

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



Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ahrensburg

**Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts
aus 2003 im Rahmen des ISEK (Fachplan Einzelhandel)**

Präsentation im Bau- und Planungsausschuss

Ahrensburg, 3. Dezember 2008

Friedrich-Ebert-Damm 311 D-22159 Hamburg

Telefon +49 (0) 40 - 64 55 77 - 0 Telefax +49 (0) 40 - 64 55 77 - 33

www.dr-lademann-partner.de info@dr-lademann-partner.de



Inhaltsübersicht

- **Sozioökonomische Rahmenbedingungen**
- **Marktgebiet und Nachfragepotenzial**
- **Darstellung der Angebotssituation**
- **Versorgungslage und Zentralität**
- **Rahmen für die Einzelhandelsentwicklung**



Inhaltsübersicht

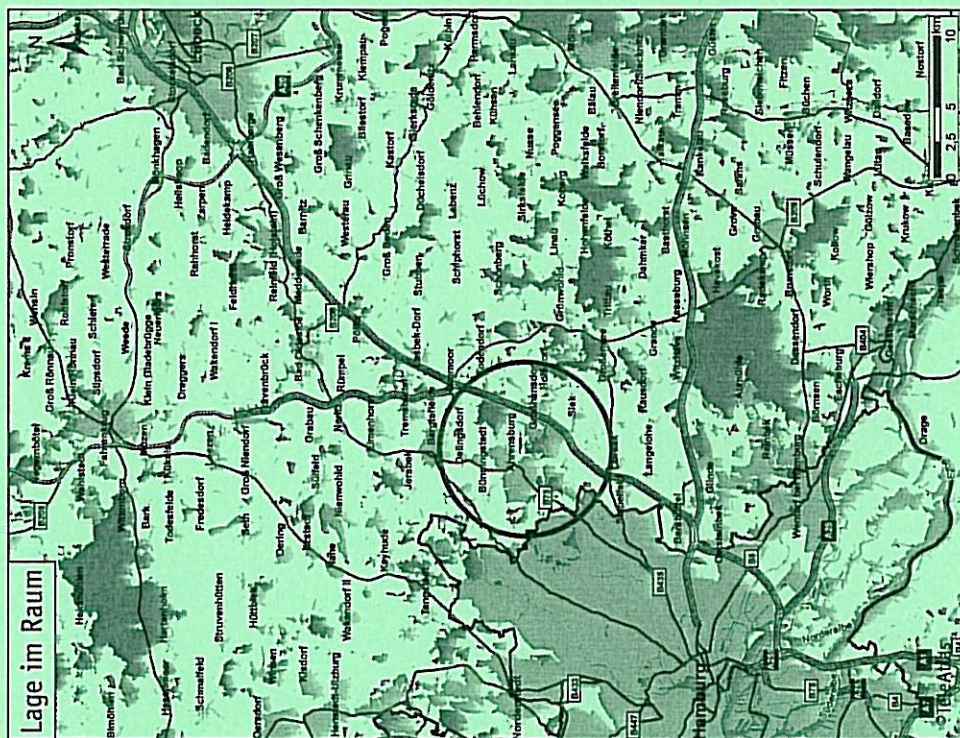
- **Sozioökonomische Rahmenbedingungen**
- **Marktgebiet und Nachfragepotenzial**
- **Darstellung der Angebotssituation**
- **Versorgungslage und Zentralität**
- **Rahmen für die Einzelhandelsentwicklung**

Einzelne Charts bedürfen einer Kommentierung



Lage im Raum

- Mittelzentrum im Verdichtungsraum
- Unmittelbare Nähe zum Oberzentrum Hamburg





Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in Ahrensburg sind über alle Kriterien hinweg sehr positiv zu bewerten und stellen ein deutliches Potenzial für die Einzelhandelsentwicklung dar.

Einwohner- entwicklung	positive Bevölkerungsentwicklung in Ahrensburg seit 2003 (rd. 0,4% Wachstum p.a.).
Pendlerströme	2015: rd. 31.100 Einw. (auch langfristig weiterer Anstieg)
Erwerbstätigen- struktur	Deutlicher Einpendlerüberschuss, ansteigend
Kaufkraft	Abnahme der Arbeitslosenquote in Ahrensburg (4,2 %) zwischen 2001 und 2008 um rd. 3,2 %-Punkte
Tourismus	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von Ahrensburg bei 119,8; überdurchschnittlich auf Kreis- und Landesebene; hohe Kaufkraftkennziffer auch im Umland
	Zusätzliche Potenziale für den Einzelhandel durch steigende Touristenzahlen

