

Einzelhandelsgutachten Ahrensburg

Ziel des Auftrags



CIMA

- **Städtebauliches Entwicklungskonzept** als Grundlage der rechtsverbindlichen Bauleitplanung → Beschluss des **Zentrenkonzeptes** und der **Sortimentsliste** durch die Ratsfraktionen, Umsetzung in Bauleitplanverfahren
 - Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Ahrensburg und Definition einer ortsspezifischen Sortimentsliste als Grundlage für künftige **Steuerung und Bewertung** von Einzelhandelsvorhaben und planungsrechtliche Stellungnahmen in Bauleitplanverfahren
- **Ziel: Erhalt und Stärkung der Versorgungsfunktion und Einkaufsattraktivität der Stadt Ahrensburg** durch die planvolle Steuerung von Einzelhandelsan- und Umsiedlungen sowie von Erweiterungsvorhaben

Rechtssicher

- Basis: BauGB, BauNVO, Urteile der Verwaltungsgerichte
- Städtebaulich begründet, (nicht wettbewerbsorientiert)

Standortspezifisch

- Umfassende Situationsanalyse
- Abwägung der Stärken/Schwächen, Chancen/Risiken

Zukunftsorientiert

- Schaffung von Entwicklungsmöglichkeiten
- Erhalt städtebaulich relevanter Strukturen
- Städtische Ziele vs. Einzelhandelstrends

CIMA 2012

2

Einzelhandelsgutachten Ahrensburg

Telefonische Haushaltsbefragung



CIMA

Überblick: Wichtigste Ergebnisse

- **72%** der Befragten **kennen Ahrensburg als Einkaufsort**.
- **Beginnender Bedeutungsverlust im Umland:** Fast jeder 3. Befragte aus dem Mittelbereich kauft heute weniger in Ahrensburg ein, als noch vor 3 Jahren.
- Begründet wird dies v.a. mit Einkaufsalternativen in größerer **Nähe zum Wohn- oder Arbeitsort** aber auch dem vorhandenen **Parkraumbangebot** in Ahrensburg.
- **78,1% der Befragten vermissen keine Waren oder Geschäfte in Ahrensburg.**
- Die am häufigsten **vermissten Warenangebote sind Bekleidung** (43,1%, 62% der unter 30-Jährigen) und **Elektronik-Artikel** (16,9% , 37% der männl. Befragten)
- **Stärkste Wettbewerbsstandorte** sind **Hamburg** und je nach Sortimenten **Bargtheide, Rahlstedt, Tritttau, Bad Oldesloe, Barsbüttel und Bad Segeberg**
- Das **Internet** spielt für die Befragten als Einkaufsalternative eine **untergeordnete Rolle** (max. 4,8% bei Befragten aus dem Mittelbereich Nord im Sortiment Elektro)

CIMA 2012

6

Einzelhandelsanalyse

Wichtige Fakten im Überblick



CIMA

- **Verkaufsfläche pro Einwohner: 2,4 m²** (bundesweiter Durchschnitt: 1,46 m²)
- Einzelhandelsrelevante **Kaufkraftkennziffer : 115%** (BRD = 100%)
- **Umsatz in Ahrensburg: 213,6 Mio. €** pro Jahr.
- **Nachfragepotenzial** der Ahrensburger Bevölkerung : **199,8 Mio €** pro Jahr.

Aus dem Verhältnis des in Ahrensburg getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der in Ahrensburg vorhandenen Nachfrage ergibt sich die Zentralität des Einzelhandelsstandortes. Übersteigt die Zentralität einen Wert von 100 %, bedeutet dies *per Saldo einen Kaufkraftzufluss* aus dem Umland, der die Kaufkraftabflüsse aus Ahrensburg (ins Umland, v.a. Hamburg) übersteigt.

