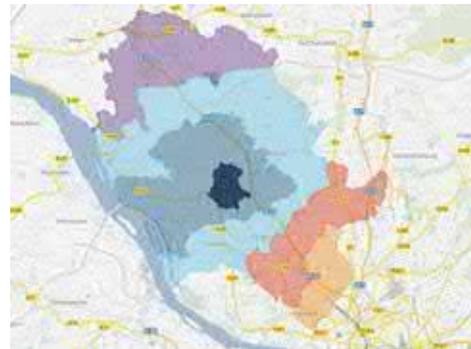


MARKT-, STANDORT- UND WIRKUNGSANALYSE

Ansiedlung Sport-Fachmarkt, FMZ Franzosenhof in 25335 Elmshorn
Aktualisierte Fassung vom 23.2.2022



Vorstand:
Ralf-Peter Koschny (Sprecher)
Thomas Voßkamp, Sven Carstensen
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

Aufsichtsrat:
Bernhard H. Hansen
(Vorsitzender)
Hartmut Bulwien
(Ehrevorsitzender)

Hauptsitz: Berlin
Rechtsform: AG
USt-ID: DE 164508347
Charlottenburg HRB 95407 B

HypoVereinsbank München
BIC: HYVEDEMMXXX
IBAN: DE13700202704410433058



bulwiengesa AG
Moorfuhrweg 13
22301 Hamburg
Tel. +49 40 42 32 22-0
Fax +49 40 42 32 22-12

erstellt für: Stadt Elmshorn - Der Bürgermeister
Amt für Stadtentwicklung
Schulstraße 15-17
25335 Elmshorn

Projekt-Nr.: P2111-8054-2

Bearbeiter: Dipl. Geograph R. Junger
Projektleiter: Dipl. Kaufmann A. Gustafsson

Hamburg, 28. Februar 2022

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite					
1		VORBEMERKUNG	1	8	WIRKUNGSANALYSE DECATHLON	41
2		MAKROSTANDORT ELMSHORN	7	8.1	Umsatzermittlung und Tragfähigkeit des geplanten Decathlon-Fachmarktes	41
3		MIKROSTANDORT UND PLANVORHABEN	11	8.2	Marktverteilung/Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet – Prognose nach Markteintritt des Vorhabens	43
3.1		Mikrostandort	11	8.3	Umsatzrekrutierung	48
3.2		Planvorhaben Decathlon	12	8.4	Umsatzumverteilung	48
4		EINZUGSGEBIET UND NACHFRAGE	16	9	SPIEGELUNG DES VORHABENS AN RAUMORDNERISCHEN VORGABEN	55
4.1		Abgrenzung des Einzugsgebietes	16	9.1	LEP 2021 SCHLESWIG-HOLSTEIN (KAP. 3.10 EINZELHANDEL)	55
4.2		Projektrelevantes Nachfragevolumen im Kernsortiment Sportbedarf	17	9.2	Einzelhandelskonzept Elmshorn 2016	59
5		WETTBEWERBSSITUATION	20	10	GESAMTERGEBNIS	62
5.1		Planungen	20	ANHANG		64
5.2		Wettbewerb im Einzugsgebiet	21			
5.3		Wettbewerb außerhalb des Einzugsgebietes	23			
5.4		Faktische Zentrenrelevanz der Teilsortimente Sport	31			
6		MARKTVERTEILUNG/KAUFKRAFTBINDUNG IM EINZUGSGEBIET – AUSGANGSLAGE	33			
7		TRAGFÄHIGKEITSANALYSE	37			

URHEBERRECHTLICHER HINWEIS

Die in diesem Gutachten vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeführten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit wird nur für selbst ermittelte und erstellte Informationen und Daten im Rahmen der üblichen Sorgfaltspflicht übernommen. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und bei der bulwiengesa AG registriert.

Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der bulwiengesa AG einzuholen.

Hamburg, der 28. Februar 2022

VERZEICHNIS DER ABKÜRZUNGEN

AV	Ausgabenvolumen	LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
ALQ	Arbeitslosenquote	MA	Marktanteil
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich	MF	Mietfläche
BA	Bauabschnitt	MI	Mischgebiet
BAB	Bundesautobahn	MIV	Motorisierter Individualverkehr
BfLR	Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (jetzt: BBR)	MZ	Mittelzentrum
BBR	Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung	NLS	Niedersächsisches Landesamt für Statistik
BGF	Bruttogeschossfläche	OG	Obergeschoss
BIP	Bruttoinlandsprodukt	ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
BHM	Bau- und Heimwerkermarkt	OTZ	Ortsteilzentrum
DIY	Do-it-yourself (Bau- und Heimwerkersortiment)	PH	Parkhaus
EFH	Einfamilienhaus	Pkw	Personenkraftwagen
EG	Erdgeschoss; auch Einheitsgemeinde bzgl. Gebietsgliederung	PP	Parkplätze/Stellplätze
EH	Einzelhandel	qm	Quadratmeter
EKZ	Einkaufszentrum	ROG	Raumordnungsgesetz
EW	Einwohner	SBWH	Selbstbedienungswarenhaus
EZG	Einzugsgebiet	SG	Samtgemeinde
FGZ	Fußgängerzone	SM	Supermarkt
FM	Fachmarkt	SO	Sondergebiet
FMA	Fachmarkttagglomeration	SVP	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte
GE	Gewerbe	UE	Unterhaltungselektronik
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg	UKZ	Umsatzkennziffer
GG	Gebrauchsgüter	VA	Verbrauchsausgaben
GPK	Glas, Porzellan, Keramik	VG	Verkehrsgemeinschaft (süddeutsch: Verwaltungsgemeinschaft)
GVZ	Güterverkehrszentrum	VKF	Verkaufsfläche
GZ	Grundzentrum	VM	Verbrauchermarkt
HAKA	Herrenoberbekleidung	VZ	Versorgungszentrum
HWS	Hauptwohnsitz	WA	Allgemeines Wohngebiet
KES	Komplexer Einzelhandelsstandort	WPR	Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
KIKA	Kinderbekleidung	WZ	Wohnnahes Zentrum
Kfz	Kraftfahrzeug	ZVB	Zentraler Versorgungsbereich
KKZ	Kaufkraftkennziffer	ZUP	Zentraler Umsteigepunkt
Konz.	Konzessionär		
LEP	Landesentwicklungsplan, Landesentwicklungsprogramm		
LK/Lkr.	Landkreis		
LM/VG	Lebensmittel/Verbrauchsgüter		

1 VORBEMERKUNG

Auftraggeber und Untersuchungsanlass

Am Standort Franzosenhof ist seit längerem seitens des Eigentümers die Umstrukturierung des Roller SB-Möbelmarktes in Planung. Anfänglich sah diese Planung eine Neubelegung des derzeit zweigeschossigen Roller-SB-Möbelmarktes mit rd. 9.000 qm Verkaufsfläche durch mehrere großflächige Einzelhandelsflächen aus den Segmenten Mode (TKMaxx), Drogerie (z. B. Fa. dm oder Müller) und Sport (z. B. Decathlon oder Stadium) vor. Diese Planungen waren hinsichtlich der zentrenrelevanten Komponenten strittig und sind nunmehr überholt.

Aktuell soll das Möbelhaus auf Bestreben des Eigentümers am Standort im Obergeschoss verbleiben, jedoch flächenreduziert und durch zwei Fachmärkte für Einrichtungsbedarf (Fa. Rusta) und Sportartikel (Fa. Decathlon) im Erdgeschoss ergänzt werden.

Während der von der Fa. Rusta betriebene Einrichtungsfachmarkt mit voraussichtlich weit überwiegend nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment weder städtebauliche Risiken auslösen, noch den Leitlinien des Elmshorner Einzelhandelskonzeptes sowie raumordnerischen Vorgaben zuwiderlaufen dürfte, steht der geplante Sport-Fachmarkt bei Planungsbeginn im Konflikt mit dem aktuellen Elmshorner Einzelhandelskonzept (EHK) 2016, denn dieses weist Breitensportliche Sortimente als „zentrenrelevant“ aus und verweist derartige Kernsortimente – soweit großflächig – in den innerstädtischen „Zentralen Versorgungsbe- reich“ (ZVB), vulgo das innerstädtische Geschäftszentrum inkl. zugeordneter Neben- und Ergänzungsflächen. Letztere sind v. a. der im Rahmenplan Innenstadt ausgewiesene und in das EHK aufgenommene innerstädtische Erweiterungsbereich Buttermarkt/Vormstegen.

Sportartikel werden in der Elmshorner Innenstadt aktuell wie auch zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes zwar nicht nennenswert angeboten, jedoch besteht durch die Beschlusslage des Einzelhandelskonzeptes eine konkrete städtebauliche Entwicklungsabsicht zur (Wieder-)Ansiedlung entsprechender Angebote in der Innenstadt. Das Einzelhandelskonzept 2016 begründet und erläutert die Einstufung des Sportsortimentes als „zentrenrelevant“ wie folgt:

„Der nachstehende Sortimentskatalog berücksichtigt für häufig ambivalent zugeordnete Sortimente insoweit, dass in Elmshorn in der Innenstadt ein Sportangebot bisher fehlt, dort jedoch prinzipiell tragfähig wäre, kundenseitig dort regelmäßig erwartet wird, sich stark auch an jugendliche und somit nicht-automobile Kunden wendet, ein recht hohes Synergiepotenzial zum Bereich Mode/Schuhe aufweist, und letztlich auch, dass Betreiber mit Absicht zu einem innerstädtischen Engagement in Elmshorn bekannt sind. Sportartikel sind mit Ausnahme reiner Special Interest-Anbieter (z. B. Reitsport, Wassersport/Yachtausrüstung/Jagdsport) somit innenstadtrelevant.“ (Quelle: EHK Elmshorn 2016, Kurzfassung Konzeptteil Seite 27)

Damit ist zunächst klargestellt, dass nicht alle Sportsortimente in Elmshorn gleichermaßen „innenstadtrelevant“ sind, sondern dieses Kernsortiment auf gängige Breiten- und Schulsportarten begrenzt ist. Marktseitig wird dieses Sportsortiment durch vollsortierte Fachmärkte z. B. von Intersport, Sport 2000, Planet Sport usw. abgebildet. In Elmshorn wird es weitestgehend durch die gegenwärtig in der Berliner Straße ansässige und zur Verlagerung in die Innenstadt vorgesehene Fa. Intersport Ramelow angeboten.

Anbieter für Special Interest-Sportarten der im EHK genannten Ausnahmen sind nicht „innenstadtrelevant“ und in Elmshorn z. B. für Reitsport außerhalb der Innenstadt durchaus verfügbar.

Der Charakter der „innenstadt“- bzw. „zentrenrelevanten“ Sportsortimente wird in der 2. Ergänzung zum Einzelhandelskonzept Elmshorn vom 26. Januar 2022 nochmals geschärft:

- „Zentrenrelevant“ sind in Elmshorn Sortimente für Breiten-, Team- und Ballsport wie Schwimmen, Racket- und Ballsportarten, Fitness, Joggen, Walking, Gymnastik, Tanzen sowie Wandern, Trekking, Bergsteigen und Wintersport (jeweils Bekleidung/Schuhe/persönliche Ausrüstung).
- „Nicht zentrenrelevant“ sind in Elmshorn Sortimente für spezifische „Special Interest“-Sportarten ohne breite Zielgruppenansprache wie z. B. Tauchen, Bootssport, Surfen, Kiten, Reiten, Golf, Präzisionssport/Bogenschießen, Kampfsport, Jagen und Angeln, Roll- und Eissport sowie besondere Sportausrüstung (sperrige, flächenbeanspruchende und üblicherweise mit dem Pkw zu transportierende Hardware¹) auch aus den Schul- und Breitensportarten; zudem Camping- und Caravanbedarf.

Fahrräder und Zubehör werden ebenfalls von einigen Sportfachmärkten, darunter auch von der Fa. Decathlon, angeboten, weisen jedoch weitgehend eigenständige Angebotsstrukturen auf und waren in Elmshorn auf Grund faktisch vorhandener Angebote in überwiegend innerstädtischen Nebenlagen zum Zeitpunkt 2016 als „zentrenrelevant“ klassifiziert. In der 1. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept vom 5.11.2020 sind „Fahrräder und Zubehör“ nach Erneuerung der Marktanalyse und auf Basis veränderter städtischer Entwicklungs-

¹ Z. B. Badepools, Fitnessgeräte und Hometrainer, Tischtennisplatten, Fußballtore, Skier, Rodelschlitzen, trekkinggeeignete Campingartikel wie z. B. Zelte, Grillgeräte usw.

ziele in Abänderung des Sortimentskataloges aus dem EHK 2016 als „nicht zentrenrelevant“ klassifiziert worden².

Die Stadt Elmshorn hält weiterhin an ihrer Absicht fest, in der Innenstadt ein Breitensportliches Angebot zur Verfügung zu stellen. Hierzu zeichnet sich aktuell eine verbindliche Planung ab, indem der zur Schließung anstehende³, innenstadtnah an der Berliner Straße gelegene und von der Fa. Ramelow betriebene Intersport-Fachmarkt in ein bereits im Bau befindliches Geschäftshaus in der A-Lage Königstraße verlagert wird. Die Eröffnung ist noch für 2022 auf rd. 800 - 1.000 qm VKF vorgesehen.

Zur Steuerung zentrenrelevanter Kernsortimente heißt es im EHK 2016 (Auszug aus den Leitlinien zur Ansiedlung/Verlagerung/Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten):

- *Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen ab 800 qm VKF nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt einschließlich des Erweiterungsbereiches Buttermarkt zugelassen werden.*
- *Die Empfehlung schützt die Innenstadt vor übermäßigem Wettbewerb in Streu- und Gewerbegebietslagen, stärkt ihre Marktposition im Elmshorner Standortgefüge und schärft die Arbeitsteilung zwischen den Standorten. Sie setzt ferner die Vorgaben des Integrationsgebotes um. (...)*
- *Während kleinere und mittlere Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in solitären Streulagen wenig innenstadtschädigend sind, sind größere Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in Streulagen als innenstadtschädigend zu bewerten.*

² Parallel sind in der 1. Ergänzung zum EHK zunächst auch Breitensportliche und schulsportliche Sortimente von „zentrenrelevant“ auf „nicht zentrenrelevant“ umklassifiziert worden. Dies wurde in der 2. Ergänzung zum EHK 2016 vom 26.1.2022 rückgängig gemacht.

³ Die dort befindlichen älteren Gewerbebauten mit mehreren kleineren Fachmärkten werden abgerissen und durch Wohnbebauung sowie Stellplatzflächen ersetzt.

gende Wirkung entfalten, können sie in bereits vorhandenen großflächigen Einzelhandelsclustern den Wettbewerbsdruck auf die Innenstadt durch fortschreitende Zentrumsbildung auf unerwünschte Weise erhöhen. Daher sollen bereits vorhandene Angebotscluster bzw. Standorte mit geeigneten Ansätzen hierzu (v. a. FMZ Franzosenhof, GE Grauer Esel entlang Hamburger Straße) nicht durch zentrenrelevanten Handel arrondiert werden können. Er soll dort – soweit noch nicht geschehen – generell, d. h. auch kleinflächig, ausgeschlossen werden.

- *Diese Empfehlung beugt unerwünschter Subzentrenbildung vor und ist planungsrechtlich bereits vollständig oder zumindest weitgehend umgesetzt.*

Das Elmshorner Einzelhandelskonzept folgt dabei den durch das raumordnerische Integrationsgebot im seinerzeitigen Landesentwicklungsplan LEP Schleswig Holstein 2010 vorgegebenen Leitplanken, welches großflächige „zentrenrelevante“ Kernsortimente grundsätzlich in zentrale Versorgungsbereiche verweist. Das Integrationsgebot wurde im LEP 2021, welches am 17.12.2021 in Kraft trat, erneuert⁴.

Großflächige Fachmärkte mit „nicht zentrenrelevanten“ Kernsortimenten sind an städtebaulich nicht ausreichend integrierten Standorten zwar durchaus ansiedelbar, jedoch sollen „zentrenrelevante“ Rand- und Nebensortimente nicht mehr als 10 % ihrer Verkaufsfläche bele-

⁴ „Die Darstellung und Festsetzung für Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von 11 Absatz 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten (...) sind nur in Zentralen Versorgungsbereichen der Standortgemeinde zulässig (Integrationsgebot).“

gen⁵. Für Mittelzentren ab 50.000 Einwohnern im Verflechtungsbereich – dies trifft auf Elmshorn mit allein rd. 48.000 Einwohnern im Stadtgebiet zu – kann gem. LEP 2021 jedoch ausnahmsweise und unter Nachweis des Beeinträchtigungsverbotes hiervon abgewichen werden.

Trotz eines für die Sportbranche durchaus atypischen, über Breitensport und Radsport hinausgehenden Artikelspektrums, ist auch das Decathlon-Sortiment in Elmshorn mit seinem breitensportlichen Anteil noch zu weiten Teilen „zentrenrelevant“ und daher nur ausnahmsweise unter o. g. Maßgabe an nicht ausreichend integrierten Standorten wie dem FMZ Franzosenhof und dem umgebenden Gewerbegebiet „Grauer Esel“ ansiedlungsfähig.

Als Entscheidungsgrundlage für Gremien und Planungsbehörden sowie als Abwägungsgrundlage für die anstehende Planänderung am Lagebereich „Franzosenhof“ soll hierzu eine projektbezogene Wirkungsanalyse erstellt werden. Diese soll die Tragfähigkeit der Decathlon-Planung im Versorgungsraum Elmshorn nebst seinem Einzugsgebiet verifizieren, seine Auswirkungen auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit Zentraler Versorgungsbereiche in Elmshorn und im umgebenden Umland sowie die Konformität mit lokalen und raumordnerischen Zielen zur Einzelhandelsentwicklung prüfen.

⁵ „Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von §11 Absatz 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche ist die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente in der Regel auf 10 Prozent der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen.

In Mittelzentren mit mehr als 50.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Verflechtungsbereich und Oberzentren darf bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von 11 Absatz 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche ausnahmsweise die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente 10 Prozent der Gesamtverkaufsfläche überschreiten, wenn der Nachweis geführt werden kann, dass keine schädlichen Auswirkungen im Sinne von Absatz 4 Z (Beeinträchtigungsverbot) zu erwarten sind (Einzelfallprüfung). Randsortimente müssen im funktionalen Zusammenhang mit dem Hauptsortiment stehen.“

Die Stadt Elmshorn beauftragte mit Datum vom 12.06.2020 die bulwiengesa AG mit der Erstellung einer derartigen Standort-, Markt- und Wirkungsanalyse für den Decathlon-Fachmarkt, welche in einer ersten Fassung am 14. August 2020 vorgelegt wurde. Diese Fassung prüfte das Vorhaben auf der Grundlage des Elmshorner EHK 2016 und den Zielen des LEP 2010.

Nachdem die Stadt Elmshorn ihr lokales Einzelhandelskonzept am 5.11.2020 (Vorlage 1. Ergänzung) und am 26.1.2022 (Vorlage 2. Ergänzung) durch die bulwiengesa AG an veränderte marktseitige sowie städtebaulichen Zielsetzungen anpassen ließ und am 17. Dezember 2021 zudem das LEP 2021 mit erneuerten raumordnerischen Zielen für großflächige Einzelhandelsvorhaben (darin Kap. 3.10) in Kraft trat, wird die Erstfassung der Auswirkungsanalyse vom 14.8.2020 zurückgezogen und durch die vorliegende aktualisierte Fassung ersetzt. Sie prüft das Decathlon-Vorhaben nunmehr auf identischer Datenbasis anhand der aktuellen raumordnerischen und städtebaulichen Vorgaben der Landesplanung und der Stadt Elmshorn.

Die ebenfalls geplante Ansiedlung der Fa. Rusta im Gebäude des Roller-Möbelhauses ist nicht Gegenstand dieser Untersuchung. Sie wäre ggf. gesondert zu untersuchen, falls dort ebenfalls der Anteil der „zentrenrelevanten“ Sortimente mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche ausmacht. Für die Decathlon-Auswirkungsanalyse selbst ist es unerheblich, ob Rusta am Standort Franzosenhof hinzutritt oder nicht. Frequenzierung und Reichweite des Standortes sind durch die dort vorhandenen leistungsstarken Fachmärkte bereits hinreichend vorgeprägt. Daher trägt Rusta für die Reichweite und Umsatzerwartung eines Decathlon-Fachmarktes nur geringfügig bei; der Effekt kann insoweit vernachlässigt werden.

Untersuchungsinhalt

Die durchgeführte Analyse folgt einschlägigen Standards, die u. a. gerichtlich an projektbezogene Wirkungsanalysen für großflächige Einzelhandelsprojekte gestellt werden⁶. Sie beinhaltet folgende wesentliche Untersuchungsinhalte:

- Kurzdarstellung wesentlicher Merkmale des Makrostandortes Elmshorn (Einwohnerzahl und -entwicklung, soziodemografische Eckdaten, Stellung in der Raumordnung, Verkehrsinfrastruktur).
- Kurzcharakteristik des Mikrostandortes FMZ Franzosenhof unter marktanalytischen, verkehrlichen und städtebaulichen Gesichtspunkten.
- Projektbeschreibung in Form einer Darstellung wesentlicher Grundzüge der Planung wie Dimensionierung, Sortimentsgliederung, Funktionalität, Kunden- und Verkehrserschließung sowie eine grundsätzliche Aussage zur Marktgängigkeit von Standort und Planung.
- Bestimmung und Abgrenzung eines vorhabenrelevanten Einzugsgebietes auf Basis einer fachlichen Einschätzung unter Heranziehung topografischer, siedlungsstruktureller und verkehrlicher Faktoren sowie der Analyse des umgebenden Wettbewerbsnetzes.

⁶ U. a. BVerwG (A 64.07 vom 12.08.2009), aufgenommen vom OVG Rheinland-Pfalz (C 10758 vom 17.04.2013). Von einer gutachterlichen Untersuchung könne verlangt werden, dass sie mit den zurzeit ihrer Erstellung verfügbaren Erkenntnismitteln unter Beachtung der dafür erheblichen Umstände sachgerecht und damit methodisch fachgerecht entwickelt worden ist. Insoweit beschränke sich die gerichtliche Kontrolle der Untersuchung darauf, ob eine geeignete fachspezifische Methode gewählt wurde, ob die Prognose nicht auf unrealistischen Annahmen beruhe und ob das Prognoseergebnis einleuchtend begründet worden sei.

- Berechnung der ladenhandelsrelevanten Nachfragevolumina im Einzugsgebiet für das projektrelevante Sortiment 'Sportbedarf' unterteilt in Breitensport, Sportsport und Fahrrad+Zubehör. Die Ermittlung des Nachfragevolumens erfolgt durch Gewichtung bundesdurchschnittlicher Pro-Kopf-Ausgaben für diese Warengruppe durch den lokalen Kaufkraftindex und, weil die Ausgaben für unterschiedliche Konsumgüter nicht linear sondern mit unterschiedlicher Elastizität auf Veränderungen des Einkommensniveaus reagieren, zusätzlich durch einen Elastizitätskoeffizienten⁷.
- Vollerhebung und Leistungsbewertung (Umsatzschätzung) des vorhandenen Einzelhandels im untersuchungsrelevanten Sortiment Sportbedarf im Einzugsgebiet sowie in relevanten Lagebereichen im Umfeld, gegliedert nach Lagebereichen. Soweit verfügbar werden reale Umsätze herangezogen, ansonsten erfolgt die Umsatzbewertung des Wettbewerbsnetzes durch die Gewichtung der erhobenen Verkaufsflächen mit betreiber-, betriebstypen- und branchenspezifischen Flächenproduktivitäten, gewichtet um Lage- und Objektmerkmale. Die Erhebung wurde im Sommer 2020 durchgeführt. Dabei berücksichtigen wir im Sinne größtmöglicher Aktualität auch wettbewerbsrelevante Einzelhandelsplanungen, soweit diese baurechtlich bereits hinreichend abgesichert sind und Betreiber/Betriebstyp bekannt sind; die Planung mithin operationalisierbar ist. Dies betrifft in erster Linie den bei Erstellung der Erstfassung geplanten und mittlerweile im Bau befindlichen Intersport-Fachmarkt in der Königstraße, dessen Markteintritt wir vorwegnehmend unterstellen. Der Interimsmarkt in der Berliner Straße ist ohnehin nicht von Bestand. Sortiments- und Konzeptvorgaben zu den Planungen Decathlon im FMZ Franzosenhof und Inter-

sport in der Königstraße wurden uns von den Vorhabenträgern und Betreibern übermittelt bzw. über die Stadt Elmshorn zur Verfügung gestellt.