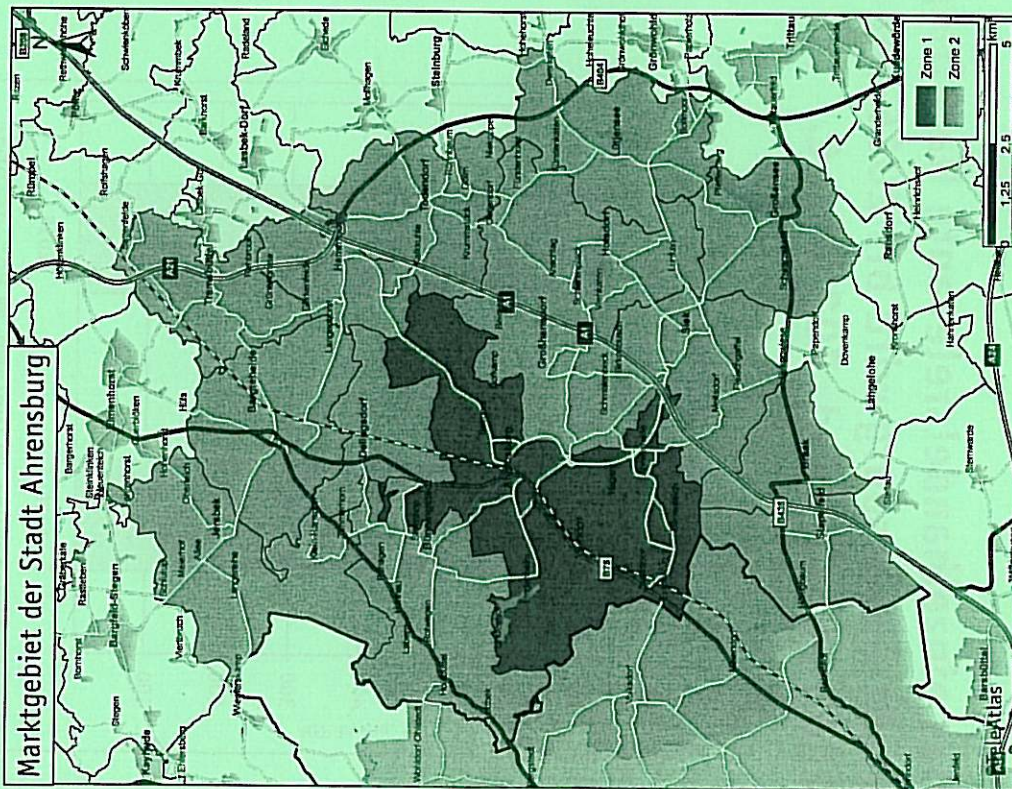


Inhaltsübersicht

- Sozioökonomische Rahmenbedingungen
- Marktgebiet und Nachfragepotenzial
- Darstellung der Angebotssituation
- Versorgungslage und Zentralität
- Rahmen für die Einzelhandelsentwicklung



Marktgebiet der Stadt Ahrensburg



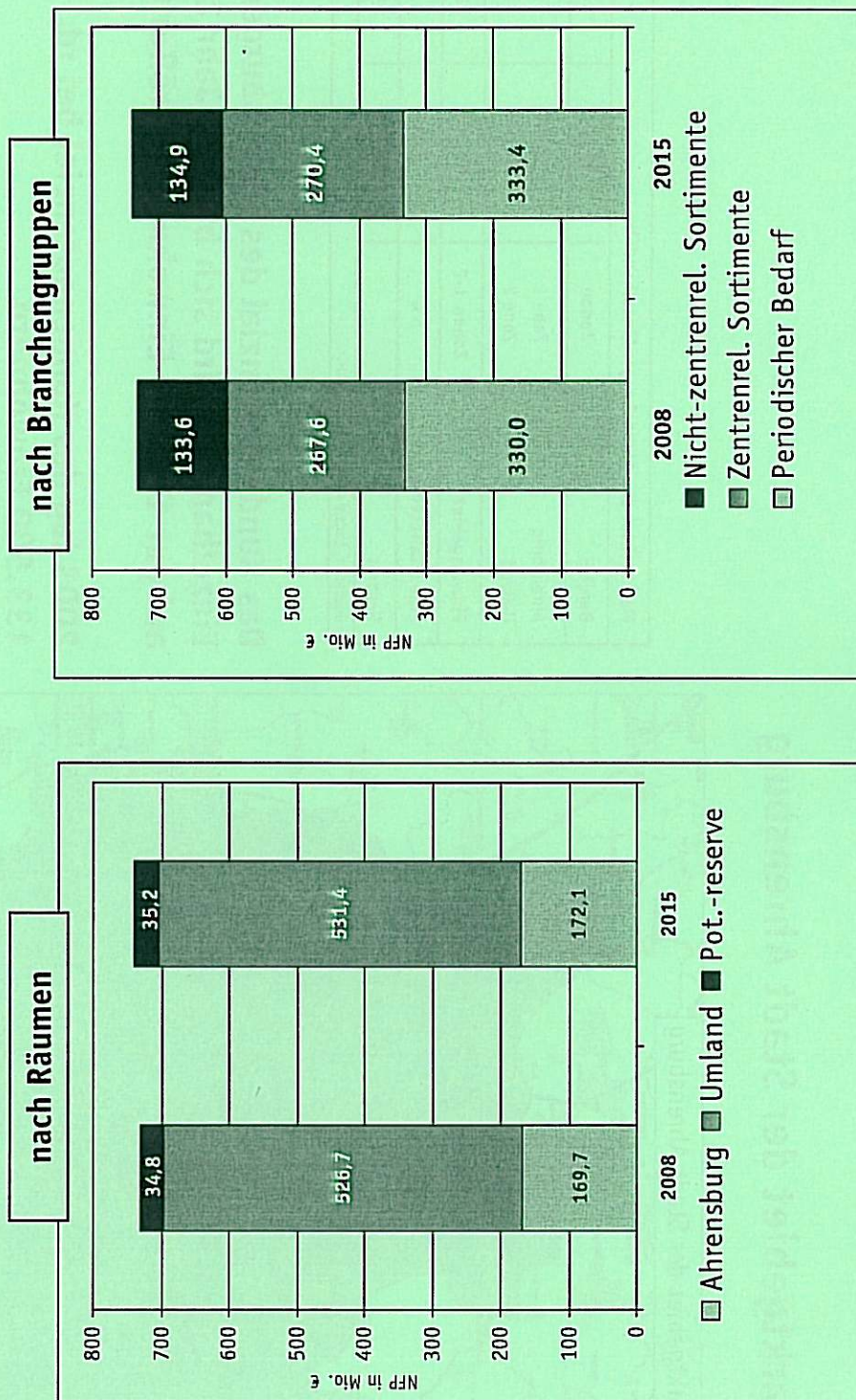
Marktgebiet des Ahrensburger Einzelhandels			
Bereich	Zonen	2008	2015
Ahrensburg Umland	Zone 1	30.663	31.095
	Zone 2	96.592	97.458
Einzugsgebiet	Zonen 1-2	127.255	128.553
Potenzialreserve	5%	7.500	7.600
Gesamt		134.755	136.153
Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH.			