- **Zentralität** der Stadt Ahrensburg: **107 %**
- **Entwicklungspotenziale** in den Sortimenten **Möbel** (Zentralität 42%) und **Elektroartikel** (Zentralität 66%), begrenzt auch im **periodischen und nahversorgungsrelevanten Bedarf** (Zentralität 91-97%)

Quelle: CIMA 2011, Berechnungen nach Huff

CIMA 2012

9

Einzelhandelskonzept Ahrensburg

Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung in Ahrensburg



CIMA

Erhalt/ Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion

Sicherung und ggf. Steigerung der Einzelhandelszentralität durch Ansiedlung unterrepräsentierter Sortimente

Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und der Funktionsvielfalt der Innenstadt

Leitfunktion Einzelhandel sichern, hoher innerstädtischer Verkaufsflächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente

Sicherung/ Stärkung der Nahversorgung innerhalb des Stadtgebiets

Weiterentwicklung solitärer Standorte zu Nahversorgungszentren, Schließung der Versorgungslücken im westlichen Wohngebiet, Planung von Nahversorgungsstrukturen in neu zu schaffenden Wohngebieten

Sicherung von Flächen für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel

vgl. Ahrensburger Liste nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Ausschluss von Einzelhandelsansiedlungen in Gewerbegebieten und sonstigen nicht integrierten Lagen

Verhinderung von Flächenversiegelung für Gewerbeansiedlung, Verhinderung der Entstehung (weiterer) solitärer Streulagen im Stadtgebiet (Ausnahme: Einzelhandel als Nebennutzung auf untergeordneter Fläche in Gewerbe- und Produktionsbetrieben)

CIMA 2012

13

Einzelhandelskonzept Ahrensburg

Ahrensburger Liste (Stand 15.02.2012)



Nahversorgungsrelevante Sortimente

- Lebensmittel (inkl. Getränke), Reformwaren
- Drogerieartikel/ Parfümerieartikel (inkl. Apotheken)
- Schnittblumen
- Kioskbedarf/ Zeitschriften

Zentrenrelevante Sortimente

- Bekleidung (Damen, Herren, Kinder)
- Bücher
- Computer und Zubehör, Telekommunikation
- Elektrokleingeräte, Leuchten
- Fahrräder
- Foto, Film
- Geschenkartikel
- Glas/ Porzellan/ Keramik, Hausrat
- Lederwaren, Kürschnerwaren (inkl. Pelze, Taschen, Schulranzen)
- Musikinstrumente
- Optik, Hörakustik
- Schuhe
- Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
- Sportartikel, Sportschuhe, Sportbekleidung
- Schreibwaren
- Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln)
- Sanitärwaren
- Uhren und Schmuck
- Unterhaltungselektronik (TV, HiFi, Video, Ton- und Datenträger)
- Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung
- Jagd-, Reit- und Angelausstattung, Waffen

Nicht zentrenrelevante Sortimente

- Antiquitäten
- Baustoffe, Baumarktartikel
- Bodenbeläge (inkl. Teppiche und Teppichböden)
- Büromaschinen
- Campingartikel
- Farben, Lacke, Tapeten
- Gartenbedarf (inkl. Pflanzen)
- Großelektro (weiße Ware)
- Sportgroßgeräte
- Kfz-Zubehör
- Möbel (inkl. Matratzen)
- Sanitärwaren
- Werkzeuge, Eisenwaren
- Heimtextilien (Badteppiche, Gardinen, Bettwaren)
- Zoobedarf



Weiterentwicklung der Innenstadt

Prüfstandort Rathausplatz



Anfrage/ Planung

Erweiterung des Kaufhauses Nessler zum Rathausplatz, Bau einer Tiefgarage, Markthalle (Integration des Wochenmarktes) und Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters & Elektronikfachmarktes

Bewertungskriterien

- Lage: städtebaulich integriert im Hauptzentrum Innenstadt
- Ansiedlung stärkt den Kernbereich der Innenstadt und kann Wachstums- und Entwicklungsimpulse schaffen (Rathausplatz als Leitprojekt der Innenstadt-Entwicklung)

Bewertung

- Standort ist für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel grundsätzlich geeignet
- Umsetzung auch großflächiger, zeitgemäßer Handelskonzepte möglich
- Bei Umsetzung Anbindung an Große Straße und südliche Innenstadt schaffen (Wegeföhrung, Sichtachsen, Gestaltung öfftl. Raum)

