger Straße	10,6	10,0	5,7%	0,6
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Hohelufer Chaussee	9,8	9,3	4,8%	0,5
Zentrum des urbanen Marktes Altona-Osdorfer Straße	14,2	13,6	4,3%	0,6
Fachmarktzentrum Curslack Neuer Deich	5,6	5,4	4,9%	0,3
Fachmarktzentrum Friedrich Eberhard Damm	1,6	1,6	4,9%	0,1
Fachmarktzentrum Großmoorbogen	6,6	6,3	4,7%	0,3
Fachmarktzentrum Holscheider Chaussee	8,9	8,5	4,6%	0,4
Fachmarktzentrum Moorsee	16,2	15,4	4,9%	0,8
Fachmarktzentrum Nedderfeld	5,6	5,3	4,9%	0,3
Fachmarktzentrum Schnelsen Nord	13,4	12,8	4,6%	0,6
Innensiedlung Ahrensburg	13,5	12,9	4,0%	0,5
Innensiedlung Buchholz	9,2	8,9	3,9%	0,4
Innensiedlung Buxtehude	12,5	12,0	3,4%	0,4
Innensiedlung Elmshorn	11,8	11,4	3,2%	0,4
Innensiedlung Geesthacht	6,9	6,7	3,6%	0,2
Innensiedlung Glinde	2,8	2,7	3,8%	0,1
Innensiedlung Nordstedt (Garschütz)	10,8	10,3	4,1%	0,4
Innensiedlung Pinneberg	6,3	6,1	3,5%	0,2
Innensiedlung Reinbek	1,9	1,9	3,8%	0,1
Ortskern Seevetal Hildesfeld	1,5	1,4	3,7%	0,1
Ortskern Seevetal Maschen	0,7	0,7	3,7%	0,0
Ortskern Seevetal Meckelfeld	0,6	0,5	3,7%	0,0
Innensiedlung Wedel	5,5	5,3	3,9%	0,2
Ortskern Wenslohde	1,4	1,3	3,8%	0,1
Innensiedlung Winsen (Luhe)	8,1	7,8	3,9%	0,3
<b>Gesamt</b>	<b>642,9</b>	<b>610,9</b>	<b>-5,0%</b>	<b>32,0</b>
Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner				



## 11.1.5 Periodischer Bedarf

### Zusammensetzung des Vorhabenumsatz 2024

Periodischer Bedarf	Umsatz in Mio. €
Vorhabenumsatz	76,3
davon Wirkung gegen Zone 1	1,8
davon Wirkung gegen Standorte im restlichen EZG	68,9
davon nicht im EZG umverteilungsrelevante Streuumsätze	3,8
davon Potenzial des Vorhabens an Marktwachstum	1,8

Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner

### Umverteilungsquoten im Segment des periodischen Bedarfs (2024)

Standortlage	Umsatz 2024 ohne Vorhaben in Mio. €	Umsatz 2024 mit Vorhaben in Mio. €	Umsatzum- verteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €
Innensiede Os	195,8	181,6	7,2%	14,2
Innensiede West	98,1	92,4	5,8%	5,7
Innensiede Großneumark	23,2	21,9	5,7%	1,3
Innensiede Überseequartier	35,1	30,1	14,3%	5,0
NVZ Rosenthaler	9,2	8,7	5,5%	0,5
NVL Siedel	4,1	3,8	7,1%	0,3
NVL Brauerknechtgraben	6,5	6,1	5,8%	0,4
Real Berliner Tor	25,7	24,6	4,3%	1,1
Lidl Rosenthaler	8,7	8,3	4,3%	0,4
Aldi Rosenthaler	6,1	5,7	5,4%	0,3
<b>Gesamt</b>	<b>40,5</b>	<b>38,7</b>	<b>-4,5%</b>	<b>1,8</b>

Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner



## 11.2 Abkürzungsverzeichnis

- BGF – Bruttogeschosfläche
- BID – Business Improvement District
- BIP – Bruttoinlandsprodukt
- DLP – Dr. Lademann & Partner
- GfK – Gesellschaft für Konsumforschung
- gif – Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V.
- IFH – Institut für Handelsforschung
- MFG – Mietfläche gemäß gif
- MIV – Motorisierter Individualverkehr
- NF – Nutzfläche
- ÖPNV – Öffentlicher Personen Nahverkehr
- SB-Warenhaus – Selbstbedienungs-Warenhaus
- URW – Unibail Rodamco Westfield
- VK – Verkaufsfläche
- WHÜ – Westfield Hamburg Überseequartier
- ZuM – Zentrum des Urbanen Marktplatzes
- ZVB – Zentraler Versorgungsbereich