Das Kundenpotenzial des Ahrensburger Einzelhandels wird sich bis zum Jahr 2015 auf gut 136.150 Einwohner vergrößern.

2003 lag das Kundenpotenzial bei rd. 133.500 Einwohnern.



Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Ahrensburg wird bis 2015 auf rd. 738,7 Mio. € ansteigen. 2003 betrug es rd. 702 Mio. €.



Quelle: Eigene Berechnungen (Werte gerundet).



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

Inhaltsübersicht

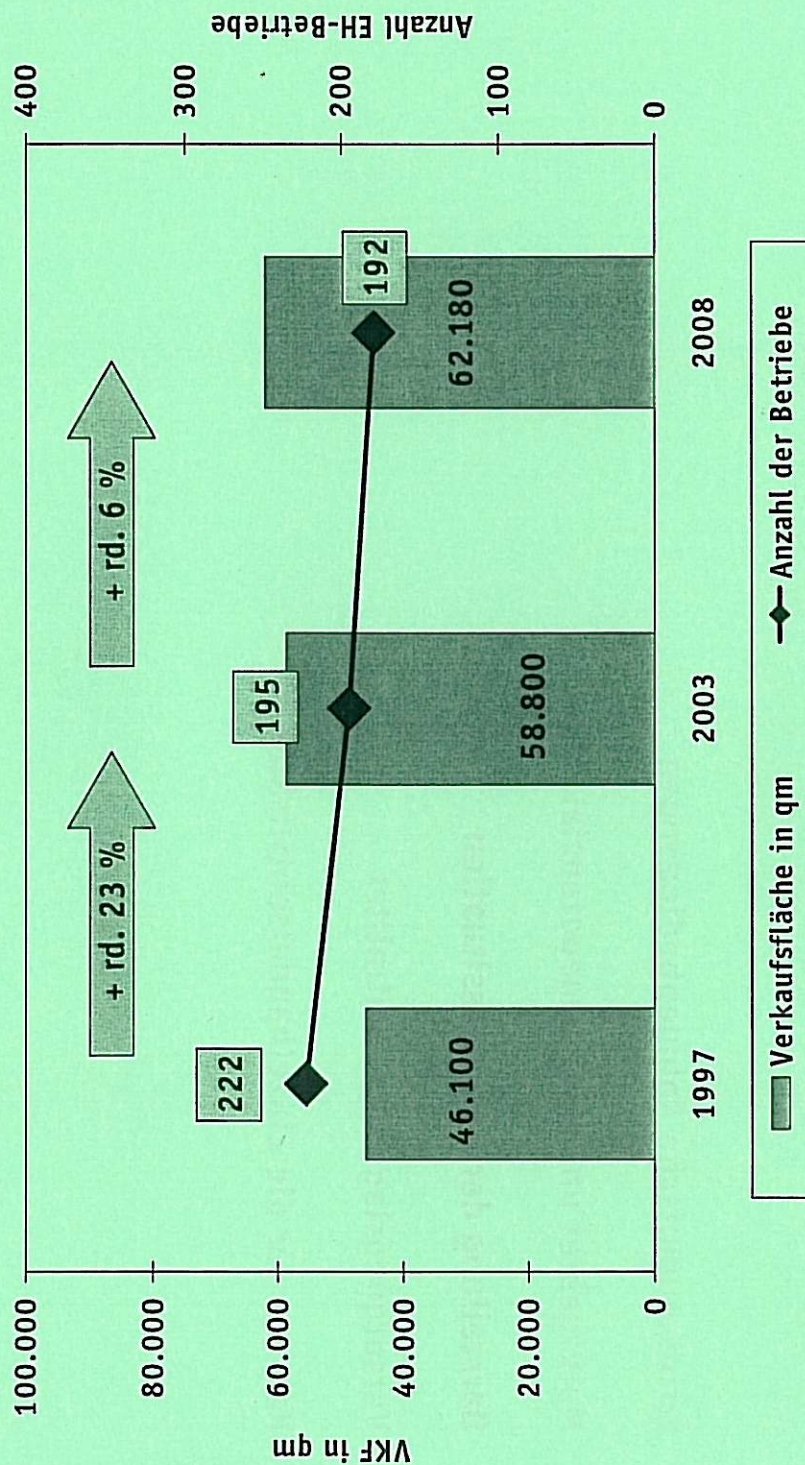
- Sozioökonomische Rahmenbedingungen
- Marktgebiet und Nachfragepotenzial
- Darstellung der Angebotssituation
- Versorgungslage und Zentralität
- Rahmen für die Einzelhandelsentwicklung