- Ableitung von Ziel-Kaufkraftbindungsquoten im Rahmen einer Tragfähigkeitsanalyse unter Berücksichtigung des regionalen Wettbewerbsrahmens.
- Ermittlung der Kaufkraftbindung im Kernsortiment Sportbedarf im projektrelevanten Einzugsgebiet im Rahmen einer plausiblen Kaufkraftstrom-Modellrechnung. Die aus einem klassischen Gravitationsmodell von Prof. Bruno Tietz abgeleitete und von der bulwiengesa AG weiterentwickelte Kaufkraftstrom-Modellrechnung führt Nachfrage- und Umsatzberechnung sowie – sofern verfügbar – auch empirische Befunde zum Einkaufsverhalten und zur Besucherherkunft an einschlägigen Standorten zu einer schlüssigen Modellrechnung zusammen, in der die Umsatzherkunft des Einzelhandels im Untersuchungsraum sowie die Verteilung der Nachfrage der Einwohner im Einzugsgebiet auf die verfügbaren Einkaufsalternativen erklärt werden. Steuerungsparameter ist der Nachfrageanteil (=Kaufkraftbindung), den ein Standort auf sich vereinigen kann. Die im Einzugsgebiet ansässigen Haushalte haben stets die Wahl zwischen mehreren, in großstädtischem Zusammenhang auch zwischen einer Vielzahl von Einkaufsalternativen. Determinanten der Einkaufsstättenwahl sind dabei regelmäßig Distanz, Erreichbarkeit/Verkehrerschließung/Anfahraufwand, Angebotsattraktivität, Angebotsgenre, Marktauftritt, Funktionalität, relative Attraktivität zum Wettbewerb.

Die Modellrechnung erklärt – zunächst für die Ausgangslage vor Markteintritt des Planvorhabens – für jede Marktzone des Ein-

⁷ Der Elastizitätskoeffizient wird von bulwiengesa regelmäßig berechnet, indem das Ausgabeverhalten privater Haushalte im Rahmen der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe des Statistischen Bundesamtes (EVS) nach Einkommensklassen ausgewertet wird.

zugsgebietes schlüssig die Verteilung der ansässigen Nachfrage auf die verfügbaren Einkaufsalternativen und vice versa deren Umsatzhöhe und seine räumliche Zusammensetzung. Anschließend wird der Markteintritt des Untersuchungsvorhabens in das Ausgangsszenario simuliert und ausgewertet.

- Abschließend erfolgt eine Projektbewertung unter marktanalytischen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten sowie eine Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Wirkungen auf benachbarte zentrale Standorte.

Interpretiert und bewertet werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Erfahrungen der bulwiengesa AG in ihrer deutschland- und europaweiten Forschungs- und Beratungstätigkeit.

Die Aussagen, Berechnungen und Einschätzungen beruhen auf folgenden Ressourcen:

- Vor-Ort-Recherchen mit Begehung des Standortes
- Erhebung und Umsatzbewertung des Einzelhandels im Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes in den untersuchungsrelevanten Sortimenten
- Auswertung relevanter Statistiken, zugänglicher Unterlagen und Materialien sowie handelspezifischer Kenndaten
- Angaben und Projektunterlagen des Auftraggebers, ferner sind mit den Fa. Sachau, Ramelow und Decathlon vertiefende Gespräche zu den jeweiligen Vorhaben geführt worden.
- Angaben und Fachkonzepte zu städtebaulichen Planungen der Stadt Elmshorn
- Marktanalysen der bulwiengesa AG im Untersuchungsraum aus zurückliegenden Jahren (u. a. Einzelhandelskonzept der Stadt Elmshorn 2016).

Die Untersuchung wurde im dritten Quartal 2020 durchgeführt und im Februar 2022 mit ansonsten unverändert übernommener Datenbasis an das ergänzte Einzelhandelskonzept der Stadt Elmshorn sowie an den veränderten landesplanerischen Zielrahmen des LEP 2021 angepasst.

2 MAKROSTANDORT ELMSHORN

Raum- und Siedlungsstruktur, zentralörtliche Funktion

Die dem Kreis Pinneberg angehörige Stadt Elmshorn ist mit derzeit knapp 50.000 Einwohnern sechstgrößte Stadt in Schleswig-Holstein und liegt ca. 35 km nordwestlich der Hansestadt Hamburg. Topografisch ist die Lage Elmshorns durch den Übergang vom flachen und fruchtbaren Marschland des Elburstromtals zum schleswig-holsteinischen Geestland geprägt.

Verkehrlich ist Elmshorn durch folgende Hauptachsen geprägt:

- B 5 Hamburg – Elmshorn – Itzehoe – Brunsbüttel – Heide – Dänemark
führend auf die
- BAB 23 Hamburg – Heide bzw. zwischen Hamburg und Itzehoe
sowie im Schienenverkehr die
- „Marschbahn“ Hamburg-(Altona) – Elmshorn – Heide – Niebüll, die sich in Elmshorn von der Hauptstrecke Hamburg – Neumünster – Flensburg/Kiel trennt

Während die neuzeitlich trassierte BAB 23 nordöstlich an Elmshorn vorbeiführt, bilden die unmittelbar den Stadtkern berührende Bahntrasse nebst der nördlich anschließenden Streckengabelung zur Westküste und nach Neumünster bis heute markante Zäsuren im Stadtgebiet.

Eine Reihe benachbarter Umlandgemeinden sind siedlungsstrukturell mit Elmshorn verbunden. Da sie nur über sehr begrenzte eigene Nahversorgungsstrukturen verfügen, resultiert daraus eine starke Orientierung auf Elmshorn als übergeordneten Versorgungsstandort. Diese Situation begründet einerseits die relativ hohe Einzelhandelszentralität in Elmshorn, andererseits eine höhere Tragfähigkeit für nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen.

Übergeordnetes Zentrum für den Kreis Pinneberg und somit auch Elmshorn nebst Einzugsgebiet überstrahlend ist die Freie und Hansestadt Hamburg. Konkurrierende und ebenfalls auf der Achse der BAB 23 situierte Mittelzentren sind Itzehoe und Pinneberg.

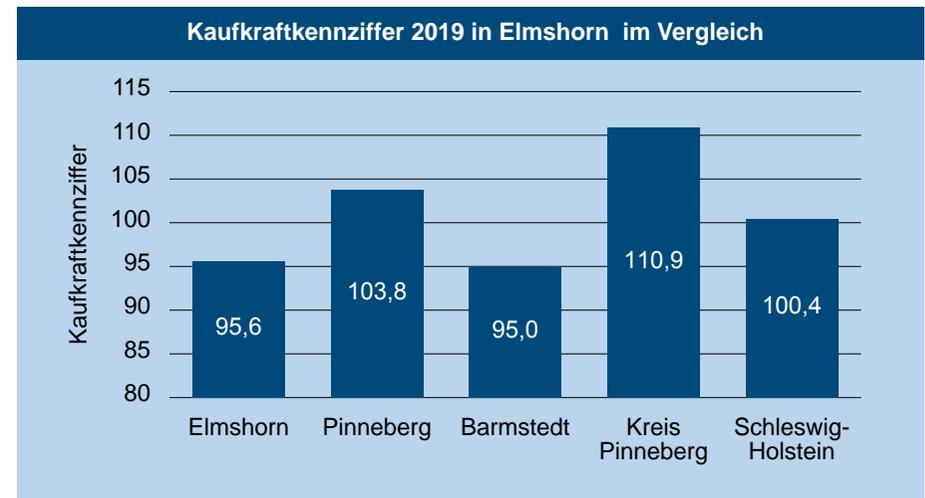
Zentrale Orte im Umfeld des Mittelzentrums Elmshorn		
Zentren	Zentralörtliche Funktion	Entfernung*
Hamburg	Oberzentrum	35 km
Pinneberg	Mittelzentrum	15 km
Itzehoe	Mittelzentrum	22 km
Uetersen	Unterzentrum	7 km
Barmstedt	Unterzentrum	8 km
Glückstadt	Unterzentrum	18 km
Horst	Ländlicher Zentralort	7 km
Tornesch	Stadtrandkern 2. Ordnung	11 km

*Straßenkilometer (ca.) von Stadtzentrum zu Stadtzentrum

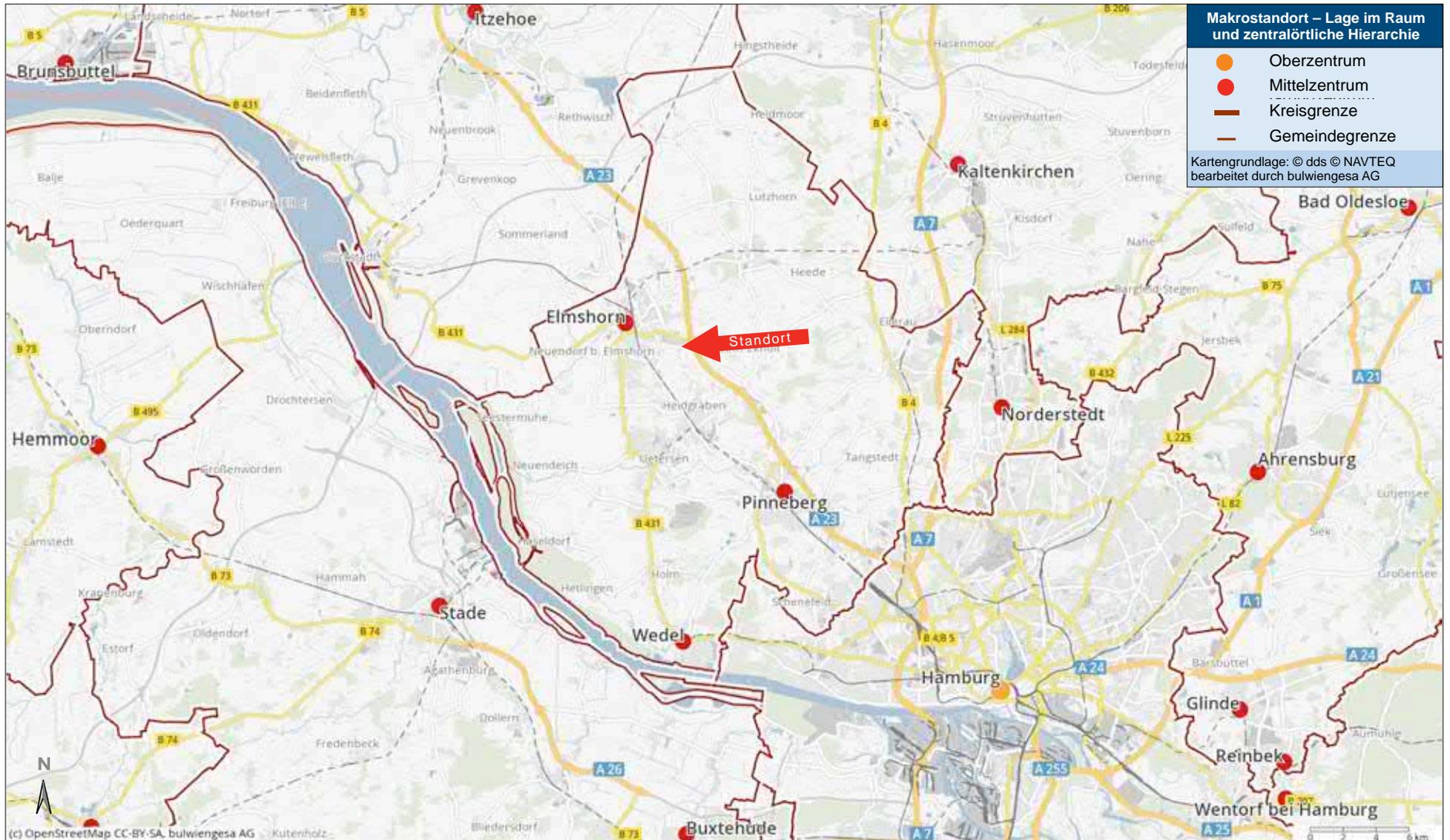
In einem Umkreis von ca. 10 km befinden sich die Unterzentren Barmstedt im Osten, Uetersen im Süden sowie nördlich benachbart der ländliche Zentralort Horst und südöstlich die Stadt Tornesch als Stadtrandkern 2. Ordnung.

Der zugeordnete raumordnerische Mittelbereich umfasst zusätzlich zu knapp 48.000 Elmshornern weitere rund 82.000 Einwohner. Er ist nicht gleichzusetzen mit dem tatsächlich generierten einzelhandelsrelevanten Einzugsgebiet Elmshorns. Dies liegt im Wesentlichen darin begründet, dass Landgemeinden raumordnerisch stets nur einem übergeordneten Zentralort zugeordnet sind, Einzugsgebiete konkurrierender Zentralorte sich dagegen im Regelfall überlappen. Vor allem Gemeinden mit größerer Distanz zum nächstgelegenen Zentralort befinden sich daher häufig im Einzugsbereich mehrerer Zentralorte.

Mit ca. 95,6 Punkten rangiert die Kaufkraft in Elmshorn unterhalb des Niveaus des Landkreises Pinneberg sowie des Bundeslandes Schleswig-Holstein.



Quelle: It. MB-Research, Nürnberg, Durchschnitt BRD = 100



Einwohnerentwicklung

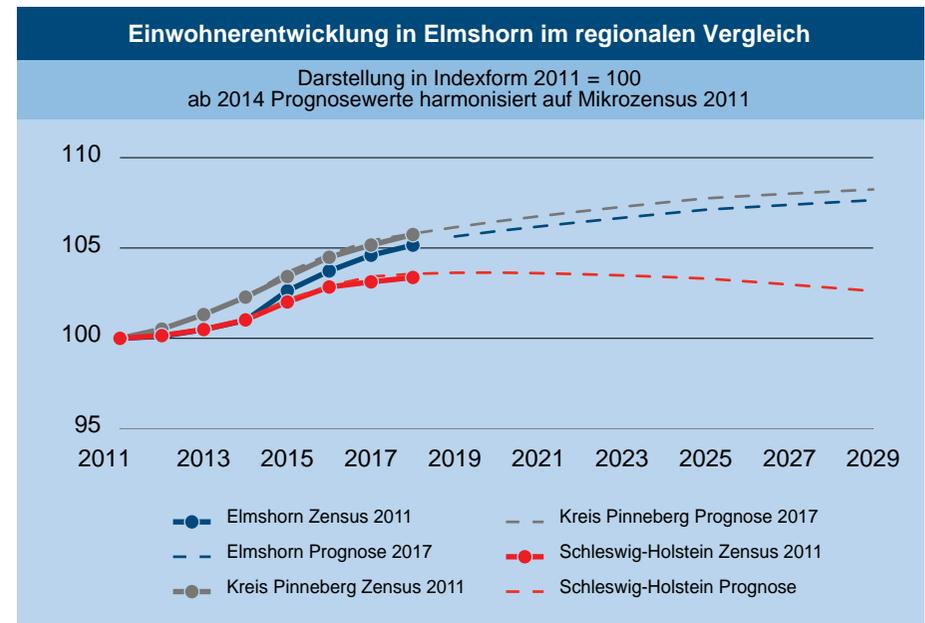
Die Stadt Elmshorn weist zum Stand 31.12.2018 einen Einwohnerstand von 49.883 Personen auf. Damit hat sich die Zahl seit der Umstellung auf den Zensus seit 2011 um rund 2.450 Einwohner bzw. 5,2 % erhöht.

Der Landkreis Pinneberg weist im gleichen Zeitraum geringfügig stärkere Zuwächse von ca. 5,7 % bei einer Einwohnerzahl von 314.391 Einwohnern aus.

Bevölkerungsprognose

Die aktuelle Einwohnerprognose⁸ für den Landkreis Pinneberg bis zum Jahr 2030 ermittelt einen weiteren Zuwachs von ca. 1.170 Einwohnern bis zum Jahr 2030 bzw. ca. 2,3 % für die Stadt Elmshorn (+0,2 % p. a.). Der Landkreis Pinneberg soll demnach um ca. 2,4 % bzw. 7.600 Einwohner auf ca. 322.145 Einwohner wachsen.

Die Prognose für das gesamte Land Schleswig-Holstein dagegen weist einen erwarteten Bevölkerungsverlust aus (-32.000 Einwohner bzw. -1,1 %).



Quelle: Statistikamt Nord, SuK Pinneberg
 Bevölkerungsprognose S-H auf Basis 12. koordinierte Bevölkerungsvorausschau des Bundes und der Länder, ansonsten 1. Fortschreibung der kleinräumigen Bevölkerungs- und Haushaltsprognose für den Kreis Pinneberg bis zum Jahr 2030, Gertz, Gutsche Rümenapp + Partner 12/2017

⁸ 1. Fortschreibung der kleinräumigen Bevölkerungs- und Haushaltsprognose für den Kreis Pinneberg bis zum Jahr 2030, Gertz, Gutsche Rümenapp + Partner 12/2017

3 MIKROSTANDORT UND PLANVORHABEN

3.1 Mikrostandort

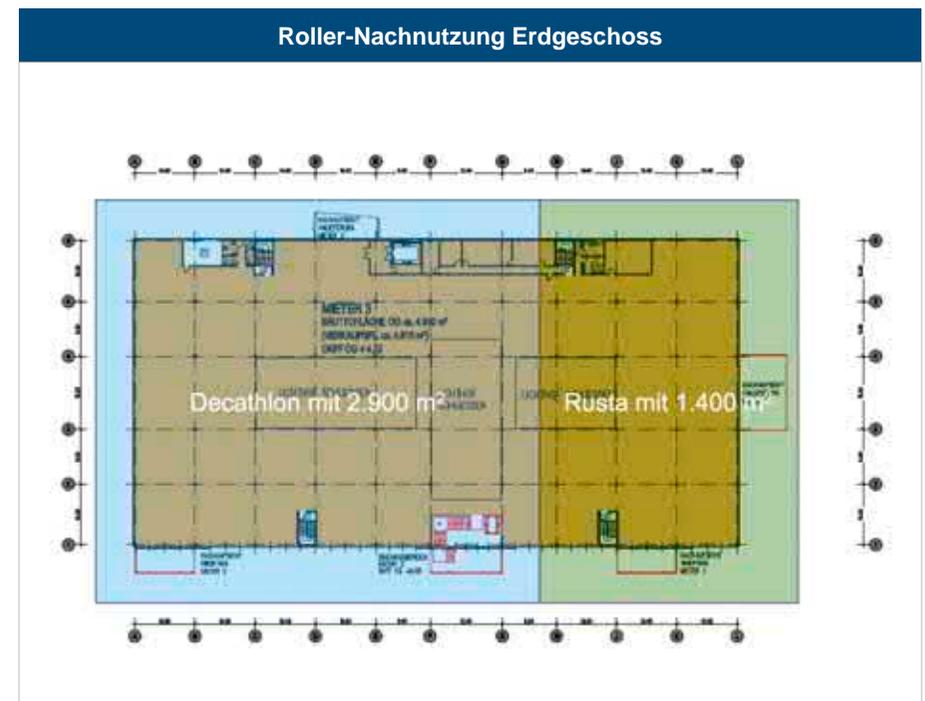
Lage und siedlungsstrukturelle Einbindung

Der Projektstandort des Fachmarktzentums (FMZ) Franzosenhof am Ramskamp liegt siedlungsstrukturell nicht integriert am äußeren östlichen Stadtrand von Elmshorn in unmittelbarer Nähe zur Anschlussstelle Elmshorn der BAB 23 und gewährleistet die Anbindung der rd. 2 km langgestreckten Gewerbegebiets- und Fachmarktlage „Grauer Esel“ entlang des Hauptverkehrsträgers Hamburger Straße. Dieser Lagebereich einschließlich des sich östlich anschließenden Fachmarktzentums Franzosenhof stellt eine klassische Fachmarkttagglomeration dar. Das FMZ Franzosenhof befindet sich in rd. 4,5 km Entfernung zur Elmshorner Innenstadt, je nach Verkehrslage entsprechend einer Pkw-Fahrdistanz von etwa 10 - 15 Minuten. Eine wesentliche Siedlungseinbettung ist insbesondere für das Fachmarktzentrum Franzosenhof nicht gegeben.

Umfeldnutzungen

Das nähere Projektumfeld ist vornehmlich durch Einzelhandelsnutzungen geprägt. Das Fachmarktzentrum Franzosenhof besteht im Wesentlichen aus den in Einzelobjekten agierenden Anbieter Teppichhaus Kibek, Obi-Baumarkt, Media Markt-Elektrofachmarkt sowie ein erst kürzlich umgebautes ehemaliges Marktkauf-SB-Warenhaus. Letzteres wird nunmehr durch ein E-Center und einen Aldi-Discounter genutzt. Neben diesen Fachmärkten im Fachmarktzentrum Franzosenhof sind im weiteren Verlauf der Straße Ramskamp Anbieter wie Elektrofachmarkt Expert Bening, Baumarkt BauXpert Glismann, der Küchen-Fachmarkt KüchenTreff vertreten.

Dem Fachmarktzentrum straßenseitig gegenüberliegend befindet sich die Autobahn- und Straßenmeisterei. Nördlich der Wittenberger Straße sind ein Hotel, Polizeistation, Aral Tankstelle, diverse Logistik-/Fulfillmentzentren sowie weitere gewerbliche Betriebe im Nordwestquadranten der Autobahnauffahrt ansässig. Östlich der Autobahn in Richtung der Nachbargemeinde Seet-Ekholz befindet sich ein landwirtschaftlicher Betrieb.



Quelle: Teppich Kibek GmbH

Verkehrs-/ÖPNV-Anbindung

Wesentliche Verkehrsachse ist die B 431/Wittenberger bzw. Hamburger Straße, welche die Haupteinfallachse nach Elmshorn darstellt und von der Autobahnauffahrt die direkte Verknüpfung zur Elmshorner Innenstadt darstellt. Durch die unmittelbar vorbeiführende Trasse der BAB 23 ist der Standort aus den Städten Itzehoe sowie Pinneberg in rd. 20 Minuten erreichbar. Unter günstigen Verkehrsbedingungen gelingt eine Fahrt vom Fachmarktzentrum Franzosenhof bis zum Buttermarkt in Innenstadtnähe in rd. 10 Minuten zur HVZ eher 15 Minuten. Eine unmittelbare ÖPNV-Anbindung ist am Vorhabenstandort über die Bushaltestelle „Elmshorn, Kibek“ der Linien 6501 und 6502 sowie einen Regionalbus gegeben.

Werbesichtanbindung

Die Lage des Projektstandortes am Ramskamp gewährleistet prinzipiell eine gute Werbesichtanbindung.

3.2 Planvorhaben Decathlon

Der Eigentümer des Fachmarktzentriums Franzosenhof plant die Umstrukturierung des durch zwei Vollgeschosse geprägten Teilobjektes „Roller“. Der Roller Möbel-Fachmarkt soll in der Fläche reduziert und auf der Obergeschossebene verbleiben. Die freigezogene Erdgeschossfläche soll durch die Fachmärkte Decathlon und Rusta nachgenutzt werden. Die avisierten Verkaufsfläche liegen bei rd. 4.800 qm für Roller, 2.900 qm Verkaufsfläche für Decathlon und rd. 1.400 qm für Rusta.

Flächenübersicht Planvorhaben				
	IST	Planung		Δ
	VKF in qm	VKF/NF in qm	in %	VKF in qm
Roller	9.100	4.800	53 %	-4.300
Decathlon		2.900	32 %	2.900
Rusta		1.400	15 %	1.400
Gesamt	9.100	9.100	100 %	0

Quelle: Teppich Kibek GmbH

Der Eingangsbereich für Roller verbleibt mittig am Gebäude, während die Zutritte für Decathlon und Rusta neu gestaltet werden. Decathlons ebenerdiger Eingangsbereich ist an der östlichen Gebäudeecke zu dem benachbarten Media Markt vorgesehen, während Rusta die äußerst westliche Gebäudeecke als Zutritt nutzen soll.