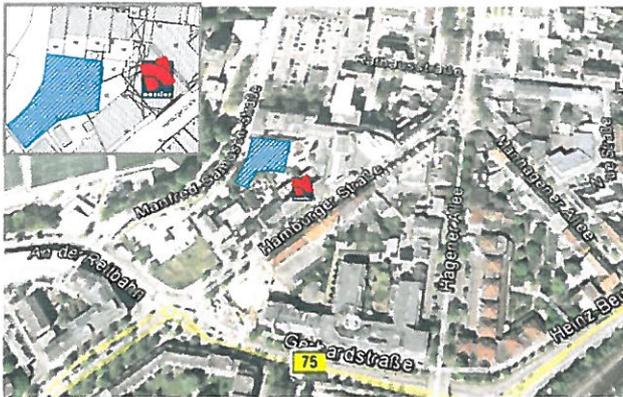


Weiterentwicklung der Innenstadt

Prüfstandort M.-Samusch-Str.



CIMA



Anfrage/ Planung

Ansiedlung eines Parkhauses mit Einzelhandelsnutzungen

Bewertungskriterien

- Lage: städtebaulich integriert im Hauptzentrum Innenstadt
- Heute als Parkplatz genutzte Flächen durch Bebauung von Innenstadt-Kernzone (Hamburger Straße) abgegrenzt

Bewertung

- Standort ist für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel grundsätzlich geeignet
- Umsetzung auch großflächiger, zeitgemäßer Handelskonzepte möglich, jedoch vorrangig im Erdgeschoss
- Anbindung an Kernzone durch Einbindung der angrenzenden Gebäude wird empfohlen

CIMA 2012

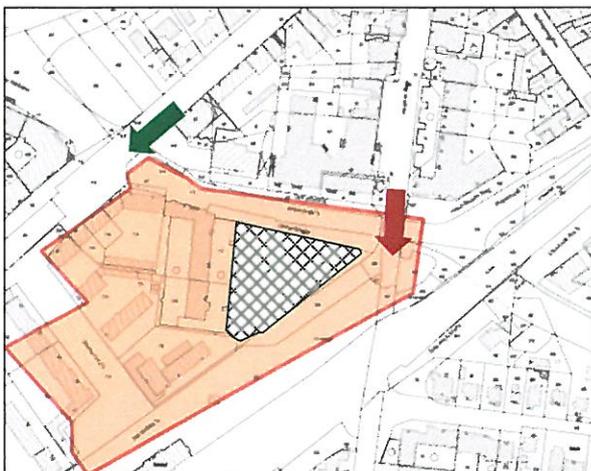
21

Weiterentwicklung der Innenstadt

Prüfstandort Ergänzungsbereich Lindenhof-Areal



CIMA



Anfrage/ Planung

- Nicht definiert, Potenzialstandort der Stadtentwicklung/ Stadtplanung, heute als Parkplatz genutzt

Bewertungskriterien

- Lage: städtebaulich integriert im Ergänzungsbereich zur Innenstadt
- Ansiedlung könnte zur (Neu-)Belebung der Randbereiche der südlichen Innenstadt führen
- Voraussetzung: Optimierung der Eingangssituation zur Innenstadt aus Richtung Bahnhof
- Überwindung des Bruchs durch B75/Woldenhorn schwierig, Gefahr der Frequenzverlagerung

Bewertung

- Einzelhandelsansiedlung gemäß Sortimentskonzept möglich (zentrenrelevante Hauptsortimente, vorrangig großflächig, sofern Ansiedlung im Hauptzentrum nicht möglich mangels verfügbarer Flächen)
- Anbindung an die Hauptzone schaffen („Brückenfunktion“ vom Bahnhof Richtung Zentrum)
- Kompensation der Parkflächen notwendig



CIMA 2012

22

Sinnvoller Ausbau der Nahversorgung Prüfstandort Wohngebiet Erlenhof (Planung)



CIMA



Quelle: Stadt Ahrensburg



Anfrage/ Planung

Entwicklung eines Wohngebietes angrenzend an das WG Gartenholz, nördlich der Innenstadt mit Nahversorgungseinrichtungen.