Einzelne Charts bedürfen einer Kommentierung



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

Verkaufsflächenentwicklung des Ahrensburger Einzelhandels von 1997 bis 2008

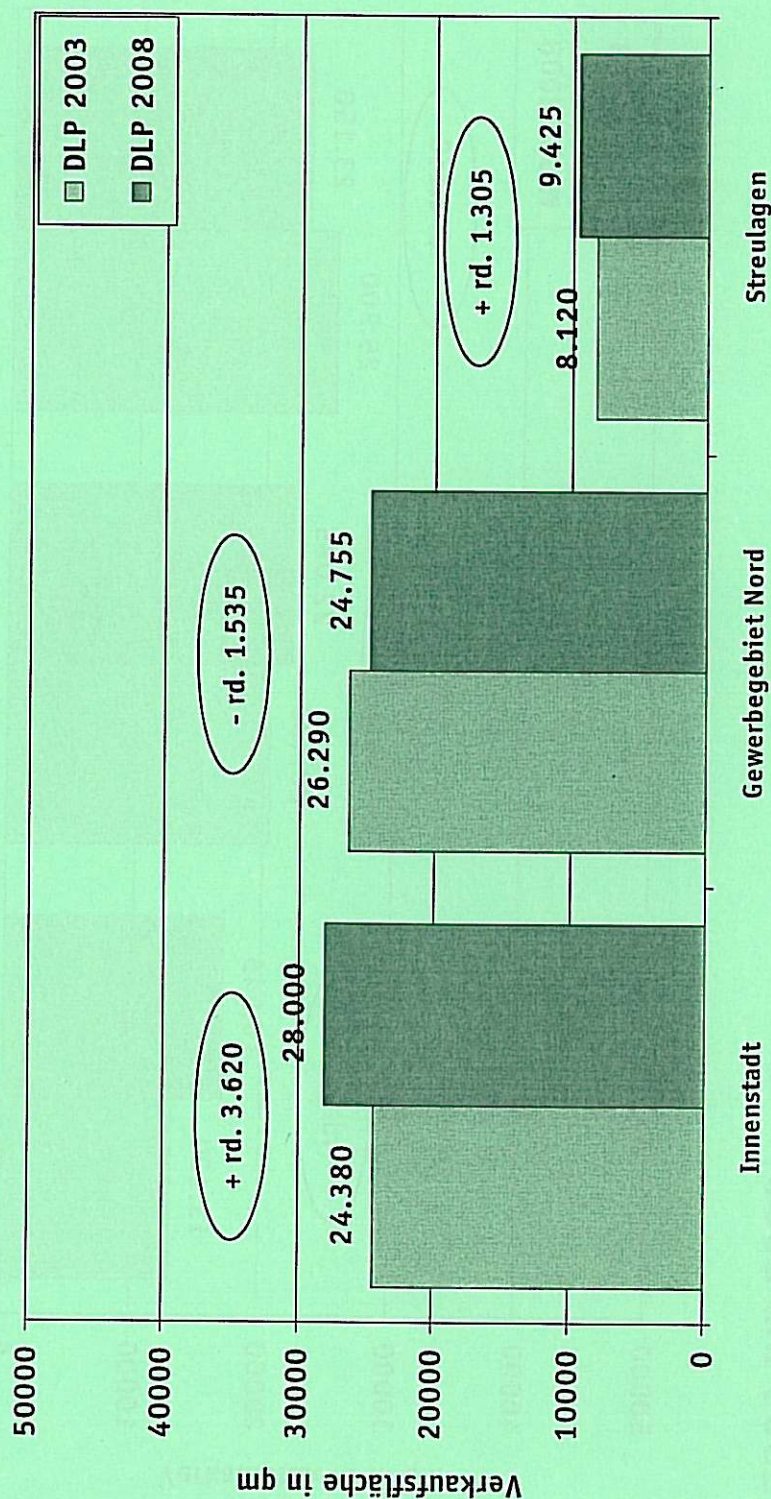


* Die im Bau befindlichen Netto-Discounters und City Center sind mit Ausnahme des dritten Bauabschnitts bereits berücksichtigt.
Quelle: Bestandserhebungen der Dr. Lademann & Partner GmbH von 1997, 2003 und September 2008.

© DLP | Friedrich-Ebert-Damm 311 | D-22159 Hamburg | Tel +49 (0) 40 - 64 55 77-0 | Fax - 33 |



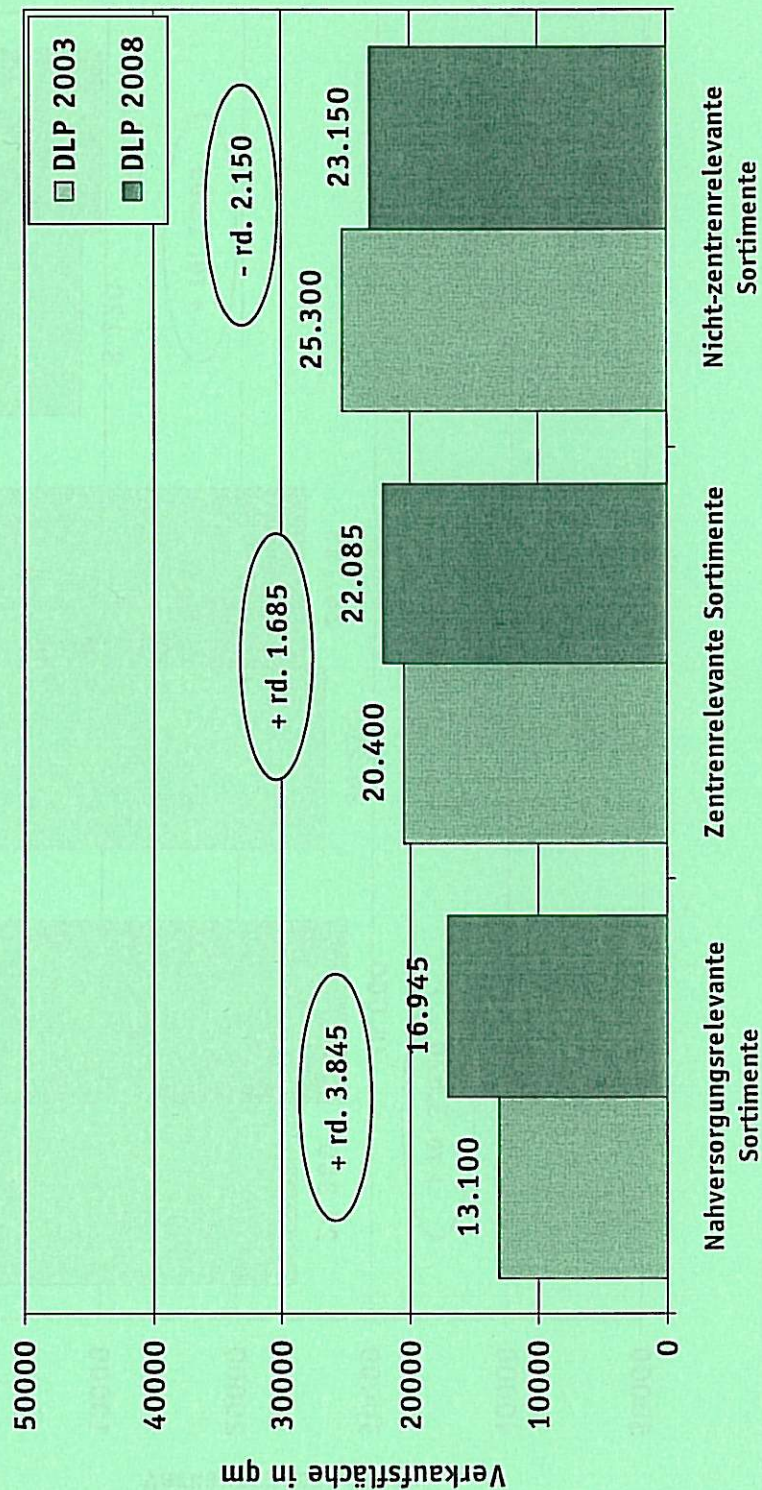
Verkaufsflächenentwicklung in Ahrensburg nach Standortlagen 2003 bis 2008