Der großräumige Stellplatzbereich des Fachmarktzentriums weist keine Einschränkungen hinsichtlich Übersichtlichkeit und Angebot auf und zielt damit insbesondere auf Pkw-Kunden.

Betreiberkonzept Sportfachmarkt Decathlon

Decathlon kann als Vollsortimentsanbieter im Sportsegment bezeichnet werden. Er deckt eine Vielzahl an Einzelsportsortimenten ab und konzentriert sich nicht auf Einzelsortimente wie z. Bsp. ein Golf-Fachmarkt. Decathlon ist gekennzeichnet durch ein:

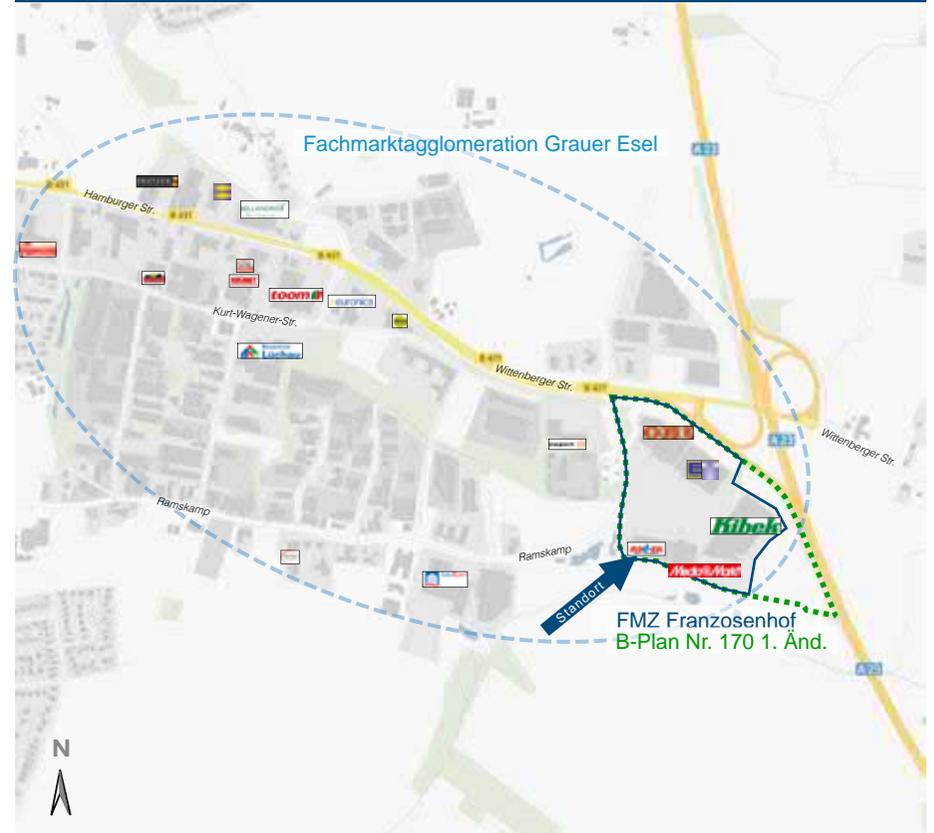
- Breites Sportangebot diverser Sportarten (Radsport, Wassersport inkl. Kanu/Boote/Zubehör), Bergsport, Camping, Fitness, Jagd, Angeln, Racketsport, Teamsport, Ski/Snowboard, Roll-/Eissport, Schwimmen, Walking, Präzisionssport/Bogenschießen, Reiten, Golf).

Stadt Elmshorn – Einzelhandelslagen gem. „Einzelhandelskonzept 2016“



Quelle: © OpenStreetMap CC-BY-SA, bearbeitet durch bulwiengesa AG

Mikrostandort FMZ Franzosenhof / FMA Grauer Esel



Quelle: © OpenStreetMap CC-BY-SA, bearbeitet durch bulwiengesa AG

Fachmarktzentrum Franzosenhof:



Roller-Möbelfachmarkt



Media Markt-Elektrofachmarkt



E-Center nebst Aldi



Teppich-Kibek



Obi-Baumarkt



Verbundstandort Roller/Media Markt

Fotos: bulwiengesa AG

- Hoher Eigenmarkenanteil und unterscheidet sich damit deutlich vom klassischen Fachhandel und anderen Sportfachmärkten mit starker Konzentration auf Markenartikel bekannter Hersteller wie Adidas, Puma, Nike und deren Angebot bzw. Submarken vom Preiseinstiegsbereich bis zu den teureren Varianten.
- Hohe Verkaufsflächenanteile von großvolumigen Sportgeräten wie Fußballtore, Tischtennisplatten, Bogenzielscheiben, Fahrräder, Basketballkörbe und Trampoline. Diese Güter sind im klassischen Fachhandel nur noch in spezialisierten Fachhandelsgeschäften in Metropolen zu finden bzw. konzentrieren sich auf den Onlinehandel. Insoweit schließt Decathlon eine Angebotslücke.
- Breite Gänge und Freiflächen in den Fachmärkten dienen dem Testen der angebotenen Sportartikel wie Fahrräder, Inlineskates, Fußbälle und Zelte.
- Decathlon verwendet eine funktionale Warenpräsentation in Hochregalen und weist insoweit im Gegensatz zum klassischen Fachhandel ein typisches kostengünstiges Fachmarktambiente auf, welcher durch hochwertigen Ladenbau und Inszenierung in der Warenpräsentation gekennzeichnet ist.
- Das Decathlon-Konzept zielt aufgrund des hohen Eigenmarkenanteils und des vergleichsweise niedrigen Preisgenres auf eine preisbewusste Kundschaft ab und ist gegenüber Wettbewerbern mit Schwerpunkt auf breitensportliche Sporteinzelassortimente und Hochpreis-/Inszenierungsstrategie damit synergetischer als gleichartige Konkurrenten aufgestellt.

Für den geplanten Decathlon-Fachmarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.900 qm gehen wir nach Betreiberangaben von nachstehender Aufteilung hinsichtlich der Sortimente aus. Etwa 900 von 2.900 qm und somit rund 31 % der VKF würden voraussichtlich mit gegenwärtig in Elmshorn „zentrenrelevanten“ Sortimenten belegt. Ein „nicht zentrenrelevantes“ Kernsortiment, welches mit max. 10 % „zentrenrelevanter Randsortimente arrondiert würde, ist für Decathlon nicht darstellbar. Insoweit ist die Inanspruchnahme der Ausnahmeregelung zum Integrationsgebot in Städten ab 50.000 Einwohnern im Verflechtungsbereich erforderlich, welche ausnahmsweise einen höheren Randsortimentsanteil zulässt. Der geforderte funktionale Zusammenhang zum übrigen Kernsortiment ist hier unstrittig gegeben.

Flächenübersicht Planvorhaben Decathlon			
Breiten-/Team-/Ballsporthauptsortimente zentrenrelevant	Spezialsport/Camping nicht zentrenrelevant	Fahrrad+Zubehör nicht zentrenrelevant	GESAMT
900 qm	1.500 qm	500 qm	2.900 qm
Einzelassortimente			
Laufen/Joggen/Triathlon	Wassersport (Kanu, Boote, Zubehör)	Fahrrad+Zubehör	
Bergsport/Klettern/Wintersport/Outdoor-Bekleidung/Schuhe	Bergsport/Klettern/Wintersport/Outdoor Ausrüstung		
Racketsport (u. a. Tennis, Squash, Badminton)	Camping-/Caravanbedarf		
Teamsport (u. a. Fuß-, Hand-, Volley, Basketball)	Präzisionssport (u. a. Bogenschießen)		
Schwimmen	Roll-/Eissport		
Wintersport	Reiten		
Walking	Golf		
Fitness	Jagdsport		
	Angeln		

Quelle: Decathlon/bulwiengesa AG, typisierter Decathlon Fachmarkt der geplanten Größe

4 EINZUGSGEBIET UND NACHFRAGE

4.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes

Das vorhabenbezogene Einzugsgebiet (EZG) wird marktanalytisch unter Berücksichtigung der siedlungsstrukturellen Situation, der Lage des Vorhabens im Raum, bezüglich verkehrlicher und topografischer Kriterien sowie hinsichtlich der Wettbewerbssituation des Einzelhandels im näheren und weiteren Umfeld abgegrenzt.

Wesentliche Kriterien für die Ausdehnung und Gliederung des Einzugsgebietes sind die stark frequentierte Verkehrsachse der BAB 23 sowie die Barrierewirkungen der Stör im Norden sowie der Elbe im Westen. Im Osten begrenzen die großräumig ausstrahlenden Einzelhandelsstandorte in Kaltenkirchen, Henstedt-Ulzburg und Norderstedt und im Süden das Angebot in Hamburg das Einzugsgebiet.

Mit der repräsentativen Kundenherkunftsbefragung im März 2016 im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2016 in der Innenstadt von Elmshorn besteht eine empirische Basis, zur Abgrenzung und Gliederung eines innerstädtischen Einzugsgebietes. Die Struktur des Einzugsgebietes berücksichtigt daher einerseits das spezifische Einzugsgebiet der Innenstadt von Elmshorn als auch das darüber hinausstrahlende Einzugsgebiet des Fachmarktzentrums Franzosenhof bzw. der Fachmarkttagglomeration Grauer Esel. Innerstädtisches Einzugsgebiet und das Einzugsgebiet des FMZ Franzosenhof werden als Synthese zusammengefasst. Insoweit sind die betriebsspezifischen Einzugsgebiete sowohl für den Decathlon-Fachmarkt als auch innerstädtische Betriebe gut nachvollziehbar.

Das abgegrenzte Decathlon-Einzugsgebiet umfasst in toto 341.308 Einwohner mit Hauptwohnsitz⁹; es wurde in 6 Zonen mit unterschiedlicher, in sich etwa homogener Einkaufsorientierung auf den Projektstandort FMZ Franzosenhof gegliedert. Die äußeren Zonen 4a-4c werden dabei nur durch Decathlon erreicht.

Das Einzugsgebiet der Innenstadt Elmshorn ist entsprechend dem Einzelhandelskonzept 2016 dreigeteilt und schließt neben dem Stadtgebiet Elmshorn (Zone 1, 49.883 Einw., Stand 31.12.2018) das direkt angrenzende Nah-Einzugsgebiet (26.589 Einw., Zone 2) sowie das Rand-Einzugsgebiet (78.641 Einw., Zone 3) als jeweils konzentrische Zonen bzw. Ringe ein. Seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes in 2016 hat sich die Einwohnerzahl des Innenstadt-Einzugsgebietes (Zonen 1-3) um rd. 2.000 Einwohner reduziert (-1,2 %). Der Einwohnerrückgang wurde in der äußeren Zone 3 verzeichnet, die Zonen 1+2 konnten dagegen bei einer höheren Einkaufsorientierung auf die Stadt Elmshorn einen Einwohnerzuwachs von +3,5 % bzw. +2.600 Einwohner registrieren.

Das trizonale innerstädtische Einzugsgebiet mit den Marktzone 1-3 ist weitgehend deckungsgleich mit dem raumordnerischen Verflechtungsbereich (Nah- und Mittelbereich) des Mittelzentrums Elmshorn. Lediglich Glückstadt, welches in der Marktzone 3 des Einzugsgebietes gelegen ist, wird raumordnerisch dem Mittelbereich Itzehoe zugeordnet.

Das verkehrsgünstig an der BAB-Auffahrt gelegene Fachmarktzentrum Franzosenhof kann darüber hinaus entferntere Gebiete ansprechen. Diese befinden sich entlang der BAB 23 nördlich und südlich an das Einzugsgebiet der Innenstadt Elmshorn anschließend. Im Norden stellt der Raum Itzehoe (Zone 4a) mit rd. 77.357 Einwohnern ein bedeutendes Einwohnerpotenzial dar. Im Süden umfasst die Zone

⁹ Datengrundlage: Statistikamt Nord, Stichtag 31.12.2018

4b die u. a. Städte wie Pinneberg und Quickborn. Das Projekt kann die äußerste südöstliche Einzugsgebietszone 4c Raum Pinneberg/Schenefeld geringfügig noch als Streuzone ansprechen, so lange eine Decathlon-Filialexpansion im westlichen Hamburger Stadtgebiet nicht realisiert wird. Mit dieser Filialeröffnung würde sich dieser Streubereich nahezu ausschließlich auf das Kern-Einzugsgebiet des Decathlon-Marktes in Hamburg-West orientieren. In der hier vorliegende Analyse kann somit eine zukünftige Decathlon-Ansiedlung im Hamburger Westen direkt nachvollzogen werden. Für die Zone 4b ist eine geringere Einkaufsorientierung auf den Standort Franzosenhof zu erwarten als für die Zone 4c. Die Zone 4b mit den Städten Pinneberg und Quickborn erreicht den Standort Franzosenhof in einer noch tolerierbaren Zeitdistanz, wobei auf diesen Raum alternative Wettbewerbsstandorte einwirken (z. B. Innenstädte bzw. Sonderlagen in Kaltengirchen, Henstedt-Ulzburg, Norderstedt und Fachmarktlagen in Hamburg). Die Einwohner der Zone 4c sind stark auf den Hamburger Raum orientiert, die Stadt Schenefeld und die Gemeinde Halstenbek ist siedlungsstrukturell sogar stark mit dem Hamburger Siedlungsgebiet verflochten mit direkten leistungsstarken Verkehrsverbindungen tief in den Hamburger Stadtraum hinein. Insoweit fällt die Einkaufsorientierung auf den Standort Franzosenhof ausgehend von der Zone 1 bis zur Zone 4c in Richtung Hamburg sukzessive ab.

4.2 Projektrelevantes Nachfragevolumen im Kernsortiment Sportbedarf

Unter Beachtung des gebietsspezifischen Kaufkraftniveaus ermittelt sich für das vorhabenbezogene Sportsortiment ein jährliches ladenhandelsrelevantes Nachfragevolumen von ca. 76,5 Mio. Euro. Ausgaben im Distanz- und Onlinehandel sind im Sinne eines Worst Case-Ansatzes aus den Pro-Kopf-Ausgabensätzen bereits herausgerech-

net. Das Nachfragevolumen steht insoweit dem Ladenhandel zur Verfügung.

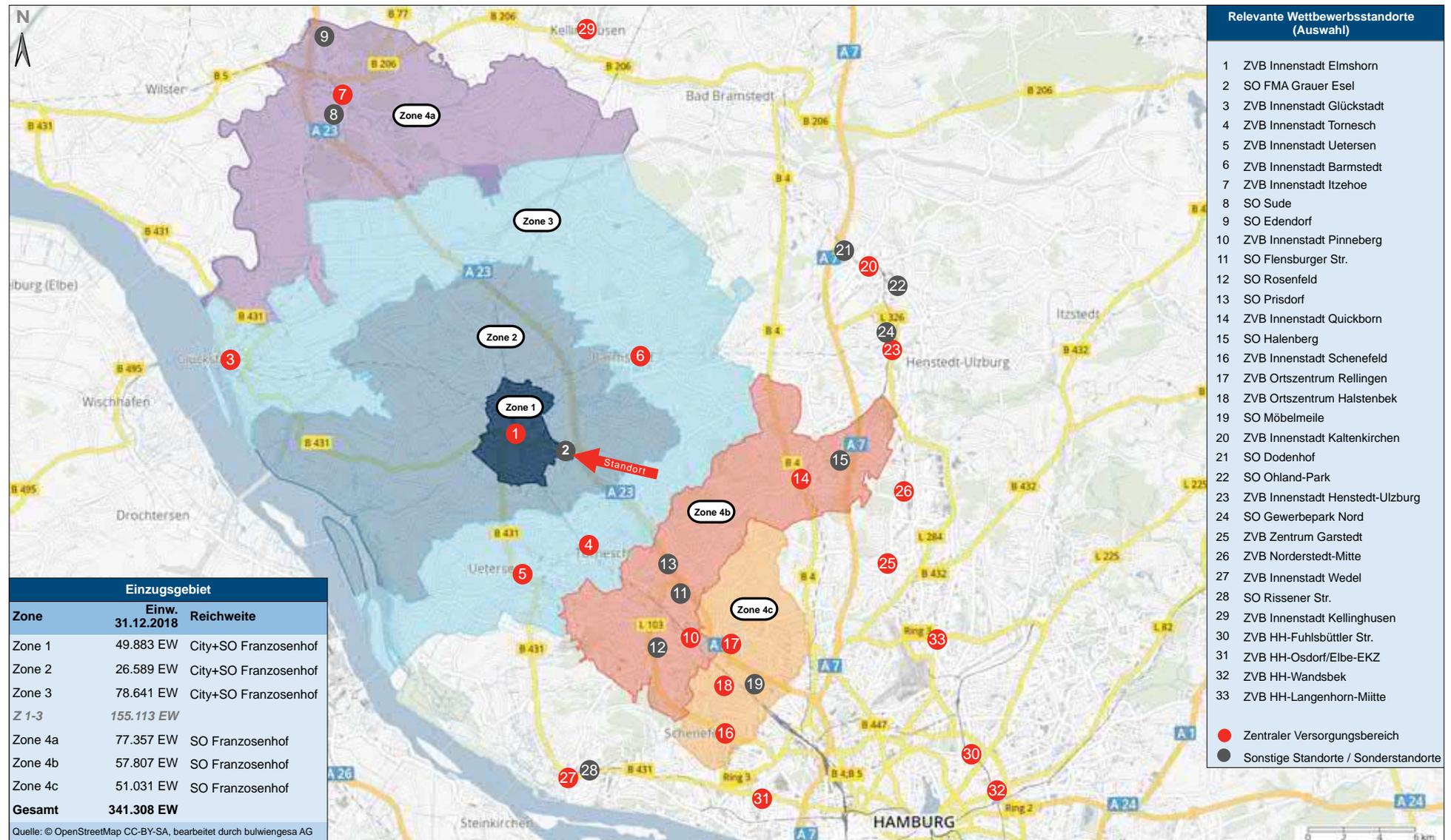
Nachfolgende Übersicht erläutert die Verteilung des Nachfragevolumens über die einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.

Daten zum Einzugsgebiet						
Sortiment: Sportsortiment gesamt inkl. Fahrräder						
Einwohner, Verbrauchsausgaben und Ausgabenvolumina p. a. 2020						
Zone	Gebiet	Einwohner 31.12.2018	KKZ (BRD=100)	Verbr.- Ausgaben* Euro/Ew.	Ausg.- Volumen Tsd. Euro.	Ver- teilung %
1	Stadtgebiet Elmshorn	49.883	94,1	176	8.755	11,4
2	Nahbereich Elmshorn	26.589	112,0	247	6.561	8,6
3	Randbereich Elmshorn	78.641	101,3	204	16.056	21,0
4a	Nord	77.357	112,0	247	19.089	24,9
4b	Südost	57.807	124,7	297	17.186	22,5
4c	Südost - Randzone Hamburg	51.031	93,7	174	8.876	11,6
EZG	Alle Marktzone	341.308		224	76.524	100,0
Ø Verbrauchsausgaben BRD		199 €/Ew. p. a.			Elastizität: 2,00	

Quelle: Berechnungen bulwiengesa, Kaufkraftkennziffer (KKZ) MB-Research, Nürnberg
 *Anpassung an das Kaufkraftniveau gewichtet mit warengruppenspezifischer Ausgabenelastizität

Ausblick Nachfrageentwicklung

Im Zeitraum 2018 - 2030 soll die Bevölkerung in Elmshorn lt. Prognosen um rd. 2,3 % und im Kreis Pinneberg um rd. 2,4 % zunehmen.



Bei wie bisher stabilen bis leicht steigenden ladenhandelsrelevanten Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben im gesamten Sportsortiment¹⁰ könnte das Projekt kurz- bis mittelfristig voraussichtlich in einen Markt mit leicht steigendem Nachfragevolumen eintreten. Dadurch würden langfristig gesehen Verdrängungswirkungen durch Nachfragewachstum sukzessive kompensiert/reduziert. Die aktuelle Covid-19 Pandemie nebst vorübergehendem Shutdown im Nonfood-Ladenhandel in 2020 und 2021 sowie in Sportstätten stellt jedoch die bisherigen Prognosen in Frage und führt zu erhöhter Unsicherheit. Kurzfristig sind zum Berechnungszeitpunkt v. a. Ausgaben für Breitensportliche Indoor- und Teamsportarten sowie für modische (alltagstaugliche) Sportbekleidung zurückgegangen bzw. verstärkt auf den Distanzhandel übertragen worden. Einen gestiegenen Zuspruch erfahren dagegen Ausgaben für individuelle Outdoor-Sportarten, v. a. Laufsport und Radfahren, wobei Radfahren auch als Verkehrsmittel verstärkt eingesetzt wird. Voraussichtlich bleiben Ausgaben für Sportbedarf auf Sicht in toto mindestens stabil; mit signifikanten und anhaltenden Steigerungen ist partiell v. a. für Radfahren durchaus aufgrund des E-Bike-Booms zu rechnen. Inwieweit in den Onlinehandel verlegte Marktanteile für die übrigen Sportartikel vom stationären Handel zurückgewonnen werden können, ist unsicher. Wir schätzen, dass dies nicht vollständig gelingt, so dass stabile ladenhandelsrelevante Sportausgaben voraussichtlich als Saldo aus gegenläufigen Trends einzelner Sportarten und Sortimente resultieren werden.

¹⁰ Die bulwiengesa AG berechnet jährlich die bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für rund 50 einzelhandelsrelevante Konsumgütersortimente. Berechnungsbasis sind branchenbezogene Handelspanels, Marktzahlen des HDE (Handelsverband Deutschland) sowie verschiedene Handels- und Konsumstatistiken des Statistischen Bundesamtes, darunter die Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS).

5 WETTBEWERBSSITUATION

Auf Basis einer Bestandserhebung der bulwiengesa im Rahmen der Bearbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2016 im Stadtgebiet Elmshorn sowie einer Aktualisierung und Vollerhebung in den untersuchungsrelevanten Sortimenten im Sommer 2020 in Elmshorn sowie im restlichen Einzugsgebiet und wesentlichen umgebenden Lagebereichen inkl. zwischenzeitlicher Bestandsveränderungen wurde im Sportsortiment inkl. Fahrrad/Zubehör im Elmshorner Stadtgebiet ein warengruppenrelevanter Verkaufsflächenbesatz von rund 3.460 qm mit einem geschätzten Umsatzvolumen von rund 9,9 Mio. Euro ermittelt.¹¹ Daraus ergibt sich eine durchschnittliche jährliche Flächenleistung von etwa 2.870 Euro/qm Verkaufsfläche. Die Flächenproduktivität bewegt sich in den drei Teilsortimenten (Breitensport, Spezialsport, Fahrrad) zwischen rd. 3.000 bis 3.200 Euro/qm Verkaufsfläche.

Anbieter, die neben den untersuchungsrelevanten Warengruppen weitere Sortimente vorhalten, fließen nur hinsichtlich des Warenangebotes im Sportsortiment in die flächen- und umsatzseitige Betrachtung ein.

Für Discounter und größere Supermärkte wurde aufgrund der Teil- und Aktionssortimente im Rahmen der üblichen Randsortimentsbausteine eine Verkaufsfläche vereinfachend angesetzt.