Bewertungskriterien

- Lage nach Umsetzung der Planung: integrierter Standort im Wohngebiet
- gute Pkw-Erreichbarkeit durch Lage an B75

Bewertung

- Standort für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel geeignet, ggf. ergänzende kleinflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel und einzelhandelsnahe Dienstleister gemäß Sortiments- und Standortkonzept
- Verträglichkeit für ZV Innenstadt und sonstige Nahversorgungsstandorte ist im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse nachzuweisen
- Bei Realisierung der Planungen ist Fortschreibung des Zentrenkonzeptes und Ausweisung eines Nahversorgungszentrums empfohlen

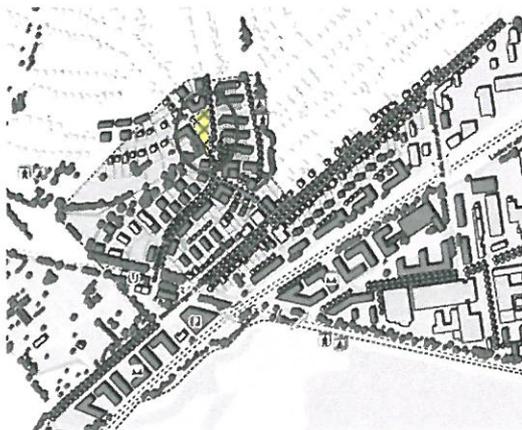
CIMA 2012

23

Sinnvoller Ausbau der Nahversorgung Prüfstandort Stadteingang West



CIMA



Quelle: Stadt Ahrensburg

Anfrage/ Planung

Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums nördlich der Hamburger Straße zur Verbesserung der Nahversorgungssituation im Stadtteil West (lt. ISEK der Stadt Ahrensburg)

Bewertungskriterien

- Lage nach Umsetzung der Planung: integrierter Standort im Wohngebiet
- gute Pkw-Erreichbarkeit durch Anbindung an B75

Bewertung

- Standort für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel geeignet, ergänzende kleinflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel und einzelhandelsnahe Dienstleister möglich im Sinne eines Nahversorgungszentrums (gemäß Sortiments- und Standortkonzept)
- Verträglichkeit für ZV Innenstadt und sonstige Nahversorgungsstandorte ist im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse nachzuweisen
- Bei Umsetzung der Planungen wird die Fortschreibung des Zentrenkonzeptes und Ausweisung eines ZV Nahversorgungszentrum empfohlen

CIMA 2012

24

Sinnvoller Ausbau der Nahversorgung

Prüfstandort Hamburger Straße



CIMA



Bewertungskriterien

- Lage: städtebaulich integriert nahe Hauptzentrum und Wohngebiet West
- Versorgungsfunktion auch für das unmittelbare Umland durch Lage an B75/Zufahrtstraße zur Innenstadt
- Standort des Edeka mit Standortnachteilen (Zufahrt, Parken, fehlende Entwicklungsmöglichkeiten), Edeka und Euronics mit Entwicklungsrückstau

Bewertung

- Standort ist für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel grundsätzlich geeignet
- Keine Ansiedlung von zentrenrelevantem EH (gem.-Sortiments- und Standortmatrix) → lediglich Bestandschutz für den ansässigen Elektroanbieter
- Prüfung empfohlen hinsichtlich Möglichkeiten der Weiterentwicklung zum Nahversorgungszentrum :
 - Umsiedlung des Edeka-Marktes an die Hamburger Straße wird empfohlen zur Stärkung des Standortes
 - Ggf. Ansiedlung einzelhandelsnaher Dienstleister (Apotheke, Bank)
 - Prüfung: Verlagerung des Elektrofachmarktes an einen innerstädtischen Standort