* Die im Bau befindlichen Netto-Discounter und City Center sind mit Ausnahme des dritten Bauabschnitts bereits berücksichtigt.
Quelle: Eigene Erhebungen 2003 und 2008.



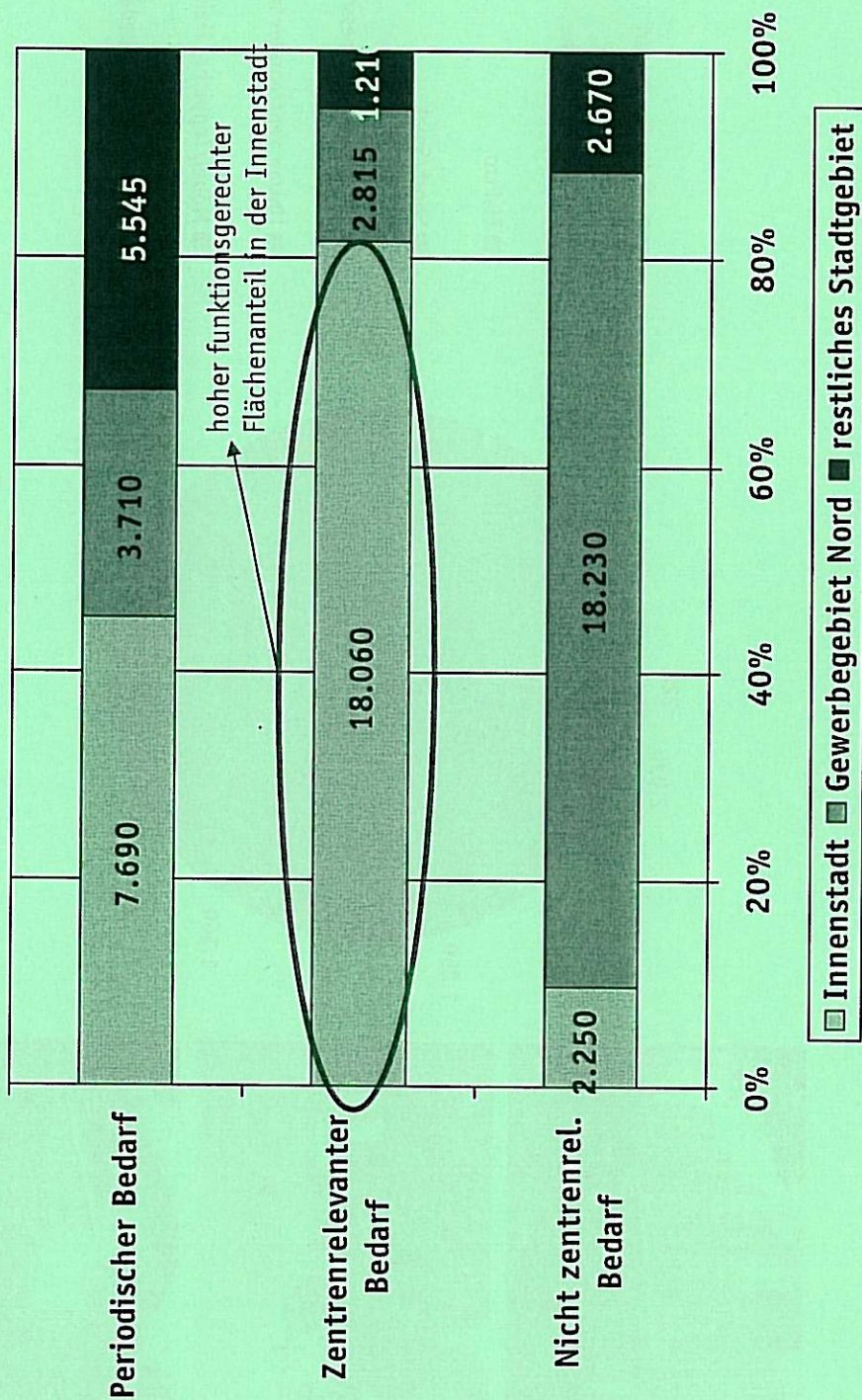
Verkaufsflächenentwicklung in Ahrensburg nach Branchengruppen 2003 bis 2008*



* Die im Bau befindlichen Netto-Discounter und City Center sind mit Ausnahme des dritten Bauabschnitts bereits berücksichtigt.
Quelle: Eigene Erhebungen 2003 und 2008.