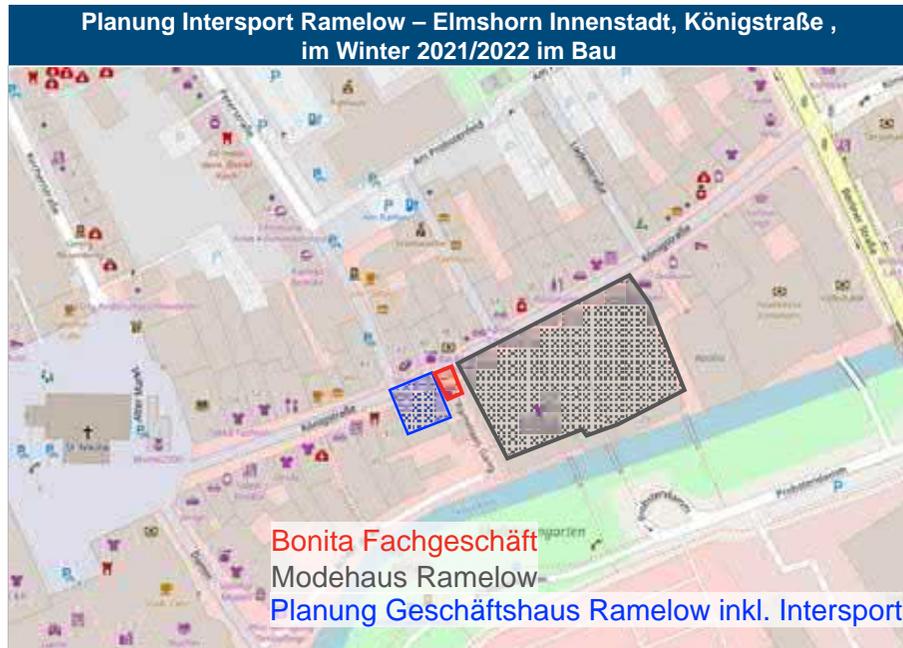
5.1 Planungen

Wir berücksichtigen im Sinne höchster Aktualität auch wettbewerbsrelevante Einzelhandelsplanungen, soweit diese baurechtlich abgesichert sind und Betreiber/Betriebstyp bekannt sind; die Planung mithin operationalisierbar ist. Aktuell sind lt. vorliegenden Informationen folgende relevante, kurzfristig in den Markt tretende Planungen zu berücksichtigen:

- Im Haupteinkaufsbereich der Elmshorner Innenstadt befindet sich als Ersatz eines langjährigen Leerstands ein Geschäftshaus in der Königstraße 39-41 mit insgesamt rd. 2.000 qm Bruttogeschossfläche im Winter 2021/2022 im Bau. Rund die Hälfte des Geschäftshauses soll durch eine Intersport-Shopfläche genutzt werden. Der aktuell südlich der Innenstadt und damit außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Elmshorn an der Berliner Straße 22 vertretene Intersport-Fachmarkt der Fa. Ramelow soll in das neugeplante Objekt verlagern und dort etwa 800 - 1.000 qm VKF belegen. Das Vorhaben wurde in der Erstfassung der Auswirkungsanalyse aus 2020 bereits vorwegnehmend berücksichtigt.

Weitere verbindliche Planungen waren zum Bearbeitungszeitpunkt im Sommer 2020 nicht bekannt.

¹¹ bereinigt um aperiodische Teilsortimente bei Discountern, Super- und Verbrauchermärkten, Zoo-Fachmärkten, Sonderpostenmärkten, Drogeriemärkten



Quelle: © OpenStreetMap CC-BY-SA, bearbeitet durch bulwiengesa AG

5.2 Wettbewerb im Einzugsgebiet

In der Elmshorner Innenstadt umfasst das breitensportliche Angebot im Zentralen Versorgungsbereich im Wesentlichen die von uns als realisiert unterstellte künftige Intersport-Geschäftshausfläche in der Königstraße sowie einen Jack Wolfskin Store. Das Spezialsportsortiment wird nur nachrangig angeboten und im Fahrradsegment ist Fahrrad Burmeister der prägende Anbieter im nördlichen Zentrumsbereich. Das erwartbare Umsatzvolumen im Sportsortiment inkl. Fahrrad beträgt insgesamt ca. 4,6 Mio. Euro.

In den Elmshorner Nahversorgungszentren ist nur nachrangiger Besatz ansässig. Das Gros der kleineren Fahrradgeschäfte befindet sich in Streulagen. Ein größerer Fahrradfachmarkt ist im Vergleich zu umliegenden Zentralorten bisher in Elmshorn nicht vertreten. Er würde durch das EHK gegenwärtig ebenso wie großflächige Sport-Fachmärkte an einen innerstädtisch integrierten Standort verwiesen.

Im Nah-Einzugsgebiet von Elmshorn sind lediglich Randsortimentsbausteine von Lebensmittelmärkten im Sportsortiment vertreten.

In der Zone 3 des Einzugsgebietes existieren in den Innenstädten der Zentralorte Glückstadt, Tornesch, Uetersen und Barmstedt durchweg Fahrradgeschäfte. Das Sportsortiment ist im Breitensportbereich nur sehr schwach ausgeprägt; in Glückstadt agiert ein am Hafen ansässiger Spezialanbieter für Boots-ausrüstung. Ein Fachgeschäft für Bogensport im Zentrum von Uetersen sowie ein E-Bike-Fachgeschäft in Ellerhoop stellen besondere Anbieter hinsichtlich des Sortiments und des Standortes dar. Breitensportliche Angebote sind auch in der Zone 3 nahezu ausschließlich als Randsortimente von Lebensmittelmärkten zu finden. Das Umsatzvolumen im Sportsortiment inkl. Fahrrad beträgt

insgesamt ca. 6,6 Mio. Euro und wird im Wesentlichen durch das Fahrradsegment und Spezialsportanbieter getragen. In der Zone 4a (Raum Itzehoe) stellt innerhalb der Innenstadt das führende Modehaus Behrens & Haltermann mit einer Intersport-Teilfläche im Wesentlichen das gesamte Breitensportliche Angebot im Zentrum Itzehoe dar.

In Streulage sind das Fahrradcenter Kaina (800 qm), Sport Schönbeck, der Anglertreff Itzehoe, Geschäfte im Reitsport sowie Wassersport die prägenden Anbieter, welche durch Randsortimente in Lebensmittelmärkten, Baumärkten und Kleinpreiskaufhäusern ergänzt werden. Die städtischen Nahversorgungszentren sowie Sonderstandortlagen weisen nur geringe Umfänge im Sportsortiment auf und umfassen vornehmlich Randsortimente bei Action sowie Futterhaus und Zoo&Co (Reitsport). Das Umsatzvolumen im Sportsortiment in der Zone 4a inkl. Fahrrad beträgt insgesamt ca. 11,2 Mio. Euro ohne wesentlichen Umsatzschwerpunkt eines Teilsortiments.

In der Zone 4b (u. a. Pinneberg, Prisdorf, Quickborn) existieren insb. in Pinneberg bedeutende Fachmarktlagen mit umfangreichem Besitz in den untersuchungsrelevanten Sortimenten. Im Fahrradsegment sind in Pinneberg mit Megabike (Streulage) und B.O.C. (Sonderstandort Flensburger Straße) gleich zwei großflächige Fahrradfachmärkte vertreten. Insb. B.O.C. strahlt durch die Lage nahe der BAB 23 weiträumig aus.

Am Sonderstandort Rosenfeld im Südwesten von Pinneberg sind die erst kürzlich errichteten Fachmärkte von Futterhaus (inkl. Reitsport) und dem aus dem Nahversorgungszentrum Thesdorf verlagerten Anglerfachmarkt Fishermann's Partner ansässig. Die Innenstadt von Pinneberg wird im Sportsortiment durch Teilflächen des Modehauses Kunstmann im westlichen Randbereich des Zentralen Versorgungsbereiches und das Fahrradhaus Göbel geprägt. Damit weist die Pinneberg Innenstadt nur einen nachrangigen Bedeutung im Sportsegment auf, wo-

hingegen die Sonderstandorte Flensburger Straße und Rosenfeld sowie die Streulagen bedeutende Verkaufsflächen- und Umsatzanteile insb. im Spezialsportsortiment und Fahrradsegment aufweisen. In Prisdorf bestehen am Sonderstandort Peiner Haag Randsortimente bei Marktkauf und Thomas Philipps. Quickborn weist im Zentralen Versorgungsbereich nur Randsortimente im Sportsegment auf. Ein Sportgeschäft ist jeweils im NVZ Harksheider Weg sowie in Streulage verortet. Spezialanbieter sind mit Jagdwaffengeschäft sowie Reitfachgeschäft plus Fahrradfachgeschäft in Streulage vertreten. Das Umsatzvolumen im Sportsortiment inkl. Fahrrad beträgt insgesamt ca. 2,5 Mio. Euro in Quickborn bzw. rd. 11,7 Mio. Euro in Pinneberg. Der Schwerpunkt in der Zone 4b wird mit ca. 9,2 Mio. Euro von insg. 14,7 Mio. Euro p. a. im Fahrradsegment erwirtschaftet.

Die Streuzone 4c (u. a. Rellingen, Schenefeld, Halstenbek) stellt im Breitensportlichen Bereich mit Nordsport sowie Sportsline direkt an der Auffahrt Pinneberg/Rellingen der BAB 23 in Streulage zwei konkurrierende Sportgeschäfte bereit. Zudem sind in Streulage in Rellingen ein Reitsportfachmarkt im OT Krupunder ansässig. Während der Ortskern von Rellingen kaum untersuchungsrelevante Sortimente vorhält, ist im Stadtzentrum Schenefeld mit Intersport Ramelow sowie das Pendant zu den innerstädtischen Intersport-Fachmärkten bzw. Teilflächen in den lokalen Modehäusern vertreten. Das Nahversorgungszentrum Friedrich-Ebert-Allee in Schenefeld weist eine Spezialgeschäft für Bogensport sowie die üblichen Randsortimentsbausteine von Lebensmittelmarkt auf. In Halstenbek ist kein prägender Sportanbieter vertreten. Von den 7,7 Mio. Euro p. a. im Sportsegment inkl. Fahrrad besteht der Umsatzschwerpunkt eindeutig auf dem Breitensportlichen und Spezialsport-Angebot durch Intersport in Schenefeld sowie die Reitsportfachmärkte in Schenefeld und weitere kleinere Spezialanbieter.

5.3 Wettbewerb außerhalb des Einzugsgebietes

Bedeutende Angebotsstandorte außerhalb des Einzugsgebietes bestehen als oberzentral stark ausdifferenziertes und räumlich teilweise dispers ansässiges Spezialsportangebot in der Stadt Hamburg. Ferner sind in den Zentren Kaltenkirchen, Henstedt-Ulzburg sowie Norderstedt vorwiegend an Sonderstandorten bzw. Fachmarktzentren umfangreiche Fachmarktangebote an überregional ausstrahlenden Konkurrenzstandorten vorhanden. Diese Lagebereiche strahlen teilweise tief in das Einzugsgebiet ein und/oder überdecken dieses sogar.

In Hamburg besteht neben der Innenstadt insb. in den Bezirkszentren Wandsbek (Decathlon, bis vor der kürzlichen Schließung auch Karstadt Sport), Langenhorn (u. a. Decathlon) sowie dem Zentrum Fuhlsbüttler Straße in HH-Barmbek mit der Hamburger-Globetrotter-Filiale ein umfangreiches Angebot im Sportsegment. Im Elbe-Einkaufszentrum im westlichen Hamburger Stadtgebiet sind eine Reihe von Anbietern im modischen Sportsegment vertreten (ca 2.200 qm VKF im Sportsegment). Nicht zu unterschätzen sind diverse Spezialanbieter/-ausrüster von Randsportarten im Hamburger Stadtgebiet, für die Zielkunden weitere Wege in Kauf nehmen, jedoch hochspezialisiertes Sortiment der jeweiligen Sportart vorfinden. Zu nennen sind dabei u. a. Askari-Angelsport zusammen mit Niemeyer Boote am Holstenkamp in Hamburg (rd. 2.000 qm), Kompass Maritim (Wassersport, Kieler Str. ca. 500 qm) diverse Kanu/Kajakstores, Angler-, Surf-, Skater-/Roller-skateshops und Reitershops (u. a. Sülldorfer Reiterladen). In Kaltenkirchen bestehen am Standort des EKZ Dodenhof (50.000 qm) rund. 1.750 qm Verkaufsfläche im untersuchungsrelevanten Sortiment. Am Standort Ohland-Park besteht mit rd. 5.300 qm ein sehr umfangreiches Angebot im Sportsegment, welches durch den Anglerfachmarkt Angelsport Moritz (3.500 qm), Frankonia und ein

Megabike-Fahrradfachmarkt somit vorwiegend durch Spezial-Sportsortimente geprägt ist.

Am Sonderstandort Gewerbepark Nord in Henstedt-Ulzburg werden rd. 3.300 qm Verkaufsfläche im Sportsortiment angeboten. Im Outdoor/Trekking-Bereich agiert hier ein großflächiger McTrek-Sport-/Campingfachmarkt. Ferner ist im Gewerbepark eine Intersport-Filiale ansässig; Real und Action ergänzen das Angebot die Fachmärkte als Randsortiment. Die Innenstadt sowie die Nahversorgungszentren weisen keinen wesentlichen Besitz auf. In Streulage befindet sich in Autobahnnähe ein Krämer Megastore-Reitsportfachmarkt (ca. 1.200 qm Verkaufsfläche) sowie ein weiteres Fahrradgeschäft.

Im Zentralen Versorgungsbereich Garstedt sind im Sportsegment insb. der Anbieter Karstadt Sport in der De-Caspari-Passage sowie die Randsortimente von C&A, H&M und P&C im Herold-Center mit einer Gesamtverkaufsfläche im Sportsegment rd. 2.900 qm zu nennen. Bis auf die Nahversorgungszentren Schmuggelstieg (Reitsportfachgeschäft, Meyer Mühle) sowie Ulzburger Straße (Velotech, Zippels Laufwelt) sind keine relevanten Anbieter ansässig. In Streulage befinden sich eine Reihe weiterer Fachgeschäfte.

Die Innenstadt von Wedel weist im Fahrradsegment zentralort-typischen Besitz auf, welcher kaum über die Gemeindegrenzen ausstrahlt. Am Hafen befindet sich ein spezialisierter Boots-ausrüster.

Der Ortskern von Kellinghusen weist grundzentrumstypischen Besitz auf in einem kleineren Fahrradfachgeschäft sowie in Lebensmittelmärkten.

Wettbewerbsübersicht im Sortiment Sportbedarf														
Lagebereiche, Verkaufsflächen, Flächenproduktivitäten, Umsätze														
Teilraum/Standortbereich	Zone	Breitensport			Spezialsport			Fahrrad+Zubehör			Sportbedarf inkl. Fahrrad			Anbieter u. a.
		VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	
Projekt: Decathlon	1	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	
Sonstige FMA Grauer Esel	1	50	3.000	150	750	2.027	1.520	200	2.000	400	1.000	2.070	2.070	Von Rönne, Kerkam, Krümet, Jawoll, Futterhaus, Zollers, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Σ FMA Grauer Esel	1	50	3.000	150	750	2.027	1.520	200	2.000	400	1.000	2.070	2.070	
ZVB Innenstadt Elmshorn	1	1.150	2.991	3.440	130	3.154	410	250	2.960	740	1.530	3.000	4.590	IM BAU Intersport Ramelow, Fahrrad Burmeister, Jack Wolfskin, Randsortimente Woolworth, C&A, H&M, LM-Märkte
NVZ Eichstr.	1										0		0	Kein Angebot
NVZ Hainholzer Markt	1	10	3.000	30	10	3.000	30	10	2.000	20	30	2.667	80	Randsortimente LM-Märkte
NVZ Koppeldamm	1										0		0	Kein Angebot
Sonstiger Handel	1	90	3.333	300	70	3.571	250	610	3.770	2.300	770	3.701	2.850	Radservice Freilauf, Veloskop, Futterhaus, Fahrrad&Mehr, Fahrradbörse, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Σ Elmshorn (Zone 1)	1	1.300	3.015	3.920	960	2.302	2.210	1.070	3.234	3.460	3.330	2.880	9.590	
Σ Sonstiger Handel Zone 2	2	10	4.000	40	10	3.000	30	60	4.667	280	80	4.375	350	Randsortimente LM-Märkte
ZVB Innenstadt Glückstadt	3	20	2.500	50				130	5.077	660	150	4.733	710	Radhus Horn, Stoomrad
Sonstiger Handel	3	20	5.000	100	220	3.318	730	100	2.000	200	340	3.029	1.030	Klingbeil, Jawoll, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Σ Glückstadt	3	40	3.750	150	220	3.318	730	230	3.739	860	490	3.551	1.740	
ZVB Innenstadt Tornesch	3	20	2.500	50	10	3.000	30	160	2.375	380	190	2.421	460	Eisenross, Mijo Bikes, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Sonstiger Handel	3	40	2.500	100	10	5.000	50	200	2.500	500	250	2.600	650	Rad Schawo, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Σ Tornesch	3	60	2.500	150	20	4.000	80	360	2.444	880	440	2.523	1.110	
ZVB Innenstadt Uetersen	3	30	3.333	100	60	3.167	190	270	3.037	820	360	3.083	1.110	Maiks Bikes, Woolworth, Bogensport Uetersen, Fahrradhaus Clahsen, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Sonstiger Handel	3	20	3.500	70	200	2.000	400	60	1.667	100	280	2.036	570	Fischers Box, Futterhaus, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Σ Uetersen	3	50	3.400	170	260	2.269	590	330	2.788	920	640	2.625	1.680	
ZVB Innenstadt Barmstedt	3	20	3.500	70	30	3.333	100	250	3.000	750	300	3.067	920	Feine Räder Jepsen, Outdoor Piraten, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Sonstiger Handel	3	10	3.000	30	100	1.800	180	60	4.167	250	170	2.706	460	Transalp Bikes, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Σ Barmstedt	3	30	3.333	100	130	2.154	280	310	3.226	1.000	470	2.936	1.380	
Sonstiger Handel Zone 3	3	10	2.000	20	10	2.000	20	190	3.211	610	210	3.095	650	Voltrad, Randsortimente LM-Märkte
Σ Zone 3	3	190	3.105	590	640	2.656	1.700	1.420	3.007	4.270	2.250	2.916	6.560	
ZVB Innenstadt Itzehoe	4a	750	3.600	2.700	200	3.650	730	10	3.000	30	960	3.604	3.460	B&H Intersport, C&A, Schuh Armbruster/Kay
NVZ Hanseatenplatz	4a	20	2.500	50	30	2.000	60	30	1.667	50	80	2.000	160	action, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
NVZ Ostlandplatz	4a										0		0	Kein Angebot
SO Sude	4a	30	3.333	100	30	2.667	80	30	3.333	100	90	3.111	280	Zoo&Co, Randsortimente LM-Märkte
SO Edendorf	4a	20	4.000	80	140	1.857	260	70	2.143	150	230	2.130	490	Futterhaus, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Sonstiger Handel	4a	150	3.667	550	860	2.558	2.200	900	3.278	2.950	1.910	2.984	5.700	AnglerTreff Itzehoe, Reitshop Hottemax, Fressnapf, Zweiradcenter Kaina, Wassersport, Sport Schönbeck, Waffen Behrendt, Jettfire, Randsortimente LM-Märkte
Σ Itzehoe	4a	970	3.588	3.480	1.260	2.643	3.330	1.040	3.154	3.280	3.270	3.086	10.090	
Sonstiger Handel Zone 4a	4a	20	2.500	50	440	2.091	920	60	2.000	120	520	2.096	1.090	Reitsport Chateau, Randsortimente Baumärkte
Σ Zone 4a Nord	4a	990	3.566	3.530	1.700	2.500	4.250	1.100	3.091	3.400	3.790	2.950	11.180	

Wettbewerbsübersicht im Sortiment Sportbedarf														
Lagebereiche, Verkaufsflächen, Flächenproduktivitäten, Umsätze														
Teilraum/Standortbereich	Zone	Breitensport			Spezialsport			Fahrrad+Zubehör			Sportbedarf inkl. Fahrrad			Anbieter u. a.
		VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	
		qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	
ZVB Innenstadt Pinneberg	4b	380	2.632	1.000	120	2.333	280	150	4.133	620	650	2.923	1.900	Intersport Kunstmann, Fahrrad Göbel, H&M, Woolworth, Randsortimente LM-Märkte
NVZ Quellental	4b	20	2.500	50	10	3.000	30	10	3.000	30	40	2.750	110	Randsortimente LM-Märkte
NVZ Thesdorf	4b							50	2.400	120	50	2.400	120	Randsortimente LM-Märkte
SO Flensburger Str.	4b	270	2.037	550	120	2.333	280	1.720	2.023	3.480	2.110	2.043	4.310	B.O.C., Futterhaus, Randsortimente LM-Märkte
SO Rosenfeld	4b	20	2.500	50	830	1.807	1.500	100	2.500	250	950	1.895	1.800	Fishermans Partner, Futterhaus, Randsortimente LM-Märkte/Baummärkte
Sonstiger Handel	4b	130	2.692	350	30	5.000	150	1.280	2.344	3.000	1.440	2.431	3.500	Megabike, Randsortimente LM-Märkte
<i>Σ Pinneberg</i>	<i>4b</i>	<i>820</i>	<i>2.439</i>	<i>2.000</i>	<i>1.110</i>	<i>2.018</i>	<i>2.240</i>	<i>3.310</i>	<i>2.266</i>	<i>7.500</i>	<i>5.240</i>	<i>2.240</i>	<i>11.740</i>	
SO Prisdorf	4b	40	2.500	100	100	2.000	200	80	2.500	200	220	2.273	500	Thomas Philipps, Randsortimente LM-Märkte
Sonstiger Handel	4b										0		0	Kein Angebot
<i>Σ Prisdorf</i>	<i>4b</i>	<i>40</i>	<i>2.500</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>2.000</i>	<i>200</i>	<i>80</i>	<i>2.500</i>	<i>200</i>	<i>220</i>	<i>2.273</i>	<i>500</i>	
ZVB Innenstadt Quickborn	4b	10	4.000	40	60	1.833	110	10	3.000	30	80	2.250	180	Randsortimente LM-Märkte/Baummärkte
NVZ Harksheider Weg	4b							70	4.571	320	70	4.571	320	Winfried Ohmen Sport, Randsortimente LM-Märkte
SO Halenberg	4b	10	3.000	30	120	1.667	200	100	2.300	230	230	2.000	460	Randsortimente LM-Märkte/Baummärkte
Sonstiger Handel	4b	20	4.000	80	80	7.000	560	270	3.259	880	370	4.108	1.520	Ilse Weitschiss, Jagd&Sportwaffen, Fahrrad Lahn, Reiter, Randsortimente LM-Märkte
<i>Σ Quickborn</i>	<i>4b</i>	<i>40</i>	<i>3.750</i>	<i>150</i>	<i>260</i>	<i>3.346</i>	<i>870</i>	<i>450</i>	<i>3.244</i>	<i>1.460</i>	<i>750</i>	<i>3.307</i>	<i>2.480</i>	
Sonstiger Handel Zone 4b	4b										0		0	
Σ Zone 4b Südost	4b	900	2.500	2.250	1.470	2.252	3.310	3.840	2.385	9.160	6.210	2.370	14.720	
ZVB Innenstadt Schenefeld	4c	910	2.670	2.430	120	3.083	370				1.030	2.718	2.800	Intersport Ramelow, H&M, TK Maxx, Randsortimente LM-Märkte
NVZ Friedrich-Ebert-Allee	4c	20	3.500	70	90	2.778	250	10	5.000	50	120	3.083	370	Archery, Futterhaus, Randsortimente LM-Märkte
Sonstiger Handel	4c	40	4.000	160	290	2.966	860	220	3.727	820	550	3.345	1.840	Radwelt Hottop, Reitsport Schuld, Randsortimente LM-Märkte/Baummärkte
<i>Σ Schenefeld</i>	<i>4c</i>	<i>970</i>	<i>2.742</i>	<i>2.660</i>	<i>500</i>	<i>2.960</i>	<i>1.480</i>	<i>230</i>	<i>3.783</i>	<i>870</i>	<i>1.700</i>	<i>2.947</i>	<i>5.010</i>	
ZVB Ortszentrum Rellingen	4c	10	1.000	10							10	1.000	10	Randsortimente LM-Märkte
Sonstiger Handel	4c	800	1.975	1.580	550	1.491	820	60	2.167	130	1.410	1.794	2.530	Nordsport, Sportsline, Equiva, Futterhaus, Randsortimente LM-Märkte/Baummärkte
<i>Σ Rellingen</i>	<i>4c</i>	<i>810</i>	<i>1.963</i>	<i>1.590</i>	<i>550</i>	<i>1.491</i>	<i>820</i>	<i>60</i>	<i>2.167</i>	<i>130</i>	<i>1.420</i>	<i>1.789</i>	<i>2.540</i>	
ZVB Ortszentrum Halstenbek	4c	10	3.000	30	10	3.000	30	10	3.000	30	30	3.000	90	Randsortimente LM-Märkte
SO Möbelmeile	4c										0		0	Kein Angebot
Sonstiger Handel	4c										0		0	Kein Angebot
<i>Σ Halstenbek</i>	<i>4c</i>	<i>10</i>	<i>3.000</i>	<i>30</i>	<i>10</i>	<i>3.000</i>	<i>30</i>	<i>10</i>	<i>3.000</i>	<i>30</i>	<i>30</i>	<i>3.000</i>	<i>90</i>	
Ellerbek	4c	10	3.000	30	10	3.000	30	10	3.000	30	30	3.000	90	Randsortimente LM-Märkte/Baummärkte
Σ Zone 4c Südost-HH	4c	1.800	2.394	4.310	1.070	2.206	2.360	310	3.419	1.060	3.180	2.431	7.730	
Einzugsgebiet	1-4	5.190	2.821	14.640	5.850	2.369	13.860	7.800	2.773	21.630	18.840	2.661	50.130	