CIMA 2012

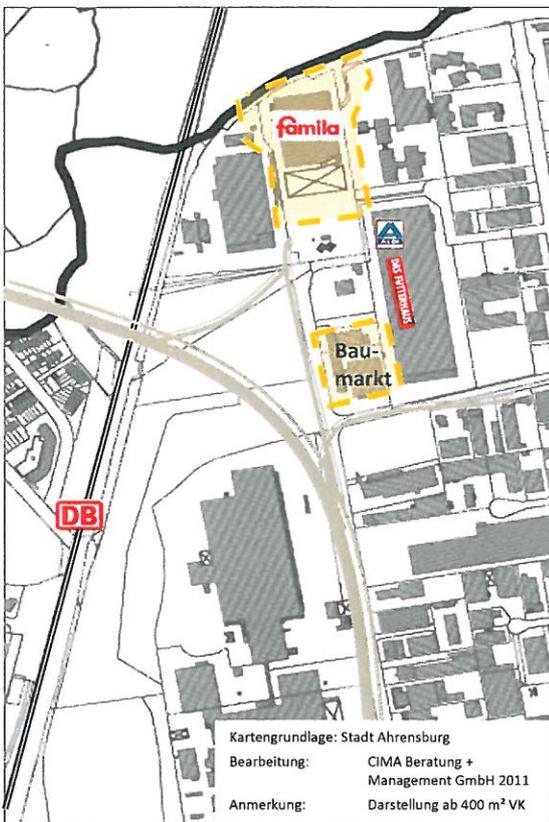
25

Entwicklung außerhalb der ZV

Prüfstandort Kornkamp Nord



CIMA



Entwicklungsszenario II - FMZ im Kornkamp Nord

– Entwicklung im Bestand –

Prämissen:

- Möglichkeit der Erschließung angrenzender Flächen
- Zeitnahe Realisierung der Optimierung der Verkehrsanbindung, Aufhebung der „Stichstraßen“-Situation (z.B. bei Realisierung der Nordtangente mit entsprechendem Streckenverlauf)

Entwicklungsempfehlungen

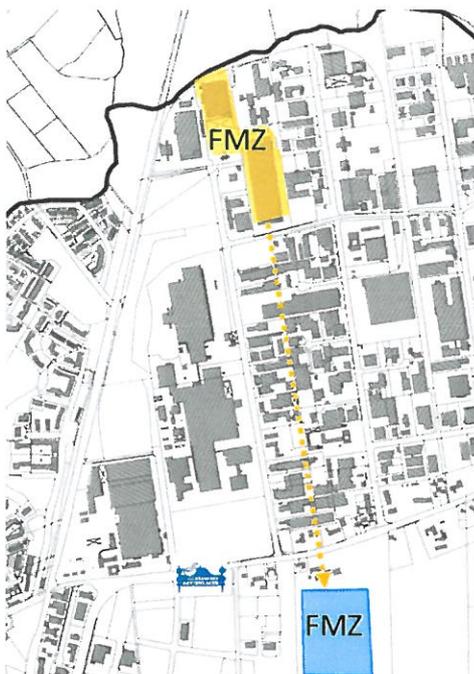
- Zeitgemäße, verträgliche Weiterentwicklung/ Verkaufsfächenerweiterung
- Verdichtung des Standortes durch Verlagerung der im Gewerbegebiet ansässigen Baumärkte

→ Sind Prämissen nicht kurz- bis mittelfristig realisierbar: Verlagerung des Fachmarktzentums und Ausschluss von Einzelhandel

CIMA 2012

26

Entwicklung außerhalb der ZV Prüfstandort KornBeimoor Süd II



Kartengrundlage: Stadt Ahrensburg
 Bearbeitung: CIMA Beratung +
 Management GmbH 2011
 Anmerkung: Darstellung ab 400 m² VK