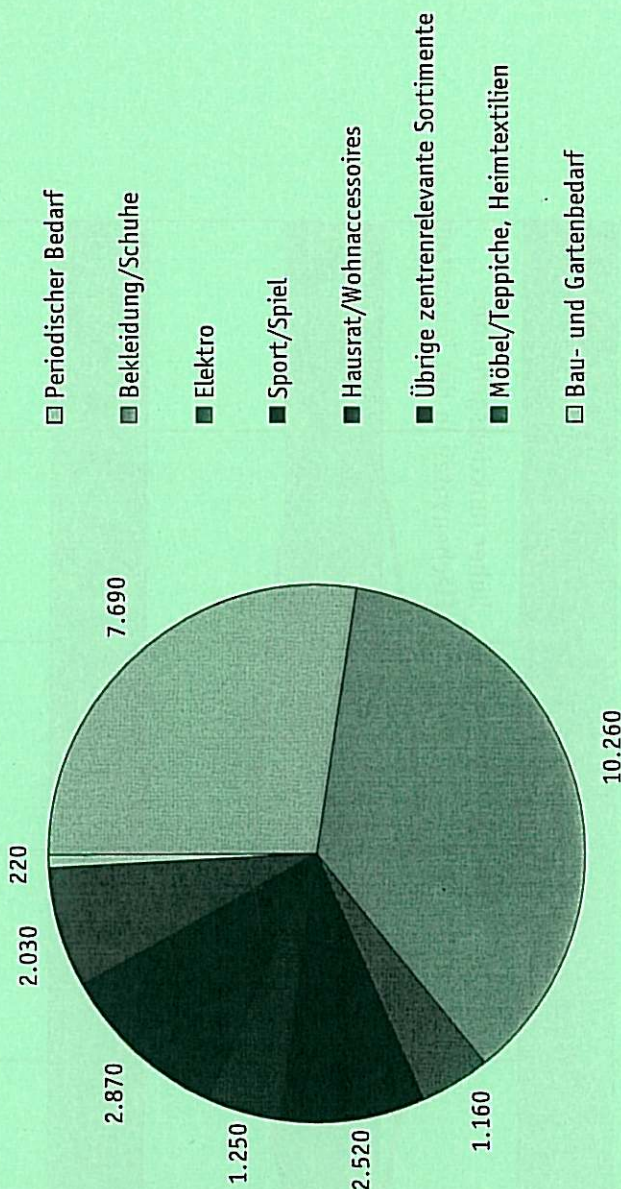
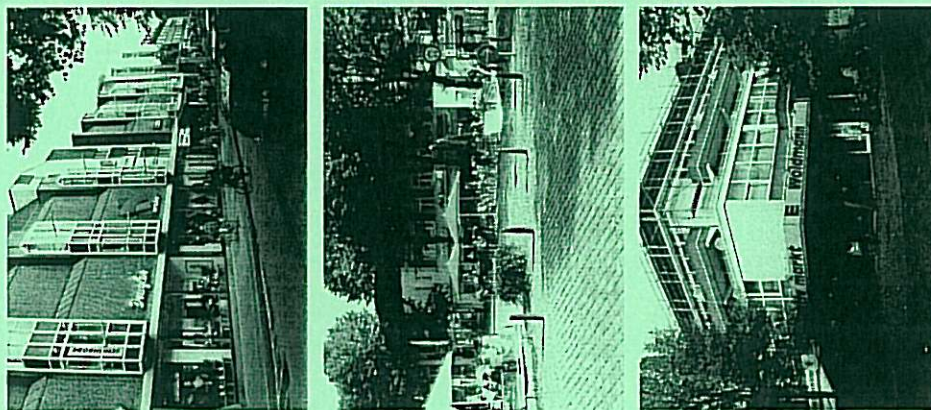
Räumlich-funktionale Angebotsstruktur in Ahrensburg*



* Die im Bau befindlichen Netto-Discounter und City Center sind mit Ausnahme des dritten Bauabschnitts bereits berücksichtigt.
Quelle: Eigene Erhebungen 2008.



Verkaufsflächenstruktur in der Ahrensburger Innenstadt (rd. 28.000 qm*)



* Die im Bau befindlichen Netto-Discounter und City Center sind mit Ausnahme des dritten Bauabschnitts bereits berücksichtigt.
Quelle: Eigene Erhebungen 2003 und 2008.



Die Leerstände in Ahrensburg liegen insgesamt auf einem durchschnittlichen Niveau.

- 24 Leerstände mit einer potentiellen Verkaufsfläche von rd. 3.340 qm
- Leerstandsquote von rd. 5 % der Flächen
- **Innenstadt:**
 - 18 Ladengeschäfte mit ca. 1.920 qm Verkaufsfläche stehen leer
 - dabei handelt es sich größtenteils um temporäre Leerstände, die mit dem Bau des City Centers in Verbindung stehen





Inhaltsübersicht

- Soziökonomische Rahmenbedingungen
- Marktgebiet und Nachfragepotenzial
- Darstellung der Angebotssituation
- Versorgungslage und Zentralität
- Rahmen für die Einzelhandelsentwicklung



Hohe Verkaufsflächendichte in der Stadt Ahrensburg*

Einzelhandelsstruktur in Ahrensburg 2008*				
Branchen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfl. in qm	Flächen-dichte**	
Periodischer Bedarf	72	16.945	553	
Bekleidung/Schuhe	38	10.830	353	
Lederwaren/Geschenke/Parfümeriew.	5	1.230	40	
Uhren/Schmuck	4	240	8	
Hausrat/Wohnaccessoires	9	1.730	56	
Elektro, Musikalien, Computer	15	1.985	65	
Spielwaren	2	1.280	42	
Sportartikel	6	1.720	56	
Bücher/Schreibwaren/Papier	4	890	29	
Foto/Film	4	210	7	
übriger Freizeitbedarf	8	1.970	64	
Zentrenrelevante Sortimente	95	22.085	720	
Wohnmöbel, Antiquitäten/Teppiche Heimtext.	19	7.230	236	
Do-it-Yourself/Gartenbedarf	6	15.920	519	
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	25	23.150	755	
Gesamt	192	62.180	2.028	
Quelle: Eigene Berechnungen. * inklusive City Center und Netto. ** in qm je 1.000 Einwohner				

Die Verkaufsflächendichte Ahrensburgs ist gegenüber 2003 gestiegen und liegt knapp 30 % über dem deutschen Mittel. Dies deutet auf eine wichtige Versorgungsfunktion Ahrensburgs für das Umland hin. Zentralitätsgewichtet liegt die Verkaufsflächendichte bei rd. 1.730.