Wettbewerbsübersicht im Sortiment Sportbedarf														
Lagebereiche, Verkaufsflächen, Flächenproduktivitäten, Umsätze														
Teilraum/Standortbereich	Zone	Breitensport			Spezialsport			Fahrrad+Zubehör			Sportbedarf inkl. Fahrrad			Anbieter u. a.
		VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	VKF	Raumleistung	Umsatz	
		qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm p. a.	Tsd. Euro p. a.	
Wesentliche umgebende Einkaufsalternativen außerhalb des Einzugsgebietes														
ZVB Innenstadt Kaltenkirchen		30	4.000	120	20	4.000	80	20	3.500	70	70	3.857	270	Randsortimente LM-Märkte
SO Dodenhof		1.200	3.000	3.600	400	3.000	1.200	50	1.600	80	1.650	2.958	4.880	EKZ Dodenhof, Randsortimente Baumärkte
SO Ohland-Park		220	2.318	510	3.400	1.388	4.720	1.650	2.242	3.700	5.270	1.694	8.930	Angelsport Moritz, Frankonia, Megabike, Futterhaus, Randsortimente LM-Märkte
Sonstiger Handel		10	5.000	50	80	2.875	230	560	1.607	900	650	1.815	1.180	Fahrrad Kottke, Waffengeschäft, Fahrrad Hensel, Randsortimente LM-Märkte
Σ Kaltenkirchen		1.460	2.932	4.280	3.900	1.597	6.230	2.280	2.083	4.750	7.640	1.997	15.260	
ZVB Innenstadt Henstedt-Ulzburg		10	3.000	30				30	1.667	50	40	2.000	80	Randsortimente LM-Märkte
NVZ Rhen														Kein Angebot
NVZ Dammstücken		10	4.000	40	10	3.000	30	10	2.000	20	30	3.000	90	Randsortimente LM-Märkte
SO Gewerbepark Nord		1.920	2.161	4.150	1.050	2.095	2.200	290	2.759	800	3.260	2.193	7.150	McTrek, Intersport Voswinkel, CrazySport, Randsortimente LM-Märkte
Sonstiger Handel		10	6.000	60	910	2.527	2.300	310	2.903	900	1.230	2.650	3.260	Krämer Megastore, Gefu Zweirad
Σ Henstedt-Ulzburg		1.950	2.195	4.280	1.970	2.299	4.530	640	2.766	1.770	4.560	2.320	10.580	
ZVB Zentrum Garstedt		2.430	1.967	4.780	450	2.000	900	10	1.000	10	2.890	1.969	5.690	Karstadt Sport, P&C, H&M, C&A, Randsortimente LM-Märkte
ZVB Norderstedt-Mitte		10	3.000	30	30	2.000	60	30	1.667	50	70	2.000	140	action, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
NVZ Glashütter Damm														Kein Angebot
NVZ Glashütter Markt		10	5.000	50	10	5.000	50	10	5.000	50	30	5.000	150	Randsortimente LM-Märkte
NVZ Harksheider Markt		10	3.000	30	10	3.000	30	10	3.000	30	30	3.000	90	Randsortimente LM-Märkte
NVZ Schmuggelstieg		10	3.000	30	260	2.692	700	10	3.000	30	280	2.714	760	Horsemax, Meyers Mühle, Fressanpf, Randsortimente LM-Märkte
NVZ Ulzburger Str.		100	5.800	580	40	3.000	120	200	4.100	820	340	4.471	1.520	Velotech, Zippels Laufwelt, Waffen Behrendt, Randsortimente LM-Märkte
Sonstiger Handel		180	3.222	580	500	2.400	1.200	150	2.933	440	830	2.675	2.220	Sportshop, 3xFutterhaus, Waffen Folske, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Σ Norderstedt		2.750	2.211	6.080	1.300	2.354	3.060	420	3.405	1.430	4.470	2.365	10.570	
ZVB Innenstadt Wedel		70	3.857	270	30	2.667	80	230	4.261	980	330	4.030	1.330	Köhler Fahrrad, MaiksBike, Woolworth, C&A, Randsortimente LM-Märkte
NVZ Am Marienhof		10	3.000	30	10	3.000	30	10	3.000	30	30	3.000	90	Randsortimente LM-Märkte
NVZ Feldstr.														Kein Angebot
NVZ Hans-Böckler-Platz		10	3.000	30	10	3.000	30	10	3.000	30	30	3.000	90	Randsortimente LM-Märkte
SO Rissener Str.		20	4.000	80	90	2.222	200	80	250	20	190	1.579	300	Futterhaus, Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Sonstiger Handel		10	3.000	30	160	5.813	930	200	4.100	820	370	4.811	1.780	Yachtprofi, Langbehn Fahrrad, Randsortimente LM-Märkte
Σ Wedel		120	3.667	440	300	4.233	1.270	530	3.547	1.880	950	3.779	3.590	
ZVB Innenstadt Kellinghusen		20	4.500	90	20	4.000	80	70	4.571	320	110	4.455	490	Biese Welt, Randsortimente LM-Märkte
Sonstiger Handel					100	1.500	150	50	1.600	80	150	1.533	230	Randsortimente LM-Märkte/Baumärkte
Σ Kellinghusen		20	4.500	90	120	1.917	230	120	3.333	400	260	2.769	720	
ZVB HH-Fuhlsbüttler Str.		420	3.095	1.300	2.950	1.712	5.050	240	2.208	530	3.610	1.906	6.880	Globetrotter, Randsortimente LM-Märkte
ZVB HH-Osdorf/Elbe-EKZ		1.950	3.795	7.400	260	4.038	1.050	10	3.000	30	2.220	3.820	8.480	Intersport Voswinkel, Zara, JD Sports, Ansons, New Yorker, Snipes, Schuh Kay, Nur der HSV, Oneil, Jack Wolfskin, P&C, C&A, Randsortimente LM-Märkte
ZVB HH-Wandsbek		1.100	2.864	3.150	1.800	2.200	3.960	600	1.500	900	3.500	2.289	8.010	Decathlon, Randsortimente LM-Märkte
ZVB HH-Langenhorn-Mitte		1.220	2.992	3.650	830	3.253	2.700	450	2.044	920	2.500	2.908	7.270	Decathlon, Randsortimente LM-Märkte
Umgeb. Lagebereiche gesamt		10.990	2.791	30.670	13.430	2.091	28.080	5.290	2.384	12.610	29.710	2.402	71.360	

Quelle: bulwiengesa, * ohne Nonfood-/Rand-/Aktionsortimente

Ausgewählter Wettbewerb im Sportsortiment – Schwerpunkt Breitensport:



Elmshorn, ZVB Innenstadt: Geschäftshaus Königstr.;
geplanter Standort für Intersport-Fachmarkt in Anbin-
dung zum bestehenden Modehaus Ramelow



Pinneberg, ZVB Hauptzentrum Innenstadt:
Modehaus Kunstmann inkl. Intersport-Teilfläche



Rellingen, Streulage: Nordsport Fachmarkt



Norderstedt, ZVB Garstedt, Herold-Center
bzw. De-Caspari-Passage mit Karstadt Sport



Itzehoe, ZVB Hauptzentrum:
Modehaus Behrens&halermann inkl. Intersport-
Teilfläche



Henstedt-Ulzburg, Sonderstandort Gewerbepark Nord,
McTrek Sportfachmarkt

Fotos: bulwiengesa AG

Ausgewählter Wettbewerb im Sortiment Fahrräder:



Elmshorn: Fahrrad und Meer



Itzehoe, Streulage: Fahrrad-Fachmarkt Kaina



Barmstedt: Feine Räder



Uetersen, ZVB Hauptzentrum: Maiks Bikes



Pinneberg, Sonderstandort Flensburger Str.:
B.O.C. Fahrrad-Fachmarkt



Kaltenkirchen; Sonderstandort Ohland-Park:
Megabike-Fahrradfachmarkt

Fotos: bulwiengesa AG

Ausgewählter Wettbewerb im Sportsortiment – Schwerpunkt Spezialsport:



Itzehoe, Streulage: Wassersport-Profi



Pinneberg, Sonderstandort Am Rosenfeld:
Angelsport-Fachmarkt und Zoofachmarkt



Henstedt-Ulzburg, Gewerbegebiet:
Krämer-Megastore Reitsportfachmarkt



Reitsport-Chateau Oelixdorf



Rellingen, Streulage: Equiva Reitsportfachmarkt



Kaltenkirchen, Sonderstandort Ohland-Park:
Angelsport Moritz

Fotos: bulwiengesa AG

Fazit Wettbewerbssituation

Das Angebot im Breitensportlichen Segment liegt in Elmshorn auch unter Berücksichtigung des geplanten Intersport-Marktes in der Innenstadt mit rd. 26 qm je 1.000 Einwohner (ca. 1.300 qm) unterhalb der durchschnittlichen Verkaufsflächendichte des Einzugsgebietes (35 qm/1.000 Ew.). Die relativ höchste Verkaufsflächenausstattung weist die Einzugsgebiets-Zone 4c (Schenefeld, Rellingen, Halstenbek) auf (Zone 1: 26 qm; Zone 2: 0 qm; Zone 3: 2 qm; Zone 4a: 13 qm; Zone 4b: 16 qm; Zone 4c: 35 qm). Hier schlägt sich das Angebot der zwei Intersport-Filialen sowie der in Rellingen ansässigen benachbarten Sportfachmärkte Nordsport/Sportsline nieder. Das innenstadtspezifische Einzugsgebiet – Zonen 1 bis 3 – weist in toto eine Verkaufsflächendichte von 10 qm je 1.000 Einwohnern auf und deutet damit auf eine leichte Unterdeckung hin.

Im Spezialsportsegment besteht eine relative Ausgeglichenheit in den einzelnen Zonen. (Zone 1: 19 qm; Zone 2: 0 qm; Zone 3: 39 qm; Zone 4a: 22 qm; Zone 4b: 25 qm; Zone 4c: 21 qm je 1.000 Einwohner).

Im Fahrradsortiment zeigen sich wiederum starke Varianzen. Die Zone 2 als direktes Umland von Elmshorn weist wie in den anderen Teilsortimenten keine nennenswerte Ausstattung in den untersuchungsrelevanten Sortimenten auf. Die Zonen 4a+c sind ebenfalls nur schwach im Radsegment ausgestattet. Dagegen führt in der Zone 3 ein ausgeprägter Besitz an kleineren Fahrradgeschäften sowie in der Zone 4b (u. a. Pinneberg, Quickborn) die Fahrradfachmärkte B.O.C. und Megabike in Pinneberg zu einem hohen Ausstattungsgrad im Radsegment (Zone 1: 21 qm; Zone 2: 2 qm; Zone 3: 35 qm; Zone 4a: 14 qm; Zone 4b: 66 qm; Zone 4c: 6 qm je 1.000 Einwohner).

Das Angebot im Breitensportlichen Segment wird im Einzugsgebiet zu knapp zwei Dritteln in Zentralen Versorgungsbereichen angeboten, das Spezialsportsortiment ist dagegen nur zu ca. 15 % in Zentren verortet. Im Bereich Fahrrad/Zubehör wird knapp ein Fünftel des Angebotes in Zentralen Versorgungsbereichen angeboten, ca. die Hälfte in Streulagen und ca. ein Drittel an Sonderstandorten.

Damit weist das Breitensportliche Angebot auf Einzugsgebietsebene die deutlichste faktische Zentrenrelevanz aus. Das Spezial-Sportsortiment ist dagegen zu 85 % außerhalb der Zentraler Versorgungsbereiche ansässig. Bei Fahrrädern ist die Standortverteilung ambivalenter, jedoch zeichnet sich auch hier ein deutliches Schwergewicht dezentraler Standorte ab.

In der Stadt Elmshorn konzentriert sich das Breitensportliche Angebot zu 89 % auf Innenstadt und Nahversorgungszentren (inkl. Planung Intersport in der Königstraße). Im Spezialsportsegment liegt der Anteil der in Zentren gelegenen VKF bei nur 15 %, im Bereich Fahrräder bei ca. 18 %.

Die Auslastung im Sportsegment inkl. Fahrräder beträgt innerhalb des Einzugsgebietes rd. 2.650 Euro je qm Verkaufsfläche und fällt damit durchschnittlich aus (Umsatz-Voreinschätzung durch Kaufkraftstrom-Modellrechnung verifiziert).

Im Elmshorner Stadtgebiet ermittelt sich eine voraussichtlich höhere Auslastung von ca. 2.900 Euro je qm.

Die Auslastungen im gesamten Stadtgebiet von Elmshorn für den Breitensportlichen Bereich rangieren dabei um ca. 3.000 Euro/qm, im Spezialsportsegment bei 2.300 Euro/qm und im Fahrradhandel bei ca. 3.200 Euro/qm Verkaufsfläche. In der Ausgangslage für den Breitensportlichen Bedarf gehen wir somit von einem durchschnittlich bis gut ausgelasteten Sportfachmarkt aufgrund der Alleinstellung als Sport-Vollsortimenter im Mittelzentrum Elmshorn aus. Die Auslastungen im Fahrradhandel sind entsprechend den tendenziell kleinteiligen Han-

delstrukturen höher, das Auslastungsniveau im Spezialsegment fällt aufgrund der Randsortimente insb. bei Baumärkten/Sonderpostenmärkten und des geringen fachhandelsspezifischen Besatzes bei den Randsportarten niedriger aus.

5.4 Faktische Zentrenrelevanz der Teilsortimente Sport

Neben der in dem jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten bestimmten Zentrenrelevanz der Sortimente lässt sich zudem die aktuelle faktische Zentrenrelevanz anhand der aktuellen Flächenbestände nachvollziehen. Die tatsächliche Marktverteilung eines Sortimentes ist jedoch nur einer von vielen Indikatoren für dessen Zentrenrelevanz. So kann ein potenziell innenstadtprägendes Sortiment wie gegenwärtig in Elmshorn durchaus auch als zentrenrelevant klassifiziert sein, wenn es in der jeweiligen Innenstadt zwar nicht (mehr) marktführend angeboten wird, dieses Angebot jedoch auf Sicht wieder ausgebaut werden soll.

Es zeigt sich, dass die Städte Elmshorn¹², Itzehoe, Schenefeld und (noch) Pinneberg ihren innerstädtischen Verkaufsflächen-Schwerpunkt im Sortiment „Breitensport“ aufweisen (berücksichtigt >200 qm). Im Spezialsortiment liegen die Schwerpunkte eindeutig bei den Sonderstandorten (Elmshorn, Pinneberg) sowie in den sonstigen Streulagen (Itzehoe, Rellingen).

Im Fahrradsortiment sind in Elmshorn rd. ein Viertel der Gesamt-Verkaufsfläche im Zentralen Versorgungsbereich verortet, darin allerdings in Randlagen. In Pinneberg sind Fahrräder und Zubehör stark auf Sonderstandorte und Streulagen konzentriert und in Itzehoe befinden sich die Anbieter nahezu ausschließlich in Streulagen. In Barmstedt und Uetersen ist das Randsortiment fast vollständig in Tornesch knapp zur Hälfte im Zentrumsbereich aktiv.

Die Ausweisung dieser Sortimente in den jeweiligen Einzelhandelskonzepten und Sortimentskatalogen zeigt umseitige Tabelle. Sie korrespondiert nicht in jedem Fall mit der tatsächlichen Marktverteilung vor Ort. Eine Differenzierung zwischen Zentren-/ und nicht zentrenrelevanten Komponenten folgt zuweilen anderen Gesichtspunkten als in Elmshorn (z. B. anhand des Raumbedarfs der Artikel).

¹² Ansiedlung Intersport in der Königstraße analytisch vorwegnehmend unterstellt

Zentrenrelevanz der Sport-Teilsortimente im Einzugsgebiet (lt. kommunalen Einzelhandelskonzepten)			
Standort	Breitensport	„Spezialsport“	Fahrrad+ Zubehör
Elmshorn	zr	nzr	nzr
Glückstadt	zr	zr	zr
Tornesch	--	--	--
Uetersen	zr	zr / nzr	zr
Barmstedt	--	--	--
Itzehoe	zr	zr	nzr
Pinneberg	zr	zr / nzr	nzr
Prisdorf	--	--	--
Quickborn	zr	nzr	nzr
Schenefeld	--	--	--
Rellingen	zr	nzr	--
Halstenbek	--	--	--

Quelle: bulwiengesa AG; zr = Zentrenrelevant, nzr = nicht-zentrenrelevant, -- keine Angabe

In Uetersen und Pinneberg sind lediglich besonders sperrige Sportartikel (z. B. Boote, größere Sportgeräte) als „nicht zentrenrelevant“ klassifiziert. Dort besteht insoweit keine konsequente Unterscheidung in Breiten- und „Special Interest“-Sportarten.

Faktische Zentrenrelevanz der Sport-Teilsortimente im Einzugsgebiet								
	Breiten-sport qm VKF	Spezial-sport qm VKF	Fahrrad+ Zubehör qm VKF	Σ qm VKF	Breiten-sport VKF in %	Spezial-sport VKF in %	Fahrrad+ Zubehör VKF in %	Σ VKF in %
ZVB	1.160	140	260	1.560	89 %	15 %	24 %	47 %
Sonderstandorte	50	750	200	1.000	4 %	78 %	19 %	30 %
Streulagen	90	70	610	770	7 %	7 %	57 %	23 %
Σ Stadt Elmshorn	1.300	960	1.070	3.330	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	20		130	150	50 %	0 %	57 %	31 %
Streulagen	20	220	100	340	50 %	100 %	43 %	69 %
Σ Glückstadt	40	220	230	490	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	20	10	160	190	33 %	50 %	44 %	43 %
Streulagen	40	10	200	250	67 %	50 %	56 %	57 %
Σ Tornesch	60	20	360	440	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	30	60	270	360	60 %	23 %	82 %	56 %
Streulagen	20	200	60	280	40 %	77 %	18 %	44 %
Σ Uetersen	50	260	330	640	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	20	30	250	300	67 %	23 %	81 %	64 %
Streulagen	10	100	60	170	33 %	77 %	19 %	36 %
Σ Barmstedt	30	130	310	470	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	770	230	40	1.040	79 %	18 %	4 %	32 %
Sonderstandorte	50	170	100	320	5 %	13 %	10 %	10 %
Streulagen	150	860	900	1.910	15 %	68 %	87 %	58 %
Σ Itzehoe	970	1.260	1.040	3.270	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	400	130	210	740	49 %	12 %	6 %	14 %
Sonderstandorte	290	950	1.820	3.060	35 %	86 %	55 %	58 %
Streulagen	130	30	1.280	1.440	16 %	3 %	39 %	27 %
Σ Pinneberg	820	1.110	3.310	5.240	100 %	100 %	100 %	100 %
Sonderstandorte	40	100	80	220	100 %	100 %	100 %	100 %
Streulagen				0	0 %	0 %	0 %	0 %
Σ Prisdorf	40	100	80	220	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	10	60	80	150	25 %	23 %	18 %	20 %
Sonderstandorte	10	120	100	230	25 %	46 %	22 %	31 %
Streulagen	20	80	270	370	50 %	31 %	60 %	49 %
Σ Quickborn	40	260	450	750	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	930	210	10	1.150	96 %	42 %	4 %	68 %
Streulagen	40	290	220	550	4 %	58 %	96 %	32 %
Σ Schenefeld	970	500	230	1.700	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	10			10	1 %	0 %	0 %	1 %
Streulagen	800	550	60	1.410	99 %	100 %	100 %	99 %
Σ Rellingen	810	550	60	1.420	100 %	100 %	100 %	100 %
ZVB	10	10	10	30	100 %	100 %	100 %	100 %
Sonderstandorte				0	0 %	0 %	0 %	0 %
Streulagen				0	0 %	0 %	0 %	0 %
Σ Halstenbek	10	10	10	30	100 %	100 %	100 %	100 %

Quelle: bulwiengesa AG; inkl. Intersport-Planung im ZVB Innenstadt

6 MARKTVERTEILUNG/KAUFKRAFTBINDUNG IM EINZUGSGEBIET – AUSGANGSLAGE

Die gegenwärtigen Kaufkraftverflechtungen zwischen dem Einzugsgebiet und dem weiteren regionalen Umfeld bildet die nachstehende Kaufkraftstrom-Modellrechnung für das Sportsortiment inkl. Fahrräder ab (Erläuterung siehe Mustertabelle im Anhang).

Für das Einzugsgebiet sind Marktverteilung und Kaufkraftbindung in der Ausgangssituation modellhaft dargelegt. Befunde zur Kundenherkunft der Kundenherkunft/-Besucherbefragung in der Innenstadt von Elmshorn 2016 (EHK 2016) sowie in Einzelfällen verfügbare Ist-Umsätze für wesentliche Anbieter im Untersuchungsraum flossen in das Rechenmodell ein und verleihen diesem einen hohe Realitätsnähe.

Als wesentlicher Ausgangspunkt steht für Angebotsstrukturen der City Elmshorn die Besucherherkunft der Elmshorner Innenstadt im Fokus: Rd. zwei Drittel der Besucher der Elmshorner City stammen aus Elmshorn selbst und nur rd. 5 % stammen von außerhalb des innerstädtischen Einzugsgebietes der Zonen 1-3. Auch unter Berücksichtigung der Überrepräsentation von Elmshornern in der Stichprobe bzw. dem marktanalytischen Faktum, dass Auswärtige mit zunehmender Wohndistanz zum Einkaufsort höhere Einkaufsbeträge tätigen, ist die Ausstrahlungsleistung der Elmshorner Innenstadt nicht zuletzt durch Anfahrtschwierigkeiten bis zur Autobahnauffahrt innerhalb des Siedlungszusammenhangs begrenzt.

Die Stadt Elmshorn weist in der Ausgangslage (analytisch vorwegnehmend unterstellt: Intersport in der Königstraße ist realisiert) eine Eigen-Kaufkraftbindung von ca. 47 % auf. Damit fließt auch nach umgesetzter Planung des Intersport-Vollsortimenters in der Königstraße rd. die Hälfte der Nachfrage aus der Stadt Elmshorn an Konkurrenzstand-

orte ab. Kaufkraftabflüsse in den Onlinehandel sind nicht aufgeführt – die Nachfrageberechnung wurde im Sinne eines Worst Case-Ansatzes von vornherein um Ausgaben im Distanz- und Onlinehandel bereinigt und berücksichtigt nur noch Nachfragevolumina, die dem stationären Ladenhandel zur Verfügung stehen.

Weitere 11 % der Elmshorner Nachfrage werden dabei innerhalb des Einzugsgebietes gebunden, der größere Rest fließt an Standorte außerhalb des Einzugsgebietes ab. Begrenzt profitieren können hiervon die Sonderstandorte mit starken Fokus auf Sportangebote im regionalen Raum wie Kaltenkirchen mit Dodenhof und dem Fachmarktzentrum Ohland-Park, Henstedt-Ulzburg (Gewerbepark Nord) sowie eingeschränkt auch Norderstedt. Der Hauptteil fließt jedoch nach Hamburg an Vollsortimenter, spezialisierte Händler aufgrund der guten Erreichbarkeit und eines oberzentral typisch ausdifferenzierten Angebotes ab, welches innerhalb des Einzugsgebietes so nicht darstellbar ist. Enthalten sind hierin auch jetzt bereits Decathlon-Standorte, namentlich in Hamburg-Langenhorn mit gut 1 % Kaufkraftbindung im Stadtgebiet Elmshorn sowie HH-Wandsbek.