Entwicklungsszenario I - FMZ im Beimoor Süd II

– Städtebauliches Ordnungsszenario –

Anfrage/ Planung

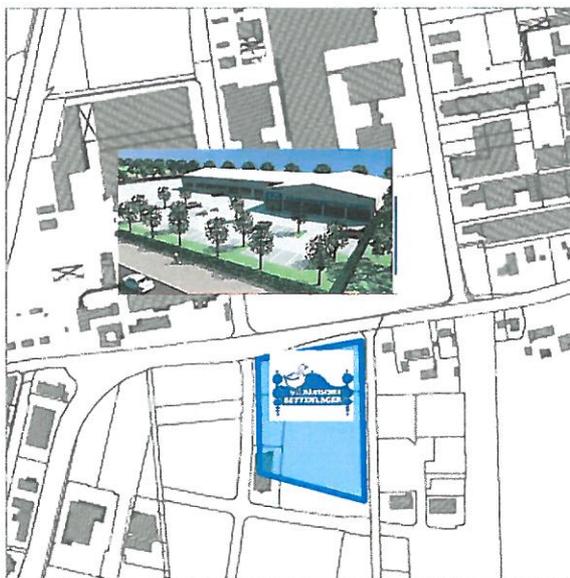
Umsiedlung & Erweiterung des FMZ, ggf. weitere Einrichtungen, wie Tankstelle, Waschstraße, Systemgastronomie, Ansiedlung weiterer Einzelhandelseinrichtungen

Bewertung

- Nicht integrierte Lage, jedoch Verlagerung eines bestehenden Fachmarktes aus einem Gewerbegebiet, so dass dort Entwicklungsflächen für Gewerbe-Ansiedlungen frei werden
- Voraussetzung: Einzelhandelsausschluss im GE Kornkamp (Nord),
- Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes und Ausweisung als neuer SO Einzelhandel anstelle des SO Kornkamp

→ **Keine Schaffung eines zusätzlichen Standortes zum heutigen SO Kornkamp, sondern Verlagerung**

Entwicklung außerhalb der ZV Prüfstandort Beimoor Süd



Kartengrundlage: Stadt Ahrensburg
 Bearbeitung: CIMA Beratung +
 Management GmbH 2011
 Anmerkung: Darstellung ab 400 m² VK

Anfrage/ Planung

- Ansiedlung eines Fachmarktzentums: Umsiedlung des Dänischen Bettenlagers aus der Hauptzone Innenstadt ins Gewerbegebiet ist bereits erfolgt, weitere Fachmärkte unterhalb der Großflächigkeit (max. 800 qm) geplant (Weitere Sortimente nicht näher bekannt)

Bewertungskriterien

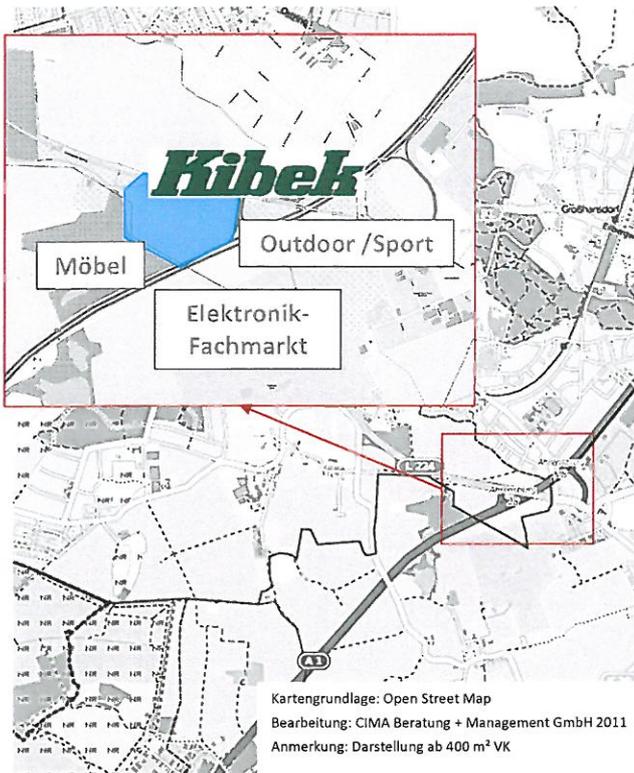
- Lage: Nicht-integrierter Standort im Gewerbegebiet
- gute Pkw-Erreichbarkeit, autokundenorientierter Standort