* Die im Bau befindlichen Netto-Discounter und City Center sind mit Ausnahme des dritten Bauabschnitts bereits berücksichtigt.

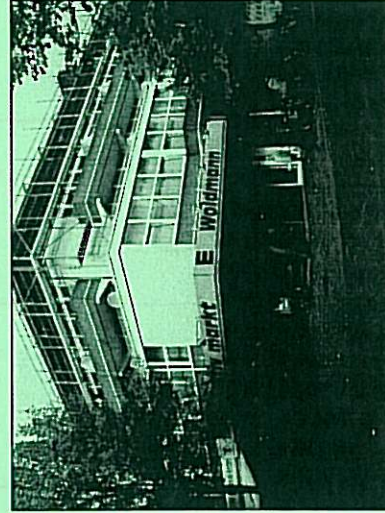


Nahversorgungsstruktur in Ahrensburg



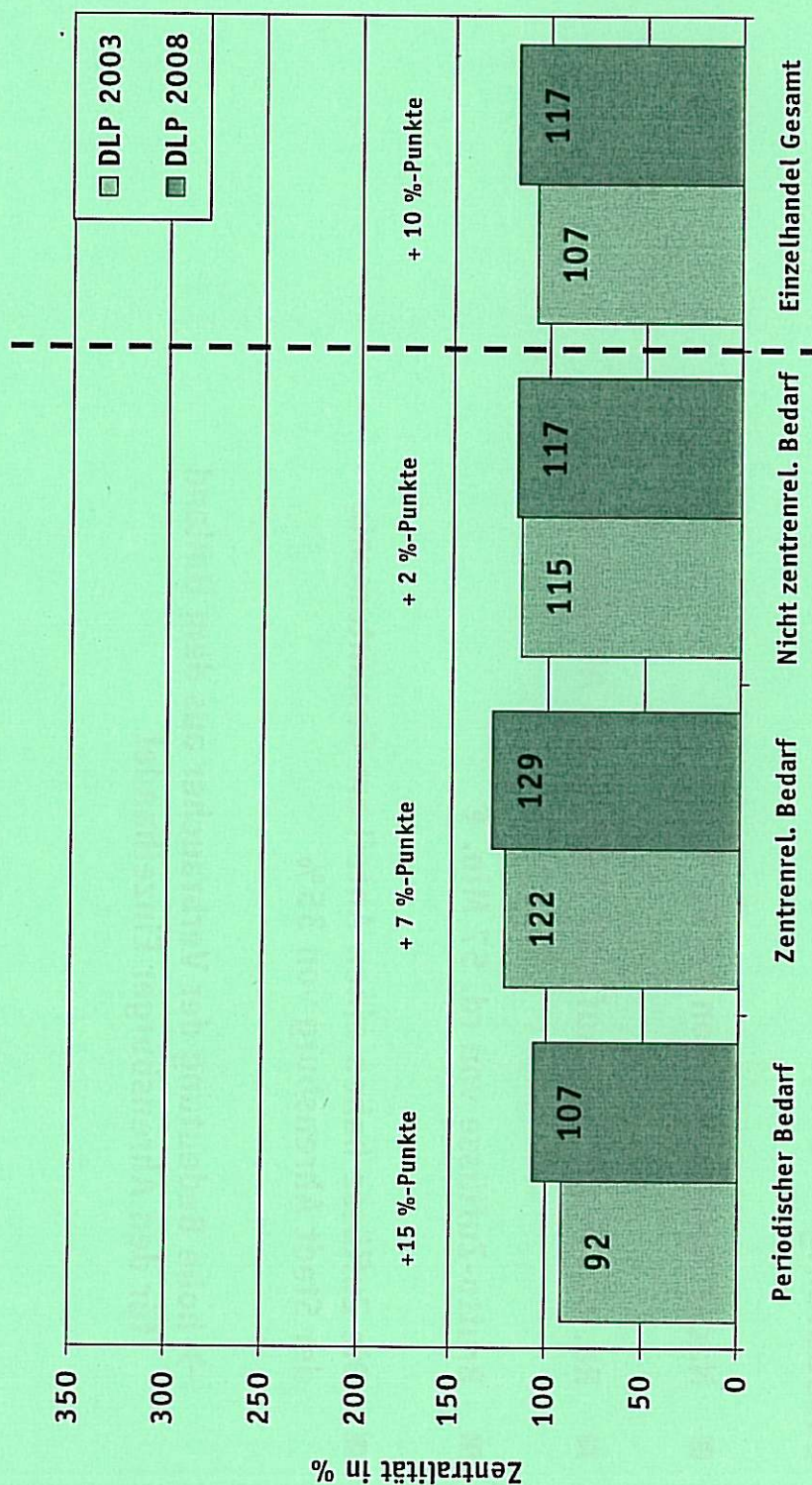
Das nahversorgungsrelevante Angebot konzentriert sich vornehmlich auf den innerstädtischen Bereich und strahlt von dort aus in die angrenzenden Wohngebiete aus.

Die Ansiedlung des Netto-Lebensmitteldiscounters wird die fußläufige Versorgung im nördlichen Stadtgebiet verbessern.