Im Fahrradsegment bestehen in Elmshorn durch das Fehlen eines größeren Fahrradfachmarktes Angebotsdefizite hinsichtlich der Sortimentsbreite, die durch die kleineren und mittleren Fahrradfachhändler nicht vollständig abzubilden ist. Demzufolge sind Einkaufsfahrten nach Itzehoe bzw. Pinneberg sowie für Nischenmarken auch nach Hamburg als nächste Standorte mit Fahrradfachmärkten von Bedeutung.

Im Breitensportlichen Bereich ist Elmshorn durch den Intersport-Vollsortimenter in der Innenstadt für ein Mittelzentrum prinzipiell angemessen ausgestattet. Ein Decathlon-Sportfachmarkt würde im Preis-einstiegsbereich das Angebot auf eine breitere Basis stellen.

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Sortiment Sportsortiment, gesamt inkl. Fahrräder für das Einzugsgebiet Elmshorn / FMZ Franzosenhof – Ausgangslage																		
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten – Erklärung der Umsatzherkunft in den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen																		
Standortbereich	Zone 1 Elmshorn		Zone 2 Nah		Zone 3 Rand		Zone 4a Nord		Zone 4b Südost		Zone 4c Südost-HH		Einzugsgebiet total		Externer Umsatz	Umsatz Total		
	Umsatz/KKB*	Tsd. Euro p. a. %	Umsatz/KKB*	Tsd. Euro p. a. %	Umsatz/KKB*	Tsd. Euro p. a. %	Umsatz/KKB*	Tsd. Euro p. a. %	Umsatz/KKB*	Tsd. Euro p. a. %	Umsatz/KKB*	Tsd. Euro p. a. %	Umsatz/KKB*	Tsd. Euro p. a. %	Umsatz	Tsd. Euro p. a.	Umsatz/Marktanteil	Tsd. Euro p. a. / %
Projekt: Decathlon																		
Sonstige FMA Grauer Esel	631	7,2	411	6,3	511	3,2	266	1,4	108	0,6	20	0,2	1.946	2,5	124	2.070	4,1	
Σ FMA Grauer Esel	631	7,2	411	6,3	511	3,2	266	1,4	108	0,6	20	0,2	1.946	2,5	124	2.070	4,1	
ZVB Innenstadt Elmshorn	1.927	22,0	953	14,5	1.153	7,2	318	1,7	80	0,5	21	0,2	4.451	5,8	139	4.590	9,2	
NVZ Eichstr.																		
NVZ Hainholzer Markt	56	0,6	10	0,2	10	0,1							77	0,1	3	80	0,2	
NVZ Koppeldamm																		
Sonstiger Handel	1.459	16,7	711	10,8	355	2,2	161	0,8	38	0,2			2.724	3,6	126	2.850	5,7	
Σ Elmshorn (Zone 1)	4.073	46,5	2.085	31,8	2.029	12,6	744	3,9	226	1,3	40	0,5	9.198	12,0	392	9.590	19,1	
Σ Sonstiger Handel Zone 2	30	0,3	161	2,5	56	0,3							247	0,3	103	350	0,7	
ZVB Innenstadt Glückstadt			78	1,2	498	3,1	114	0,6					690	0,9	20	710	1,4	
Sonstiger Handel	41	0,5	60	0,9	317	2,0	78	0,4					496	0,6	534	1.030	2,1	
Σ Glückstadt	41	0,5	138	2,1	815	5,1	192	1,0					1.186	1,6	554	1.740	3,5	
ZVB Innenstadt Tornesch			39	0,6	331	2,1	6	0,0	59	0,3			436	0,6	24	460	0,9	
Sonstiger Handel	11	0,1	56	0,9	439	2,7	6	0,0	92	0,5			604	0,8	46	650	1,3	
Σ Tornesch	11	0,1	95	1,5	771	4,8	12	0,1	151	0,9			1.040	1,4	70	1.110	2,2	
ZVB Innenstadt Uetersen	41	0,5	103	1,6	722	4,5	6	0,0	130	0,8			1.001	1,3	109	1.110	2,2	
Sonstiger Handel			58	0,9	400	2,5	12	0,1	49	0,3			518	0,7	52	570	1,1	
Σ Uetersen	41	0,5	161	2,4	1.121	7,0	18	0,1	178	1,0			1.519	2,0	161	1.680	3,4	
ZVB Innenstadt Barmstedt	27	0,3	123	1,9	489	3,0			22	0,1			662	0,9	258	920	1,8	
Sonstiger Handel	11	0,1	72	1,1	297	1,9			21	0,1			402	0,5	58	460	0,9	
Σ Barmstedt	38	0,4	195	3,0	786	4,9			43	0,3			1.063	1,4	317	1.380	2,8	
Sonstiger Handel Zone 3	82	0,9	55	0,8	182	1,1	119	0,6	83	0,5			521	0,7	129	650	1,3	
Σ Zone 3	213	2,4	645	9,8	3.675	22,9	341	1,8	456	2,7			5.329	7,0	1.231	6.560	13,1	
ZVB Innenstadt Itzehoe	30	0,3	110	1,7	459	2,9	2.491	13,1	11	0,1			3.102	4,1	358	3.460	6,9	
NVZ Hanseatenplatz			2	0,0	20	0,1	99	0,5					121	0,2	39	160	0,3	
NVZ Ostlandplatz																		
SO Sude			2	0,0	31	0,2	148	0,8					182	0,2	98	280	0,6	
SO Edendorf			10	0,2	66	0,4	273	1,4					349	0,5	141	490	1,0	
Sonstiger Handel	164	1,9	153	2,3	455	2,8	3.279	17,2					4.051	5,3	1.649	5.700	11,4	
Σ Itzehoe	194	2,2	278	4,2	1.032	6,4	6.290	33,0	11	0,1			7.804	10,2	2.286	10.090	20,1	
Sonstiger Handel Zone 4a			20	0,3	136	0,8	538	2,8					694	0,9	396	1.090	2,2	
Σ Zone 4a Nord	194	2,2	298	4,5	1.167	7,3	6.828	35,8	11	0,1			8.498	11,1	2.682	11.180	22,3	

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Sortiment Sportsortiment, gesamt inkl. Fahrräder für das Einzugsgebiet Elmshorn / FMZ Franzosenhof – Ausgangslage																	
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten – Erklärung der Umsatzherkunft in den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen																	
Standortbereich	Zone 1 Elmshorn		Zone 2 Nah		Zone 3 Rand		Zone 4a Nord		Zone 4b Südost		Zone 4c Südost-HH		Einzugsgebiet total		Externer Umsatz	Umsatz Total	
	Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz	Umsatz/Marktanteil	
	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	Tsd. Euro p. a. / %	Tsd. Euro p. a. / %								
ZVB Innenstadt Pinneberg			22	0,3	284	1,8			1.240	7,2	195	2,2	1.741	2,3	159	1.900	3,8
NVZ Quellental					24	0,1			78	0,5	3	0,0	104	0,1	6	110	0,2
NVZ Thesdorf									96	0,6	14	0,2	110	0,1	10	120	0,2
SO Flensburger Str.	214	2,4	166	2,5	460	2,9	257	1,3	1.825	10,6	458	5,2	3.379	4,4	931	4.310	8,6
SO Rosenfeld	123	1,4	102	1,6	331	2,1	149	0,8	812	4,7	241	2,7	1.757	2,3	43	1.800	3,6
Sonstiger Handel	109	1,2	67	1,0	328	2,0	197	1,0	1.766	10,3	429	4,8	2.896	3,8	604	3.500	7,0
Σ Pinneberg	446	5,1	357	5,4	1.427	8,9	603	3,2	5.817	33,8	1.339	15,1	9.988	13,1	1.752	11.740	23,4
SO Prisdorf	14	0,2	12	0,2	71	0,4	18	0,1	204	1,2	14	0,2	333	0,4	167	500	1,0
Sonstiger Handel																	
Σ Prisdorf	14	0,2	12	0,2	71	0,4	18	0,1	204	1,2	14	0,2	333	0,4	167	500	1,0
ZVB Innenstadt Quickborn					10	0,1			136	0,8			146	0,2	34	180	0,4
NVZ Harksheider Weg															320	320	0,6
SO Halenberg					25	0,2			152	0,9			177	0,2	283	460	0,9
Sonstiger Handel					65	0,4			407	2,4			472	0,6	1.048	1.520	3,0
Σ Quickborn					100	0,6			695	4,0			795	1,0	1.685	2.480	4,9
Sonstiger Handel Zone 4b																	
Σ Zone 4b Südost	460	5,2	369	5,6	1.598	10,0	621	3,3	6.716	39,1	1.353	15,2	11.116	14,5	3.604	14.720	29,4
ZVB Innenstadt Schenefeld	23	0,3	51	0,8	239	1,5			433	2,5	1.241	14,0	1.988	2,6	812	2.800	5,6
NVZ Friedrich-Ebert-Allee	8	0,1	8	0,1	25	0,2			54	0,3	221	2,5	315	0,4	55	370	0,7
Sonstiger Handel					25	0,2			214	1,2	992	11,2	1.232	1,6	608	1.840	3,7
Σ Schenefeld	31	0,4	59	0,9	290	1,8			700	4,1	2.454	27,7	3.535	4,6	1.475	5.010	10,0
ZVB Ortszentrum Rellingen											9	0,1	9	0,0	1	10	0,0
Sonstiger Handel	96	1,1	163	2,5	427	2,7	95	0,5	1.090	6,3	434	4,9	2.305	3,0	225	2.530	5,0
Σ Rellingen	96	1,1	163	2,5	427	2,7	95	0,5	1.090	6,3	443	5,0	2.314	3,0	226	2.540	5,1
ZVB Ortszentrum Halstenbek									5	0,0	66	0,7	71	0,1	19	90	0,2
SO Möbelmeile																	
Sonstiger Handel																	
Σ Halstenbek									5	0,0	66	0,7	71	0,1	19	90	0,2
Ellerbek											69	0,8	69	0,1	21	90	0,2
Σ Zone 4c Südost-HH	128	1,5	222	3,4	716	4,5	95	0,5	1.796	10,5	3.031	34,1	5.988	7,8	1.742	7.730	15,4
Umsatz/KKB im Einzugsgebiet	5.098	58,2	3.780	57,6	9.242	57,6	8.629	45,2	9.204	53,6	4.424	49,8	40.377	52,8	9.753	50.130	100,0
Abfluss nach ...																	
ZVB Innenstadt Kaltenkirchen					31	0,2							31	0,0	239	270	
SO Dodenhof	174	2,0	188	2,9	489	3,0	510	2,7	438	2,5	74	0,8	1.874	2,4	3.006	4.880	
SO Ohland-Park	286	3,3	185	2,8	458	2,9	419	2,2	485	2,8	236	2,7	2.070	2,7	6.860	8.930	
Sonstiger Handel									43	0,3	3	0,0	46	0,1	1.134	1.180	
Σ Kaltenkirchen	461	5,3	373	5,7	978	6,1	929	4,9	966	5,6	314	3,5	4.021	5,3	11.239	15.260	

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Sortiment Sportsortiment, gesamt inkl. Fahrräder für das Einzugsgebiet Elmshorn / FMZ Franzosenhof – Ausgangslage																
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten – Erklärung der Umsatzherkunft in den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen																
Standortbereich	Zone 1 Elmshorn		Zone 2 Nah		Zone 3 Rand		Zone 4a Nord		Zone 4b Südost		Zone 4c Südost-HH		Einzugsgebiet total		Externer Umsatz	Umsatz Total
	Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz	Umsatz/Marktanteil
	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	Tsd. Euro p. a. / %								
ZVB Innenstadt Henstedt-Ulzburg									3	0,0			3	0,0	77	80
NVZ Rhen																
NVZ Dammstücken									5	0,0			5	0,0	85	90
SO Gewerbepark Nord	181	2,1	192	2,9	499	3,1	300	1,6	666	3,9	127	1,4	1.966	2,6	5.184	7.150
Sonstiger Handel	27	0,3	20	0,3	51	0,3	59	0,3	113	0,7	41	0,5	313	0,4	2.947	3.260
Σ Henstedt-Ulzburg	209	2,4	212	3,2	551	3,4	360	1,9	787	4,6	169	1,9	2.287	3,0	8.293	10.580
ZVB Zentrum Garstedt					52	0,3			254	1,5	116	1,3	422	0,6	5.268	5.690
ZVB Norderstedt-Mitte									2	0,0	1	0,0	3	0,0	137	140
NVZ Glashütter Damm																
NVZ Glashütter Markt															150	150
NVZ Harksheider Markt															90	90
NVZ Schmuggelstieg															760	760
NVZ Ulzburger Str.									144	0,8			144	0,2	1.376	1.520
Sonstiger Handel	84	1,0	63	1,0	155	1,0			166	1,0			469	0,6	1.751	2.220
Σ Norderstedt	84	1,0	63	1,0	207	1,3			566	3,3	117	1,3	1.039	1,4	9.531	10.570
ZVB Innenstadt Wedel			26	0,4	62	0,4			67	0,4			155	0,2	1.175	1.330
NVZ Am Marienhof															90	90
NVZ Feldstr.																
NVZ Hans-Böckler-Platz															90	90
SO Rissener Str.					21	0,1			28	0,2			50	0,1	250	300
Sonstiger Handel	3	0,0	4	0,1	75	0,5			80	0,5	8	0,1	170	0,2	1.610	1.780
Σ Wedel	3	0,0	30	0,5	159	1,0			176	1,0	8	0,1	375	0,5	3.215	3.590
ZVB Innenstadt Kellinghusen					5	0,0	103	0,5					108	0,1	382	490
Sonstiger Handel					5	0,0	30	0,2					35	0,0	195	230
Σ Kellinghusen					10	0,1	133	0,7					143	0,2	577	720
ZVB HH-Fuhlsbüttler Str.	66	0,8	49	0,8	121	0,8	72	0,4	270	1,6	167	1,9	746	1,0	6.134	6.880
ZVB HH-Osdorf/Elbe-EKZ	11	0,1	31	0,5	130	0,8	12	0,1	337	2,0	132	1,5	654	0,9	7.826	8.480
ZVB HH-Wandsbek	31	0,4	23	0,4	57	0,4	14	0,1	241	1,4	182	2,1	549	0,7	7.461	8.010
ZVB HH-Langenhorn-Mitte	102	1,2	88	1,3	272	1,7	131	0,7	388	2,3	200	2,3	1.181	1,5	6.089	7.270
Sonstige Abflüsse Stadt Hamburg	1.280	14,6	939	14,3	2.348	14,6	2.480	13,0	2.620	15,2	2.003	22,6	11.670	15,2		
Neumünster	341	3,9	255	3,9	499	3,1	3.683	19,3	390	2,3	159	1,8	5.328	7,0		
Regionale Abflüsse / Umgeb. Einkaufslagen gesamt	2.588	29,6	2.063	31,4	5.333	33,2	7.814	40,9	6.741	39,2	3.451	38,9	27.990	36,6	60.367	71.360
Diffuser Abfluss	761	8,7	487	7,4	917	5,7	1.974	10,3	636	3,7	688	7,8	5.464	7,1		
Ausgabenvolumen	8.755	100,0	6.561	100,0	16.056	100,0	19.089	100,0	17.186	100,0	8.876	100,0	76.524	100,0		

Quelle: bulwiengesa AG

KKB = Kaufkraftbindung; ZVB = Zentraler Versorgungsbereich; STZ = Stadtteilzentrum, OZ = Ortszentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, NV = Nahversorgung, OT = Ortsteil, VB = Verflechtungsbereich, SO = Sonderstandort

7 TRAGFÄHIGKEITSANALYSE

Der nachfolgende Untersuchungsschritt ermittelt die Tragfähigkeit Elmshorns für das gesamte Sportsortiment auf Basis des von der Innenstadt erreichten Einzugsgebietes, d. h. der Marktzone 1-3. Die von einem Decathlon-Fachmarkt zusätzlich ansprechbaren Marktzone 4a-4c sind aus der Innenstadt heraus lediglich durch geringfügige Streu- oder Zufallskunden zu erreichen. Die analytisch zuverlässigste Möglichkeit zur Ableitung eines realistischen Ziel-Umsatzes für einen Einzelhandelsstandort ist die Ermittlung seines tatsächlichen Einzugsgebietes (hier also beschränkt die Marktzone 1-3), der Berechnung des darin enthaltenen Nachfragevolumens und die Bestimmung einer realitätsnahen Kaufkraftbindung, die dieser Standort in den unterschiedlichen Marktzone des Einzugsgebietes durchsetzen kann. Eine Marktzonegliederung des Einzugsgebietes ist erforderlich, um das Gefälle der Marktdurchdringung zwischen der Standortgemeinde, ihrem Nahbereich sowie entfernteren Randbereichen des Einzugsgebietes abbilden zu können.

Das Elmshorner Einzugsgebiet ist für die Innenstadt hinreichend zuverlässig ermittelt und auch im Zeitablauf empirisch validiert.¹³ Darüber hinausgreifende betriebsspezifische Einzugsbereiche großer Fachmärkte im GE Grauer Esel wurden im Rahmen der Marktverteilungsrechnung plausibilisiert und berücksichtigt, da hierfür keine ausreichend empirischen Daten zur Verfügung stehen.

Die tragfähigen Marktspielräume werden für die gegenwärtige Einwohnerzahl und das gegenwärtige Nachfragevolumen berechnet. Die Ableitung zeigt auf, welche Umsatzleistung in Elmshorn erzielbar wäre, wenn als Benchmarks Kaufkraftbindungsquoten angesetzt werden, die von relativ freistehenden (d. h. nicht unmittelbar zu gleichran-

gigen oder übergeordneten Zentren benachbarten) leistungsstarken Mittelzentren realistisch in den untersuchungsrelevanten Sortimenten erzielbar sind. Hierzu liegen Benchmarks aus zahlreichen Untersuchungen vor. Zu berücksichtigen ist dabei neben dem regionalen Wettbewerb auch der Eigenversorgungsgrad der im Umland gelegenen Gemeinden.

Die Tragfähigkeitsanalyse setzt auf die Marktverteilungsrechnung der Ausgangslage auf und berücksichtigt die Vollsortimentsplanung mit rd. 800 bis 1.000 qm Verkaufs-/Nutzfläche in der Elmshorner Innenstadt in der Königstraße.

Kaufkraftbindung und Tragfähigkeit

Ausgehend von der regionalen Wettbewerbslandschaft und dem Eigenbesatz inkl. Planungen in Elmshorn leiten sich die realistisch durchsetzbaren Zielkaufkraftbindungen der Sport-Einzelsortimente zwischen ca. 60 bis 70 % ab. Im Fahrradsegment fallen diese tendenziell höher aus; durch das Fehlen eines modernen Fahrrad-Fachmarktes in Elmshorn sind Marktspielräume erkennbar.

Die Ziel-Kaufkraftbindungsquoten für Mittelzentren gehen tendenziell etwas zurück, weil insbesondere in den Ballungsräumen durch fortschreitende Suburbanisierungsprozesse die Verflechtungen mit den regionalen Oberzentren eher zu- als abnehmen. Die Verflechtungen – insb. mit der Freien und Hansestadt Hamburg – haben gem. Einzelhandelskonzept Elmshorn 2016 (S. 130f) zugenommen.

Gegenwärtig dürften in Elmshorn etwa 50 % der gesamten eigenen Nachfrage vor Ort umgesetzt werden können. Aus Zone 2 sind es ein Drittel und aus der entfernteren Randzone 3 um 13 %. Damit bewegt

¹³ Einzelhandelskonzept für die Stadt Elmshorn 2016, S. 83ff

Ableitung rechnerisch tragfähiger Flächenpotenziale in Elmshorn im Sportsortiment								
Warengruppe	Ziel-Umsatz Mio. Euro	Flächenproduktivität* Euro/qm VKF		Rechnerisch tragfähige VKF qm		Vorhandene VKF qm	Aktuelle Flächenreserve VKF qm	
		Niveau 95 %	Niveau 100 %	von	bis		min.	max.
Breitensport	5,3	2.865	3.015	1.748	1.840	1.300	448	540
Spezialsport	4,7	2.187	2.302	2.043	2.150	960	1.083	1.190
Fahrrad+Zubehör	5,3	3.072	3.234	1.654	1.741	1.070	584	671
Einzelhandel gesamt	15,3	2.673	2.814	5.445	5.732	3.330	2.115	2.402

Quelle: Berechnungen bulwiengesa AG

* Referenzniveau: Aktuelle Flächenproduktivitäten in Elmshorn

sich die durchschnittliche Kaufkraftbindung im gesamten Einzugsgebiet bei etwa 26 %.

Für Elmshorn (Zone 1) ermittelt sich eine Ziel-Kaufkraftbindung von rd. 63 %, im gesamten Einzugsgebiet rangiert diese bei ca. 40 %. Daraus leitet sich ein unter Idealbedingungen umsetzbarer realistischer Ziel-Umsatz von rd. 15,3 Mio. Euro p. a. ab.

Gegenüber der Ausgangslage (9,6 Mio. Euro Umsatz im gesamten Sportsortiment) ergibt sich daraus eine realistische Bindungsreserve von etwa +5,7 Mio. Euro.

Die Bindungsreserve könnte aktiviert werden, wenn noch verbliebene Angebotsdefizite beseitigt werden bzw. das Angebot weiter verdichtet und attraktiver aufgestellt werden kann. Neben einem Fahrradfachmarkt als Ergänzung zu den Fahrradgeschäften in Elmshorn ist auch eine stärkere Differenzierung des Kern-Sportsortiments denkbar. Eine Arrondierung im nicht breitensportlichen Bereich durch ergänzende Sortimente könnte die in der Ausgangslage relativ geringe Kaufkraftbindung erhöhen und die Abflüsse verringern.

Die vorstehenden Übersichten leiten den Ziel-Umsatz für Elmshorn über nach Marktzone und Hauptwarengruppen differenzierte Zielgrößen für die durchsetzbare Kaufkraftbindung ab. Im zweiten Step berechnen wir aus dem Ziel-Umsatz über die Gewichtung mit auskömmlichen Flächenproduktivitäten für jede Warengruppe einen aus heutiger Perspektive voraussichtlich nachhaltig tragfähigen Verkaufsflächenrahmen für das Sportsortiment in Elmshorn. Als Flächenproduktivität ziehen wir zunächst die in der Gegenwart in Elmshorn erzielten Flächenproduktivitäten heran. Da erweiterte oder neu angesiedelte Betriebe in aller Regel auch zusätzlichen Wettbewerbsdruck entfalten, haben wir einen Abschlag von pauschal 5 % auf die gegenwärtige Auslastung als vertretbaren Verdrängungsdruck unterstellt¹⁴.

Aus der Gewichtung des Ziel-Umsatzes mit

a) 100 % der gegenwärtigen Flächenproduktivität

¹⁴ Im Einzelfall könnte sicherlich auch eine höhere Verdrängung akzeptiert werden; dies bedürfte jedoch einer vorherigen fachgutachterlichen Überprüfung des jeweiligen Projektes.