Bewertung

- Als sonstiger nicht integrierter Standort gemäß Sortimentskonzept einzuordnen
- Keine Neuansiedlung von zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel im Hauptsortiment gemäß Sortimentskonzept

Entwicklung außerhalb der ZV

Prüfstandort Verlängerter Ostring/ L224



* Quelle: Stadt Ahrensburg

Anfrage/ Planung

Ansiedlung eines Fachmarktzentrums: Fachmarkt (25.000 qm BGF) mit Teppichen sowie Haus- und Heimtextilien, Elektronikmarkt (4.600 qm BGF), Möbelspezialhaus (11.000 qm BGF), Sportartikel (6.000 qm BGF)

Bewertungskriterien

- Lage: Nicht-integrierter Standort im Außenbereich (§ 35 BauGB)
- gute Pkw-Erreichbarkeit direkt an der Autobahn

Bewertung

- Standort nicht für zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel im Hauptsortiment geeignet gemäß Sortimentskonzept
- Für Ansiedlung nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels ist Ausweisung als SO Einzelhandel (städtischer Planungswille) notwendig

Entwicklungskonzept Innenstadt

Chancen der Innenstadtentwicklung



Stärken *entwickeln und kommunizieren*

- Unverwechselbares Profil & Individualität des Angebotes (Inhabergeführte Strukturen, Kaufhaus Nessler, Delicatessen Boy)
- Kleinstädtische Atmosphäre /Ambiente im Bereich Rondeel mit wertigem Angebotsumfeld
- CCA spricht neue Zielgruppen an, Filialanbieter als sinnvolle Ergänzung
- Platzqualität der Großen Straße (Spielgeräte, Sitzmöblierung, Grün) – jedoch mangelnde Inszenierung (Geschichte, Bedeutung)
- Schloss als starker touristischer Magnet bislang nicht integriert (Wegeführung, Shopping Guide, Marketing)



Kartengrundlage: Stadt Ahrensburg
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2011
Anmerkung: Darstellung ab 400 m² VK

Risiken: „Stillstand ist Rückschritt“

- Erosion in den Innenstadt-Randbereichen und Frequenzverluste/Frequenzabbrüche
- Verbaute Sichtachse zwischen den zwei „Knoten“ Rondeel und Große Straße/CCA
- Mangelnde Sichtbarkeit des CCA von der Großen Straße aus
- Defizite bei Wegeführung und fehlende/nicht sichtbare Verbindung der 3 südlichen „Strahlen“ der Innenstadt (fehlende Rundläufe)
- Unzureichendes Parkleitsystem

- Bereiche mit Erosionsgefahr, Handlungsbedarf, Modernisierungs- und Entwicklungsrückstau
- Mangelnde Sicht- und Wegeverbindung, fehlender städtebaulicher Zusammenhang, Frequenz-abbruch



- **Flächenmanagement** zur gezielten Entwicklung und Vermarktung der Innenstadt-Randlagen
- **Analyse des derzeitigen Parkraumangebotes** zur Ermittlung von Schwachstellen
- Ausschöpfung des touristischen Potenzials in Verbindung mit dem Schloss, Stadtmarketing-Konzeption speziell für die Innenstadt weiterentwickeln, eigene Identität als **Innenstadtprofil** ausbauen und vermarkten
- Die **inhabergeführte Strukturen** des Innenstadthandels bewahren (Unternehmensnachfolge sichern, Existenzgründerwettbewerbe, Betriebsberatungen, kooperatives Marketing)
- **Unterstützung und Beratung der Immobilieneigentümer** problematischer Immobilien (Vermittlung von Nach- und Zwischennutzungen), Maßnahmen zur Frequenzsteigerung in Innenstadt-Randbereichen
- Optimierung von **Wegeführung und Leitsystemen** für Fußgänger und Autokunden (Die Perspektive des Orts-Unkundigen wird in der bisherigen Umsetzung unzureichend berücksichtigt)