Zentralitätentwicklung in Ahrensburg nach Hauptbranchen 2003 bis 2008*



* Die im Bau befindlichen Netto-Discounter und City Center sind mit Ausnahme des dritten Bauabschnitts bereits berücksichtigt.



Die Nachfragebindung und Nachfrageabschöpfung in Ahrensburg sind noch ausbaufähig

- Nachfragebindung von ca. 76 %
- Rd. 40 Mio. € der Kaufkraft fließen aus Ahrensburg ab
- Brutto-Zuflüsse von rd. 57 Mio. €
- Die Zuflüsse haben einen Anteil am Gesamtumsatz der Stadt Ahrensburg von 35%

→ hohe Bedeutung der Verbraucher aus dem Umland für den Ahrensburger Einzelhandel

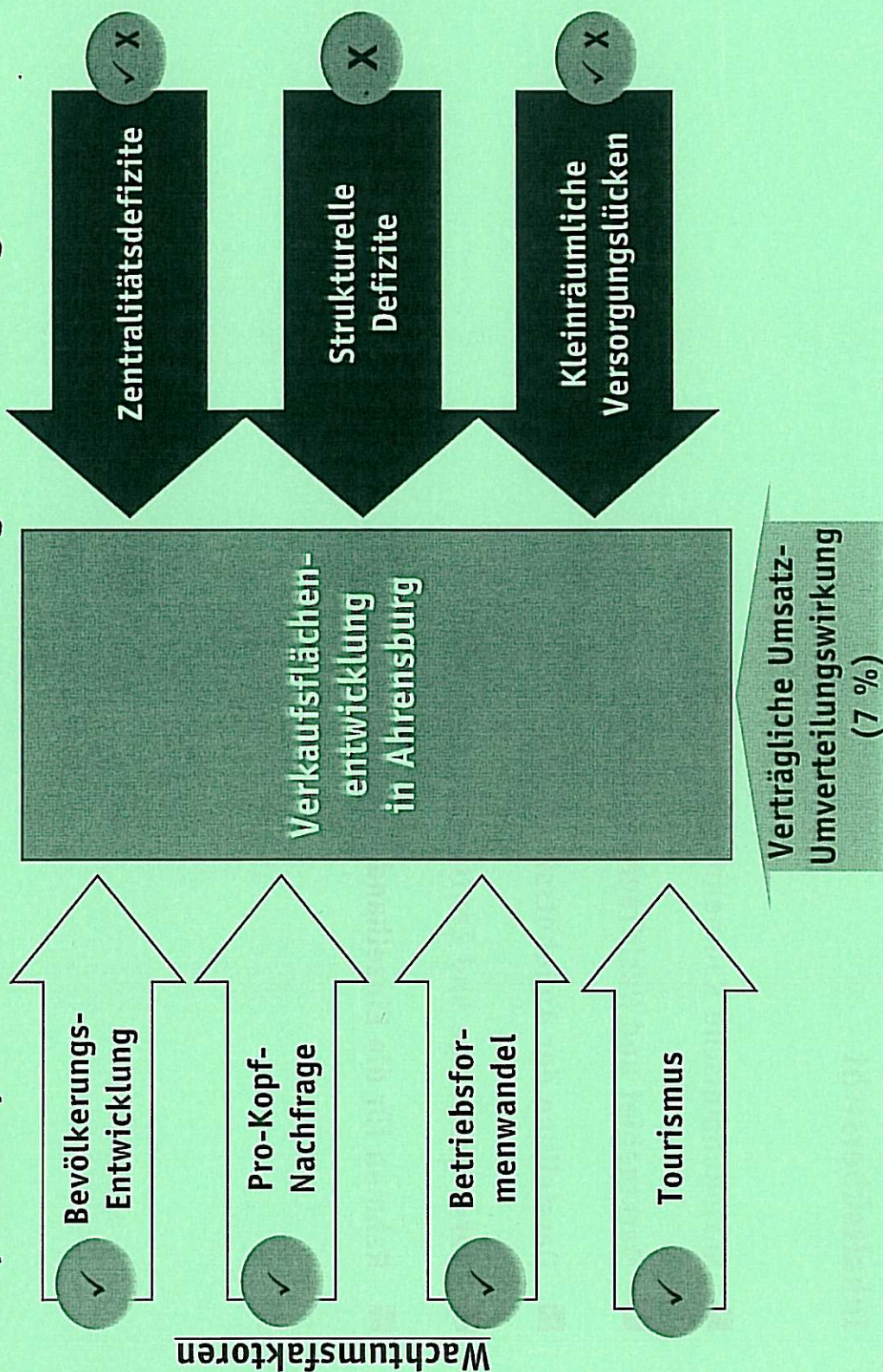


Inhaltsübersicht

- Sozioökonomische Rahmenbedingungen
- Marktgebiet und Nachfragepotenzial
- Darstellung der Angebotssituation
- Versorgungslage und Zentralität
- Rahmen für die Einzelhandelsentwicklung



Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Ahrensburg



✓ bringt Impulse für die Entwicklung in Ahrensburg

X bringt keine Impulse für die Entwicklung in Ahrensburg



Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels im Mittelzentrum Ahrensburg

Faktoren	Nahvers. Sort.	Zentrenrel. Sort.	Nicht-zent. Sort.	Summe
VKE-Bestand	16.950	22.090	23.150	62.180
Weitgehend verdrängungsneutraler Expansionsrahmen	3.370	4.250	4.900	12.500
Potenziale aus Umsatz- Umverteilung (7 % des Umsatzes bestehenden EH)	1.190	1.550	1.600	4.350
Summe Expansionsrahmen	4.550	5.800	6.500	16.900
Summe 2015	21.500	27.900	29.700	79.050

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner 2008



Strategieempfehlung

Strategie der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung:
Erhöhung der Gesamtausstrahlung durch unterschiedliche Standortprofile



Einzelne Charts bedürfen einer Kommentierung