Ziel-Kaufkraftbindung im Sportsortiment inkl. Fahrrad+Zubehör											
Warengruppe		Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 1-3	Zone 4a	Zone 4b	Zone 4c	Einzugsgebiet Gesamt	Externer Zufluss	Zielumsatz total
Breitensport	Nachfragevolumen p. a.	3,0 Mio. €	2,2 Mio. €	5,5 Mio. €	10,7 Mio. €	6,5 Mio. €	5,9 Mio. €	3,0 Mio. €	26,1 Mio. €		
	KK-Bindung IST	55 %	36 %	17 %	32 %	4 %	1 %	1 %	14 %		
	Bestandsumsatz p. a.	1,7 Mio. €	0,8 Mio. €	0,9 Mio. €	3,4 Mio. €	0,2 Mio. €	0,1 Mio. €	0,0 Mio. €	3,7 Mio. €	0,2 Mio. €	3,9 Mio. €
	<i>max. Ziel-Bindung</i>	60 %	50 %	25 %	40 %	10 %	3 %		19 %		
	<i>max. Ziel-Umsatz p. a.</i>	1,8 Mio. €	1,1 Mio. €	1,4 Mio. €	4,3 Mio. €	0,7 Mio. €	0,1 Mio. €	0,0 Mio. €	5,1 Mio. €	0,2 Mio. €	5,3 Mio. €
Spezialsport	Nachfragevolumen p. a.	2,7 Mio. €	2,0 Mio. €	5,0 Mio. €	9,8 Mio. €	5,9 Mio. €	5,4 Mio. €	2,8 Mio. €	23,8 Mio. €		
	KK-Bindung IST	29 %	22 %	11 %	18 %	4 %	2 %	1 %	9 %		
	Bestandsumsatz p. a.	0,8 Mio. €	0,5 Mio. €	0,6 Mio. €	1,8 Mio. €	0,2 Mio. €	0,1 Mio. €	0,0 Mio. €	2,1 Mio. €	0,1 Mio. €	2,2 Mio. €
	<i>max. Ziel-Bindung</i>	60 %	50 %	25 %	40 %	10 %	3 %		19 %		
	<i>max. Ziel-Umsatz p. a.</i>	1,6 Mio. €	1,0 Mio. €	1,3 Mio. €	3,9 Mio. €	0,6 Mio. €	0,1 Mio. €	0,0 Mio. €	4,6 Mio. €	0,1 Mio. €	4,7 Mio. €
Fahrrad+Zubehör	Nachfragevolumen p. a.	3,0 Mio. €	2,3 Mio. €	5,6 Mio. €	10,9 Mio. €	6,6 Mio. €	6,0 Mio. €	3,1 Mio. €	26,5 Mio. €		
	KK-Bindung IST	54 %	36 %	10 %	27 %	4 %	1 %	0 %	12 %		
	Bestandsumsatz p. a.	1,6 Mio. €	0,8 Mio. €	0,5 Mio. €	3,0 Mio. €	0,3 Mio. €	0,1 Mio. €	0,0 Mio. €	3,3 Mio. €	0,2 Mio. €	3,5 Mio. €
	<i>max. Ziel-Bindung</i>	70 %	50 %	20 %	40 %	10 %	3 %		20 %		
	<i>max. Ziel-Umsatz p. a.</i>	2,1 Mio. €	1,1 Mio. €	1,1 Mio. €	4,4 Mio. €	0,7 Mio. €	0,1 Mio. €	0,0 Mio. €	5,2 Mio. €	0,2 Mio. €	5,3 Mio. €
GESAMT	Nachfragevolumen p. a.	8,8 Mio. €	6,6 Mio. €	16,1 Mio. €	31,4 Mio. €	19,1 Mio. €	17,2 Mio. €	8,9 Mio. €	76,5 Mio. €		
	KK-Bindung IST	47 %	32 %	13 %	26 %	4 %	1 %	0 %	12 %		
	Bestandsumsatz p. a.	4,1 Mio. €	2,1 Mio. €	2,0 Mio. €	8,2 Mio. €	0,7 Mio. €	0,2 Mio. €	0,0 Mio. €	9,2 Mio. €	0,4 Mio. €	9,6 Mio. €
	<i>Umsatzanteil</i>	42 %	22 %	21 %	85 %	8 %	2 %	0 %	96 %	4 %	100 %
	<i>max. Ziel-Bindung</i>	63 %	50 %	23 %	40 %	10 %	3 %	0 %	19 %		
	<i>max. Ziel-Umsatz p. a.</i>	5,6 Mio. €	3,3 Mio. €	3,7 Mio. €	12,6 Mio. €	1,9 Mio. €	0,4 Mio. €	0,0 Mio. €	14,9 Mio. €	0,4 Mio. €	15,3 Mio. €
	<i>Umsatzanteil</i>	36 %	21 %	24 %	82 %	12 %	3 %	0 %	97 %	3 %	100 %

Quelle: Berechnung bulwiengesa

Rundungsdifferenzen möglich

b) 95 % der gegenwärtigen Flächenproduktivität errechnet sich für jede Warengruppe ein Zielkorridor für voraussichtlich ausreichend tragfähige Verkaufsflächen in Elmshorn.

Insgesamt ergibt sich für die Gegenwart ein zusätzliches Umsatzpotenzial von rechnerisch ca. 5,7 Mio. Euro, das je nach Auslastungs-Benchmark 95 % oder 100 % einer zusätzlichen Verkaufsflächenreserve von rechnerisch ca. 2.100 - 2.400 qm in Elmshorn entspricht.

Decathlon nimmt etwa 2.900 qm VKF ein. Entsprechend ist eine erhöhte Verdrängungswirkung zu erwarten und/oder am Standort Franzosenhof werden auf Grund der hohen Verkehrsgunst und Reichweite in einem höheren Ausmaß als an anderen Standorten Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes empfangen, wobei dessen Ausdehnung diese Effekte bereits berücksichtigt und weit über das Einzugsgebiet der Innenstadt hinausgeht.

Die nachfolgende Auswirkungsanalyse geht dieser Frage vertieft nach.

8 WIRKUNGSANALYSE DECATHLON

Methodische Vorbemerkung

Im Folgenden legen wir dar, welche (modellhaften) Auswirkungen das Vorhaben der Ansiedlung eines Decathlon-Sportfachmarktes am Standort FMZ Franzosenhof in Elmshorn auf die Versorgungsstrukturen und speziell auf die Zentralen Versorgungsbereiche im Umfeld des Projektvorhabens voraussichtlich haben werden, und wie diese gemäß den relevanten städtebaulichen und raumordnerischen Kriterien zu bewerten sind.

Basis für die Ermittlung ist der modellanalytisch-rechnerisch simulierte Markteintritt des Planvorhabens in die Kaufkraftstrom-Modellrechnung der Ausgangslage und damit die Ableitung der Kaufkraftstrom-Modellrechnung für die Prognosesituation für das untersuchungsrelevante Sortiment Sportbedarf inkl. Fahrrad+Zubehör.

Die Rechnung basiert auf einem von Prof. Bruno Tietz fortentwickelten Gravitationsansatz und vermag auch komplexe Kaufkraftverflechtungen in sich gegenseitig mehrfach überlagernden Einzugsgebieten realitätsnah abzubilden.

8.1 Umsatzermittlung und Tragfähigkeit des geplanten Decathlon-Fachmarktes

Die Zielumsatzschätzung leitet sich ab aus dem Nachfragevolumen im Sportsegment (Breitensport, spezielle Sportarten, Fahrräder+Zubehör), der Wettbewerbssituation in der Ausgangslage inkl. der Planung des Intersport-Fachmarktes in der Innenstadt von Elmshorn.

Für den geplanten Sportfachmarkt ermittelt sich im o. g. Sportsortiment eine Umsatzerwartung von rund 7,6 Mio. Euro p. a. Vor dem Hintergrund einer innerhalb des Einzugsgebietes mäßigen Wettbewerbssituation dürfte das Projektvorhaben Decathlon-Sportfachmarkt eine durchschnittliche geringe Kaufkraftbindung in seinem gesamten Einzugsgebiet von rd. 9 % generieren können.

Diese Größenordnung ist durchsetzbar, weil der Standort Franzosenhof durch die Lage an der BAB 23 eine gute Erreichbarkeit aus dem gesamten Einzugsgebiet gewährleistet und von der hohen Zentralität des Lagebereiches der Fachmarkttagglomeration Grauer Esel profitieren kann.

Der Ziel-Umsatz setzt sich räumlich – nach Marktzone differenziert – wie folgt zusammen:

- Ca. ein Fünftel des Projektumsatz bei einer Kaufkraftbindung von 19 % generiert der Markt aus dem Stadtgebiet von Elmshorn.
- Aus dem Nah-Einzugsgebiet von Elmshorn werden rund 16,0 % der Kaufkraft gebunden.
- Der Sportfachmarkt erreicht in der Zone 3 eine Kaufkraftbindung von noch ca. 11 %.
- Die Marktzone 1-3 bilden näherungsweise den Mittelbereich der Stadt Elmshorn ab (das in Zone 3 gelegene Glückstadt wird allerdings dem Mittelzentrum Itzehoe zugeordnet). Mit Kunden aus diesem Bereich erwirtschaftet Decathlon voraussichtlich rd. 4,4 Mio. Euro p. a. bzw. 59 % seines Umsatzes (ausgenommen den Raum Glückstadt ca. 55 - 56 % seines Umsatzes) bei einer \emptyset Kaufkraftbindung von 14 %. Mit Kunden aus die-

- sem Raum steht Decathlon potenziell im Wettbewerb zum innerstädtischen Sportfachmarkt.
- Für die Zone 4a (Raum Itzehoe) ermittelt sich eine deutlich abgeschwächte Kaufkraftbindung von rd. 7 %.
 - Die Zone 4b (Raum Pinneberg – Quickborn) wird auf Grund der erhöhten Orientierung auf Hamburg nochmals schwächer erreicht und weist eine Kaufkraftbindung von ca. 4 % auf.
 - Aus der Streuzone 4c (Halstenbek/Schenefeld) wird mit 1-2 % Kaufkraftbindung nur noch marginal Kaufkraft gebunden, der Einfluss des oberzentralen Angebotes in Hamburg schlägt hier bereits sehr stark durch. Mit einem Umsatzbeitrag von 2 % trägt diese Zone jedoch nur unwesentlich zur Wirtschaftlichkeit des Projektes bei.
 - Die Zonen 4b und 4c würden bei Ansiedlung eines Decathlon-Sportfachmarktes im Hamburger Westen je nach seinem konkreten Standort ggf. ganz oder teilweise zurückzunehmen sein. Hierfür bestanden zum Untersuchungszeitpunkt allerdings mangels geeigneter Flächen keine Ansätze.
 - Hinzu kommen im Sportsortiment rund 0,9 Mio. Euro p. a. durch externe Zufalls- und Streukunden mit Hauptwohnsitz außerhalb des Einzugsgebietes, vorwiegend ausgehend von Touristen, Pendlern und Streukunden aus dem tieferen ländlichen Hinterland nördlich von Itzehoe entlang der Achse der BAB 23 bis zur Küstenlinie der Elbe/Nordsee. Mit rd. 12 % Umsatzanteil wird ein bedeutender Anteil des Projektumsatzes durch diese Gruppe erwirtschaftet. Noch höhere Anteile an externen Kunden würden dagegen auf ein zu gering dimensioniertes Einzugsgebiet hindeuten.
- Daraus ergibt sich für den geplanten Decathlon Sportfachmarkt eine Flächenproduktivität, d. h. der pro Quadratmeter Verkaufsfläche generierte Umsatz, von rund 2.500 Euro/qm, welcher für einen vergleichsweise kleineren Fachmarkt dieses Betreibers etwas erhöht, im Randbereich der Metropole Hamburg jedoch zumindest angemessen ist, solange im Hamburger Westen kein weiteres Decathlon-Outlet eröffnet.¹⁵ Dieser Wert eröffnet dem Planvorhaben insoweit eine betriebswirtschaftlich gute Tragfähigkeit.
 - Etwa 41 % des Projektumsatzes (Kunden aus den Zonen 4a-c zzgl. externe Streukunden) würden mit Kunden aus Herkunftsräumen erwirtschaftet, die von der Elmshorner Innenstadt nicht oder nur marginal über Streuverflechtungen angesprochen werden. Diese Umsätze stehen insoweit nicht im Wettbewerb zum innerstädtischen Sportfachmarkt bzw. würden diesem nicht oder nur in geringen Anteilen entzogen. Umgekehrt kann der innerstädtische Sportfachmarkt distanzbedingt nicht durch zusätzliche Koppelungskunden an der erhöhten Reichweite eines Decathlon-Fachmarktes im FMZ Franzosenhof partizipieren.

¹⁵ Benchmark: ø 1.900 bis 3.100 Euro je qm/VKF; Mindestbetriebsgröße Fachmarkt: 800 qm VKF; Quelle: Verband deutscher Sportfachhandel e.V. (vds), Bundesverband Campingwirtschaft in Deutschland e.V. (BVCD), BBE Handelsberatung 2018/19, entnommen aus Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019, Hrsg. Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag; EHI Handelsdaten 2019 für Decathlon: 2.100 Euro je qm/VKF bei ø-VKF 3.200 qm;

Umsatzschätzung Planvorhaben Decathlon					
Zone	Einwohner	Ausgaben-	Kaufkraft-	Umsatzchance	Umsatz-
		volumen	bindung		zusammensetz-
		Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	zung nach ...
					%
					Herkunft
1	49.883	8.755	19	1.630	22
2	26.589	6.561	16	1.054	14
3	78.641	16.056	11	1.749	23
Σ 1-3	155.113	31.373	14	4.433	59
4a	77.357	19.089	7	1.429	19
4b	57.807	17.186	4	605	8
4c	51.031	8.876	2	144	2
EZG	341.308	76.524	9	6.610	88
plus externer Zufluss				940	12
Umsatz gesamt p. a.				7.550	100
Dimensionierung und Auslastung Decathlon					
Sortiment	Umsatz	Verkaufsfläche	Raumleistung		
	Tsd. Euro p. a.	qm	Euro/qm VKF p. a.		
Breitensport	2.350	900	2.611		
Spezialsport	3.950	1.500	2.633		
Fahrrad+Zubehör	1.250	600	2.083		
Gesamtprojekt	7.550	3.000	2.517		

8.2 Marktverteilung/Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet – Prognose nach Markteintritt des Vorhabens

Mit der Projektrealisierung wird neben dem Intersport-Vollsortimenter in der Innenstadt von Elmshorn ein weiterer Sport-Vollsortimenter mit umfassendem Sportsortiment in Elmshorn das Angebot erweitern.

Die Kaufkraftbindung in Elmshorn steigt von 47 % mit Realisierung des Vorhabens und nach Abzug der Kompensationswirkungen (örtliche Umverteilung) um beachtliche 11 %-Punkte auf 58 % an. Das jährliche Umsatzpotenzial würde sich in Elmshorn im Sportsegment inkl. Fahrräder um rd. 6,1 Mio. Euro erhöhen. Mit zunehmender Distanz zum Standort Elmshorn steigt durch Decathlons hohe Reichweite die Zunahme der Kaufkraftbindung: In Zone 3 (äußeres Umland-Einzugsgebiet der Elmshorner Innenstadt) kann sie von knapp 13 % auf knapp 22 % fast verdoppelt werden und in den Zonen 4a-c wird überhaupt erst durch Decathlon eine nennenswerte, wenngleich niedrige Kaufkraftbindung erzielt. Decathlon vermag durch eigene Ausstrahlung in Verbindung mit der Einbettung in das Fachmarktzentrum Franzosenhof nahe der BAB 23 insoweit auch weit entfernte Kunden anzusprechen, welche durch die Innenstadt nicht mehr erreicht werden. Allerdings verbleiben diese Kunden voraussichtlich bei Decathlon bzw. in der Fachmarktlage. Eine Weiterreichung an die Innenstadt kann nahezu ausgeschlossen werden.

Eine Kopplung zwischen dem Fachmarktzentrum Franzosenhof und der Innenstadt ist grundsätzlich nur abgeschwächt nachweisbar. Befragungen im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Elmshorn 2016 ergaben, dass die Kopplungsquoten zwischen City und Standort Franzosenhof mit zunehmender Wohnort-Entfernung der befragten Innenstadt-Besucher tendenziell eher zurückgehen (s. Tabelle) – sie müssten jedoch umgekehrt signifikant zunehmen, wenn das Fachmarktzentrum Fernkunden an die Innenstadt weiterreichen wür-

de. Dies ist jedoch distanz- und anfahrbedingt gegenwärtig nicht der Fall und dürfte es auch künftig nicht werden. Je breiter das Fachmarktangebot um die Hamburger Straße aufgestellt ist, desto geringer dürften die Chancen hierfür zudem werden.

Zudem berücksichtigen wir eine Eigenkonkurrenz bzw. -kannibalisierung mit vorhandenen Decathlon-Märkten v. a. in Hamburg-Langenhorn, geringfügig auch in Hamburg-Wandsbek, mit einem Umsatzverlust von zusammen rd. 0,4 Mio. Euro p. a. an den neuen Standort in Elmshorn.

Kopplungsquoten zwischen Innenstadt und FMZ Franzosenhof				
	Zone 1 (Elmshorn)	Zone 2+3	Streukunden	Gesamt
in %	5,8 %	4,6 %	4,5 %	5,4 %
∑ Gesamtheit n =	277	108	22	407

Quelle: bulwiengesa AG; n=407 (Innenstadtbesucher)

Insoweit kann die Innenstadt oder auch ein Sportangebot in der City nicht von einem erweiterten Einzugsgebiet des im Fachmarktzentrum Franzosenhof gelegenen Sportfachmarktes profitieren.

Somit konkurriert ein innerstädtischer Sportvollsortimenter mit dem geplanten Sportfachmarkt am Franzosenhof insbesondere im breiten-sportlichen Sortiment zwar um die selben Kunden der Zonen 1-3, partizipiert jedoch nicht an dessen höherer Ausstrahlung in die Markt-zonen 4a-4c.

Nicht-zentrenrelevante „spezielle“ Sportsortimente sowie Fahrradsortimente würde durch den zukünftigen innerstädtischen Intersport-Fachmarkt nur im Randsortiment abgebildet oder gar nicht geführt. Hier konkurriert Decathlon vorwiegend mit den Spezialanbietern der Region.

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Sortiment Sportsortiment, gesamt inkl. Fahrräder für das Einzugsgebiet Elmshorn / FMZ Franzosenhof – ZUKÜNFTIG																					
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten - Erklärung der Umsatzherkunft in den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen																					
Standortbereich	Zone 1 Elmshorn		Zone 2 Nah		Zone 3 Rand		Zone 4a Nord		Zone 4b Südost		Zone 4c Südost-HH		Einzugsgebiet total		Externer Umsatz		Umsatz Total		Projektbedingte Veränderung		
	Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz Tsd. Euro p. a.		Umsatz/Marktanteil Tsd. Euro p. a. / %		Veränderung Tsd. Euro p. a. / %		
Projekt: Decathlon	1.630	18,6	1.054	16,1	1.749	10,9	1.429	7,5	605	3,5	144	1,6	6.610	8,6	940	7.550	13,9				
Sonstige FMA Grauer Esel	448	5,1	321	4,9	421	2,6	229	1,2	94	0,5	18	0,2	1.531	2,0	123	1.654	3,1			-416	-20,1
Σ FMA Grauer Esel	2.078	23,7	1.375	20,9	2.170	13,5	1.658	8,7	699	4,1	162	1,8	8.141	10,6	1.063	9.204	17,0			7.134	344,6
ZVB Innenstadt Elmshorn	1.570	17,9	795	12,1	962	6,0	244	1,3	48	0,3	12	0,1	3.632	4,7	102	3.734	6,9			-856	-18,7
NVZ Eichstr.																					
NVZ Hainholzer Markt	55	0,6	10	0,2	10	0,1							75	0,1	3	78	0,1			-2	-2,6
NVZ Koppeldamm																					
Sonstiger Handel	1.334	15,2	670	10,2	336	2,1	157	0,8	37	0,2			2.534	3,3	126	2.660	4,9			-190	-6,7
Σ Elmshorn (Zone 1)	5.037	57,5	2.850	43,4	3.478	21,7	2.059	10,8	784	4,6	174	2,0	14.381	18,8	1.293	15.675	28,9			6.085	63,5
Σ Sonstiger Handel Zone 2	29	0,3	151	2,3	54	0,3							233	0,3	103	336	0,6			-14	-4,0
ZVB Innenstadt Glückstadt			76	1,2	474	3,0	111	0,6					661	0,9	20	681	1,3			-29	-4,0
Sonstiger Handel	33	0,4	56	0,9	305	1,9	76	0,4					470	0,6	534	1.003	1,9			-27	-2,6
Σ Glückstadt	33	0,4	132	2,0	779	4,9	187	1,0					1.131	1,5	554	1.685	3,1			-55	-3,2
ZVB Innenstadt Tornesch			38	0,6	322	2,0	6	0,0	59	0,3			424	0,6	24	449	0,8			-11	-2,4
Sonstiger Handel	11	0,1	55	0,8	427	2,7	6	0,0	91	0,5			589	0,8	46	635	1,2			-15	-2,3
Σ Tornesch	11	0,1	93	1,4	749	4,7	12	0,1	150	0,9			1.014	1,3	70	1.084	2,0			-26	-2,4
ZVB Innenstadt Uetersen	39	0,4	97	1,5	683	4,3	6	0,0	128	0,7			952	1,2	107	1.059	2,0			-51	-4,6
Sonstiger Handel			56	0,9	388	2,4	12	0,1	48	0,3			504	0,7	52	556	1,0			-14	-2,5
Σ Uetersen	39	0,4	153	2,3	1.071	6,7	17	0,1	176	1,0			1.456	1,9	159	1.615	3,0			-65	-3,9
ZVB Innenstadt Barmstedt	26	0,3	117	1,8	458	2,9			21	0,1			622	0,8	254	876	1,6			-44	-4,8
Sonstiger Handel	11	0,1	70	1,1	288	1,8			21	0,1			390	0,5	58	449	0,8			-11	-2,5
Σ Barmstedt	37	0,4	187	2,8	747	4,7			42	0,2			1.012	1,3	312	1.324	2,4			-56	-4,0
Sonstiger Handel Zone 3	78	0,9	45	0,7	163	1,0	117	0,6	82	0,5			484	0,6	129	613	1,1			-37	-5,6
Σ Zone 3	197	2,2	611	9,3	3.508	21,8	332	1,7	450	2,6			5.097	6,7	1.224	6.321	11,7			-239	-3,6
ZVB Innenstadt Itzehoe	27	0,3	87	1,3	404	2,5	2.417	12,7	10	0,1			2.944	3,8	346	3.290	6,1			-170	-4,9
NVZ Hanseatenplatz			2	0,0	20	0,1	96	0,5					118	0,2	39	157	0,3			-3	-2,0
NVZ Ostlandplatz																					
SO Sude			2	0,0	30	0,2	145	0,8					177	0,2	98	275	0,5			-5	-1,6
SO Edendorf			10	0,2	64	0,4	266	1,4					340	0,4	141	481	0,9			-9	-1,8
Sonstiger Handel	131	1,5	133	2,0	403	2,5	3.049	16,0					3.716	4,9	1.626	5.343	9,9			-357	-6,3
Σ Itzehoe	158	1,8	233	3,6	922	5,7	5.973	31,3	10	0,1			7.296	9,5	2.250	9.546	17,6			-544	-5,4
Sonstiger Handel Zone 4a			18	0,3	123	0,8	513	2,7					654	0,9	381	1.035	1,9			-55	-5,0
Σ Zone 4a Nord	158	1,8	252	3,8	1.044	6,5	6.486	34,0	10	0,1			7.950	10,4	2.631	10.581	19,5			-599	-5,4

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Sortiment Sportsortiment, gesamt inkl. Fahrräder für das Einzugsgebiet Elmshorn / FMZ Franzosenhof – ZUKÜNFTIG																			
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten - Erklärung der Umsatzherkunft in den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen																			
Standortbereich	Zone 1 Elmshorn		Zone 2 Nah		Zone 3 Rand		Zone 4a Nord		Zone 4b Südost		Zone 4c Südost-HH		Einzugsgebiet total		Externer Umsatz	Umsatz Total		Projektbedingte Veränderung	
	Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz Tsd. Euro p. a.	Umsatz/Marktanteil Tsd. Euro p. a. / %		Veränderung Tsd. Euro p. a. / %	
ZVB Innenstadt Pinneberg			21	0,3	260	1,6			1.218	7,1	193	2,2	1.691	2,2	156	1.848	3,4	-52	-2,8
NVZ Quellental					23	0,1			77	0,4	3	0,0	103	0,1	6	108	0,2	-2	-1,4
NVZ Thesdorf									96	0,6	14	0,2	110	0,1	10	120	0,2		
SO Flensburger Str.	173	2,0	137	2,1	418	2,6	213	1,1	1.788	10,4	452	5,1	3.181	4,2	904	4.085	7,5	-225	-5,2
SO Rosenfeld	98	1,1	77	1,2	285	1,8	141	0,7	779	4,5	234	2,6	1.615	2,1	43	1.657	3,1	-143	-7,9
Sonstiger Handel	82	0,9	52	0,8	292	1,8	161	0,8	1.717	10,0	424	4,8	2.728	3,6	592	3.321	6,1	-179	-5,1
Σ Pinneberg	353	4,0	286	4,4	1.278	8,0	515	2,7	5.675	33,0	1.320	14,9	9.428	12,3	1.712	11.139	20,5	-601	-5,1
SO Prisdorf	13	0,1	12	0,2	68	0,4	18	0,1	199	1,2	13	0,1	323	0,4	167	490	0,9	-10	-2,0
Sonstiger Handel																			
Σ Prisdorf	13	0,1	12	0,2	68	0,4	18	0,1	199	1,2	13	0,1	323	0,4	167	490	0,9	-10	-2,0
ZVB Innenstadt Quickborn					10	0,1			132	0,8			142	0,2	34	175	0,3	-5	-2,7
NVZ Harksheider Weg															320	320	0,6		
SO Halenberg					24	0,1			146	0,9			170	0,2	283	453	0,8	-7	-1,5
Sonstiger Handel					62	0,4			391	2,3			453	0,6	1.048	1.501	2,8	-19	-1,2
Σ Quickborn					95	0,6			670	3,9			765	1,0	1.685	2.450	4,5	-30	-1,2
Sonstiger Handel Zone 4b																			
Σ Zone 4b Südost	366	4,2	298	4,5	1.441	9,0	533	2,8	6.544	38,1	1.333	15,0	10.516	13,7	3.563	14.079	26,0	-641	-4,4
ZVB Innenstadt Schenefeld	17	0,2	28	0,4	230	1,4			415	2,4	1.211	13,6	1.900	2,5	798	2.698	5,0	-102	-3,6
NVZ Friedrich-Ebert-Allee	8	0,1	8	0,1	24	0,1			51	0,3	218	2,5	308	0,4	55	362	0,7	-8	-2,0
Sonstiger Handel					18	0,1			206	1,2	978	11,0	1.201	1,6	605	1.806	3,3	-34	-1,8
Σ Schenefeld	25	0,3	36	0,5	271	1,7			671	3,9	2.407	27,1	3.409	4,5	1.457	4.867	9,0	-143	-2,9
ZVB Ortszentrum Rellingen											9	0,1	9	0,0	1	10	0,0		-0,9
Sonstiger Handel	81	0,9	139	2,1	401	2,5	86	0,5	1.036	6,0	422	4,8	2.165	2,8	210	2.375	4,4	-155	-6,1
Σ Rellingen	81	0,9	139	2,1	401	2,5	86	0,5	1.036	6,0	431	4,9	2.174	2,8	211	2.385	4,4	-155	-6,1
ZVB Ortszentrum Halstenbek									5	0,0	65	0,7	70	0,1	19	89	0,2	-1	-0,9
SO Möbelmeile																			
Sonstiger Handel																			
Σ Halstenbek									5	0,0	65	0,7	70	0,1	19	89	0,2	-1	-0,9
Ellerbek											68	0,8	68	0,1	21	89	0,2	-1	-0,8
Σ Zone 4c Südost-HH	105	1,2	175	2,7	672	4,2	86	0,5	1.713	10,0	2.970	33,5	5.721	7,5	1.709	7.430	13,7	-300	-3,9
Umsatz/KKB im Einzugsgebiet	5.891	67,3	4.337	66,1	10.197	63,5	9.497	49,7	9.501	55,3	4.477	50,4	43.899	57,4	10.523	54.206	100,0	4.076	8,1
Abfluss nach ...																			
ZVB Innenstadt Kaltenkirchen					30	0,2							30	0,0	238	268		-2	-0,7
SO Dodenhof	149	1,7	155	2,4	426	2,7	465	2,4	412	2,4	68	0,8	1.675	2,2	2.875	4.549		-331	-6,8
SO Ohland-Park	199	2,3	142	2,2	382	2,4	390	2,0	468	2,7	232	2,6	1.812	2,4	6.689	8.501		-429	-4,8
Sonstiger Handel									42	0,2	3	0,0	45	0,1	1.125	1.170		-10	-0,8
Σ Kaltenkirchen	348	4,0	297	4,5	837	5,2	855	4,5	923	5,4	303	3,4	3.562	4,7	10.927	14.489		-771	-5,1

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Sortiment Sportsortiment, gesamt inkl. Fahrräder für das Einzugsgebiet Elmshorn / FMZ Franzosenhof – ZUKÜNFTIG																			
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten - Erklärung der Umsatzherkunft in den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen																			
Standortbereich	Zone 1 Elmshorn		Zone 2 Nah		Zone 3 Rand		Zone 4a Nord		Zone 4b Südost		Zone 4c Südost-HH		Einzugsgebiet total		Externer Umsatz	Umsatz Total		Projektbedingte Veränderung	
	Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz/KKB* Tsd. Euro p. a. %		Umsatz Tsd. Euro p. a.	Umsatz/Marktanteil Tsd. Euro p. a. / %		Veränderung Tsd. Euro p. a. / %	
ZVB Innenstadt Henstedt-Ulzburg									3	0,0			3	0,0	77	80			-0,0
NVZ Rhen																			
NVZ Dammstücken									5	0,0			5	0,0	85	90			-0,0
SO Gewerbepark Nord	130	1,5	152	2,3	436	2,7	261	1,4	611	3,6	125	1,4	1.715	2,2	5.082	6.796			-354 -4,9
Sonstiger Handel	20	0,2	19	0,3	49	0,3	56	0,3	110	0,6	41	0,5	296	0,4	2.865	3.161			-99 -3,0
Σ Henstedt-Ulzburg	150	1,7	171	2,6	485	3,0	317	1,7	730	4,2	165	1,9	2.019	2,6	8.108	10.127			-453 -4,3
ZVB Zentrum Garstedt					49	0,3			241	1,4	110	1,2	400	0,5	5.215	5.615			-75 -1,3
ZVB Norderstedt-Mitte									2	0,0	1	0,0	3	0,0	137	140			-0,0
NVZ Glashütter Damm																			
NVZ Glashütter Markt															150	150			
NVZ Harksheider Markt															90	90			
NVZ Schmuggelstieg															760	760			
NVZ Ulzburger Str.									144	0,8			144	0,2	1.376	1.519			-1 -0,0
Sonstiger Handel	79	0,9	60	0,9	151	0,9			163	0,9			453	0,6	1.741	2.194			-26 -1,2
Σ Norderstedt	79	0,9	60	0,9	200	1,2			550	3,2	111	1,3	1.000	1,3	9.468	10.468			-102 -1,0
ZVB Innenstadt Wedel			25	0,4	62	0,4			66	0,4			153	0,2	1.175	1.328			-2 -0,1
NVZ Am Marienhof															90	90			
NVZ Feldstr.																			
NVZ Hans-Böckler-Platz															90	90			
SO Rissener Str.					21	0,1			28	0,2			49	0,1	250	299			-1 -0,3
Sonstiger Handel	3	0,0	4	0,1	74	0,5			80	0,5	8	0,1	168	0,2	1.610	1.777			-3 -0,1
Σ Wedel	3	0,0	29	0,4	156	1,0			173	1,0	8	0,1	370	0,5	3.215	3.585			-5 -0,1
ZVB Innenstadt Kellinghusen					5	0,0	102	0,5					107	0,1	382	489			-1 -0,1
Sonstiger Handel					5	0,0	30	0,2					35	0,0	195	230			
Σ Kellinghusen					10	0,1	132	0,7					142	0,2	577	719			-1 -0,1
ZVB HH-Fuhlsbüttler Str.	66	0,8	49	0,8	121	0,8	72	0,4	270	1,6	167	1,9	745	1,0	6.134	6.879			-1 -0,0
ZVB HH-Osdorf/Elbe-EKZ	4	0,0	14	0,2	87	0,5	11	0,1	327	1,9	130	1,5	574	0,7	7.826	8.400			-80 -0,9
ZVB HH-Wandsbek	4	0,0	3	0,0	9	0,1	11	0,1	236	1,4	178	2,0	440	0,6	7.461	7.901			-109 -1,4
ZVB HH-Langenhorn-Mitte	17	0,2	44	0,7	116	0,7	79	0,4	368	2,1	195	2,2	819	1,1	6.089	6.908			-362 -5,0
Sonstige Abflüsse Stadt Hamburg	908	10,4	688	10,5	1.943	12,1	2.153	11,3	2.492	14,5	1.992	22,4	10.176	13,3					-1.493
Neumünster	253	2,9	190	2,9	434	2,7	3.321	17,4	377	2,2	158	1,8	4.733	6,2					-595
Regionale Abflüsse / Umgebende Einkaufslagen gesamt	1.831	20,9	1.545	23,6	4.399	27,4	6.951	36,4	6.445	37,5	3.407	38,4	24.579	32,1	59.806	69.476			-1.884 -2,6
Diffuser Abfluss	725	8,3	448	6,8	896	5,6	1.969	10,3	636	3,7	679	7,6	5.353	7,0					
Ausgabenvolumen	8.755	100,0	6.561	100,0	16.056	100,0	19.089	100,0	17.186	100,0	8.876	100,0	76.524	100,0					

Quelle: bulwiengesa AG

KKB = Kaufkraftbindung; ZVB = Zentraler Versorgungsbereich; STZ = Stadtteilzentrum, OZ = Ortszentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, NV = Nahversorgung, OT = Ortsteil, VB = Verflechtungsbereich, SO = Sonderstandort

8.3 Umsatzrekrutierung

Nach Simulation des Markteintritts des Decathlon-Fachmarktes dürften gemäß Modellrechnung rund 1,5 Mio. Euro p. a. in Elmshorn umverteilt werden. Etwa 0,9 Mio. Euro davon belasten die Elmshorner Innenstadt und senken in nahezu voller Höhe den Zielumsatz des dortigen Intersport-Fachmarktes. Somit wird einerseits deutlich, dass Decathlon auf Grund seiner höheren Reichweite, seines breiteren Sortimentes sowie einer besonderen Zielgruppenansprache nur partiell im Wettbewerb zum „klassischen“ Breitensportangebot steht, andererseits jedoch auch ein relativ geringer in Elmshorn wirksamer Umsatzanteil bereits eine erhebliche Absenkung des innerstädtischen Umsatzpotenzials hervorrufen wird.

Neben der Umverteilung in Elmshorn in Höhe von ca. 1,5 Mio. Euro p. a. wird das Gros durch Verringerung bisher abfließender Kaufkraft in das Projekt überführt. Ca. 5,2 Mio. Euro würden in Elmshorn am Standort Franzosenhof neu gebunden und ca. 0,9 Mio. Euro p. a. durch die Erhöhung externer Kaufkraftzuflüsse generiert werden.

Umsatzrekrutierung – Sportsortiment inkl. Fahrrad		
Projektumsatz durch:	Mio. Euro	%
Lokale Umverteilung in der Elmshorner Innenstadt	0,9	11,3 %
Lokale Umverteilung restl. Elmshorner Stadtgebiet	0,6	8,1 %
Verringerung von Kaufkraftabflüssen (Neubindung)	5,2	68,7 %
Erhöhung der externen Kaufkraftzuflüsse	0,9	11,9 %
Projektumsatz Kernsortiment gesamt	7,5	100,0 %

* Rundungsdifferenzen in der Darstellung möglich

8.4 Umsatzumverteilung

Methodische Vorbemerkung

Im Folgenden werden Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche geprüft. Diese gehen im Regelfall von der Umlenkung regionaler Kaufkraftströme aus, die an Wettbewerbsstandorten zu Umsatz- und Frequenzabzügen führen und diese entsprechend belasten.

Fällt diese Belastung „mehr als unwesentlich aus“, entsteht ein Risiko für negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen, namentlich

- ein Verlust von Versorgungsfunktionen (hervorgerufen durch fortschreitende Angebotserosion, signifikanten Frequenz- und Reichweitenrückgang);
- Trading-Down-Tendenzen an den betroffenen Standorten (Leerstandsbildung, Angebotsverluste oder -verflachung);
- Unterlassung standorterhaltender Investitionen, Einstellung von Planungen sowie die Gefährdung städtebaulicher Entwicklungs- und Sanierungsziele.

Basis für die quantitative Berechnung projektinduzierter Umverteilungen ist der modellanalytisch-rechnerisch simulierte Markteintritt des Planvorhabens in die Marktverteilungsrechnung der Ausgangssituation und damit die Ableitung der Marktverteilungsrechnung für die Prognosesituation. In zahlreichen Gutachten und gerichtlichen Urteilen basiert die Einordnung und Bewertung, ab welchem Umverteilungsvolumen gemäß den relevanten städtebaulichen und raumord-

nungsplanerischen Kriterien „wesentliche“ oder gar „schädigende“ Wirkungen (z. B. dauerhafte Frequenz- und Umsatzverluste, welche in irreversible Betriebsaufgaben, Leerstandsbindung, Angebot- und Funktionseinschränkungen münden), auf einer Maßgeblichkeitsschwelle von rund 10 %.

Dieser Schwellwert basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie¹⁶.

Aus den Ergebnissen wurde die Schlussfolgerung gezogen, dass sich für innenstadtrelevante Sortimente erhebliche negative städtebauliche Folgen bei einer Umsatzumverteilung zwischen 10 % und 20 % ableiten lassen. Jedoch wurde ergänzt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.

So hat das OVG Nordrhein-Westfalen in einem Urteil vom 01.02.2010¹⁷ festgestellt, dass bereits ein Kaufkraftabfluss von -7,9 % bis -8,8 % in dem betroffenen Warenbereich zu einer städtebaulich nachhaltigen Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit eines Zentralen Versorgungsbereiches führen kann, wenn dieser schon erheblich „vorgeschädigt“ ist. Dieses Urteil verdeutlicht, dass es nicht möglich ist, formelhaft auf bekannte Kennzahlen aus der Rechtsprechung zurückzugreifen, sondern es müssen konkrete Besonderheiten des Sachverhaltes in die Betrachtung einbezogen werden. Je nach konkreter Situ-

¹⁶ Vgl. Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V., DSSW Studie (2016): Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, S. 6/184 oder Kurzfassung; S. 12 sowie GMA (1997): Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg, S. 41

¹⁷ Az.: 7A 1635/07

ation können demnach auch schon unter oder ggf. erst deutlich über der 10 %-Schwelle Strukturschädigungen angenommen werden.

Bei der Berechnung und Bewertung der projektbedingten Umverteilungswirkungen berücksichtigen wir,

- dass Auswirkungen gegenüber typähnlichem Besatz deutlich stärker als gegenüber typunähnlichem Besatz ausfallen;
- dass die Auswirkungen mit abnehmender Erreichbarkeit sowie der Zunahme von Angebotsalternativen im weiteren Umfeld zurückgehen;
- dass die Wettbewerbsintensität in der Ausgangslage auf lokaler Ebene noch nicht besonders ausgeprägt und die Verkaufsfächendichte im Kern-Einzugsgebiet ebenfalls leicht unterdurchschnittlich ausfällt;
- dass die Flächenauslastung des Wettbewerbsnetzes recht hoch und die Wettbewerber im Allgemeinen als robust einzuschätzen sind;
- dass noch keine Anzeichen von gravierenden Vorschädigungen in den Hauptlagen der untersuchungsrelevanten Zentralen Versorgungsbereiche vorliegen. In der Elmshorner Innenstadt stehen jedoch mit dem Erweiterungsvorhaben Buttermarkt/Vormstegen und dem Planvorhaben eines innerstädtischen Intersport-Fachmarktes, welcher auch einen länger anhaltenden Leerstand beseitigen würde, erhebliche Flächenpotenziale vor der Entwicklung. Die Innenstadt von Itzehoe weist zwar eine erhöhte Leerstandsrate auf, welche jedoch dem in die Jahre gekommenen Holstein-Center geschuldet ist, das nach der Schließung des An-

kerbetriebes Marktkauf die Zugkraft auch für die kleineren Geschäfte verloren hat und aufgrund seiner Geschossigkeit und der Lage am Nordkopf der City gehandicapt ist. Die restliche Innenstadt ist jedoch nicht durch einen erhöhten Leerstand auffällig und stellt ein mittelzentrumtypisches Angebot bereit; zudem bestehen Planungen für einen Relaunch des Centers.

- dass die Nachfrageplattform im Untersuchungsraum mindestens stabil, voraussichtlich jedoch sogar leicht steigend sein wird, mithin keine nachfragebedingten zusätzlichen Belastungen durch die Ansiedlung des Marktes zu erwarten sind.
- Im Vordergrund steht im konkreten Fall die Prüfung der verbleibenden Tragfähigkeit eines Sportfachmarktes in der Elmshorner Innenstadt unter dem Wettbewerbseinfluss eines neu anzusiedelnden Decathlon-Fachmarktes im Fachmarktzentrum Franzosenhof.

Umverteilungseffekte im Einzugsgebiet

Zone 1 (Stadt Elmshorn):

Die Umverteilungswirkungen innerhalb der Zone 1 fallen unterschiedlich hoch aus. Innerhalb der Fachmarkttagglomeration Grauer Esel kommt es zu vermeintlich erheblichen Umsatzverschiebungen von bis zu -20 %, welche jedoch vorwiegend die niedrigpreisigen Randsortimentsbereiche von Sonderpostenmärkten und teilweise Fachhandelsbesatz betreffen. Die Umverteilungen in den Streulagen tangieren den Elmshorner Fahrradfachhandel sowie die Randsortimente bei Lebensmittelmärkten und Baumärkten.

Die Innenstadt von Elmshorn wird durch die Ansiedlung von Decathlon am Sonderstandort Franzosenhof mit rd. -19 % belastet. Hierbei unterscheiden sich die Belastungswirkungen in den Teilsortimenten stark und bewegen sich im mittleren einstelligen Bereich im Fahrradsortiment und im deutlich zweistelligen Bereich bei dem breitensportlichen und nicht-zentrenrelevanten Spezialsortiment. Hauptadressat ist die unterstellte Intersport-Fachmarktplanung in der Königstraße, nachrangig Jack Wolfskin und Fahrrad Burmeister in der City sowie die Nebensortimente weiterer Anbieter.

Grundsätzlich bestehen aus der unterschiedlichen Sortimentsgewichtung und Preisstellung (gekoppelt mit einem erhöhten Vermögen der Neukundengewinnung), einem hohen Eigenmarkenanteil bei Decathlon und vor allem aus dessen tendenziell höherer Reichweite auch Chancen für eine synergetische Beziehung beider Vertriebsformen, jedoch bedarf es hierzu eines Standortverbundes oder zumindest einer relativen Standortnachbarschaft zwischen Intersport und Decathlon – und diese Voraussetzung wäre in der untersuchten Standortkonstellation in Elmshorn nicht erfüllt. Einer Zielumsatzabsenkung des innerstädtischen Marktes in Folge einer Abgabe lokaler Kunden an Decathlon stünden weder entlastende Clustereffekte noch eine Partizipation an dessen höherer Reichweite bzw. dessen Fernkundenaufkommen entgegen.

Der Ziel-Umsatz der Intersport-Planung in der Königstraße würde sich durch die Sportfachmarktansiedlung am Franzosenhof um rd. 0,8 Mio. Euro p. a. auf ein Niveau von ca. 1,9 Mio. Euro p. a. reduzieren. Damit dürfte die zukünftige Flächenproduktivität des Intersport-Sportfachmarktes in der Königstraße mit ca. 1.000 qm Verkaufs-/Nutzfläche an den unteren Rand der branchenüblichen Spannweite geraten und die Wirtschaftlichkeit eines innerstädtisch betriebenen Marktes somit in

Umsatzverteilung nach Lagebereichen (Sportsortiment inkl. Fahrräder) – ohne Projekt				
Versorgungsbereich	Ausgangs-	Prognose-	Umsatz-	
	umsatz	umsatz	veränderung	
	Mio. Euro p. a.	Mio. Euro p. a.	Mio. Euro p. a.	%
Sonstige FMA Grauer Esel	2,1	1,7	-0,4	-20,1 %
Σ FMA Grauer Esel	2,1	9,2	7,1	344,6 %
ZVB Innenstadt Elmshorn	4,6	3,7	-0,9	-18,7 %
NVZ Eichstr.		0,0	0,0	
NVZ Hainholzer Markt	0,1	0,1	-0,0	-2,6 %
NVZ Koppeldamm		0,0	0,0	
Sonstiger Handel	2,9	2,7	-0,2	-6,7 %
Σ Elmshorn (Zone 1)	9,6	8,1	-1,5	-15,3 %
Σ Sonstiger Handel Zone 2	0,4	0,3	-0,0	-4,0 %
ZVB Innenstadt Glückstadt	0,7	0,7	-0,0	-4,0 %
Sonstiger Handel	1,0	1,0	-0,0	-2,6 %
Σ Glückstadt	1,7	1,7	-0,1	-3,2 %
ZVB Innenstadt Tornesch	0,5	0,4	-0,0	-2,4 %
Sonstiger Handel	0,7	0,6	-0,0	-2,3 %
Σ Tornesch	1,1	1,1	-0,0	-2,4 %
ZVB Innenstadt Uetersen	1,1	1,1	-0,1	-4,6 %
Sonstiger Handel	0,6	0,6	-0,0	-2,5 %
Σ Uetersen	1,7	1,6	-0,1	-3,9 %
ZVB Innenstadt Barmstedt	0,9	0,9	-0,0	-4,8 %
Sonstiger Handel	0,5	0,4	-0,0	-2,5 %
Σ Barmstedt	1,4	1,3	-0,1	-4,0 %
Sonstiger Handel Zone 3	0,7	0,6	-0,0	-5,6 %
Σ Zone 3	6,6	6,3	-0,2	-3,6 %
ZVB Innenstadt Itzehoe	3,5	3,3	-0,2	-4,9 %
NVZ Hanseatenplatz	0,2	0,2	-0,0	-2,0 %
NVZ Ostlandplatz		0,0	0,0	
SO Sude	0,3	0,3	-0,0	-1,6 %
SO Edendorf	0,5	0,5	-0,0	-1,8 %
Sonstiger Handel	5,7	5,3	-0,4	-6,3 %
Σ Itzehoe	10,1	9,5	-0,5	-5,4 %
Sonstiger Handel Zone 4a	1,1	1,0	-0,1	-5,0 %
Σ Zone 4a Nord	11,2	10,6	-0,6	-5,4 %
ZVB Innenstadt Pinneberg	1,9	1,8	-0,1	-2,8 %
NVZ Quellental	0,1	0,1	-0,0	-1,4 %
NVZ Thesdorf	0,1	0,1	0,0	0,0 %
SO Flensburger Str.	4,3	4,1	-0,2	-5,2 %
SO Rosenfeld	1,8	1,7	-0,1	-7,9 %
Sonstiger Handel	3,5	3,3	-0,2	-5,1 %
Σ Pinneberg	11,7	11,1	-0,6	-5,1 %
SO Prisdorf	0,5	0,5	-0,0	-2,0 %
Sonstiger Handel		0,0	0,0	
Σ Prisdorf	0,5	0,5	-0,0	-2,0 %
ZVB Innenstadt Quickborn	0,2	0,2	-0,0	-2,7 %
NVZ Harksheider Weg	0,3	0,3	0,0	0,0 %
SO Halenberg	0,5	0,5	-0,0	-1,5 %
Sonstiger Handel	1,5	1,5	-0,0	-1,2 %
Σ Quickborn	2,5	2,4	-0,0	-1,2 %
Sonstiger Handel Zone 4b		0,0	0,0	
Σ Zone 4b Südost	14,7	14,1	-0,6	-4,4 %
ZVB Innenstadt Schenefeld	2,8	2,7	-0,1	-3,6 %

Umsatzverteilung nach Lagebereichen (Sportsortiment inkl. Fahrräder) – ohne Projekt				
Versorgungsbereich	Ausgangs-	Prognose-	Umsatz-	
	umsatz	umsatz	veränderung	
	Mio. Euro p. a.	Mio. Euro p. a.	Mio. Euro p. a.	%
NVZ Friedrich-Ebert-Allee	0,4	0,4	-0,0	-2,0 %
Sonstiger Handel	1,8	1,8	-0,0	-1,8 %
Σ Schenefeld	5,0	4,9	-0,1	-2,9 %
ZVB Ortszentrum Rellingen	0,0	0,0	-0,0	-0,9 %
Sonstiger Handel	2,5	2,4	-0,2	-6,1 %
Σ Rellingen	2,5	2,4	-0,2	-6,1 %
ZVB Ortszentrum Halstenbek	0,1	0,1	-0,0	-0,9 %
SO Möbelmeile		0,0	0,0	
Sonstiger Handel		0,0	0,0	
Σ Halstenbek	0,1	0,1	-0,0	-0,9 %
Ellerbek	0,1	0,1	-0,0	-0,8 %
Σ Zone 4c Südost-HH	7,7	7,4	-0,3	-3,9 %
Umsatz im Einzugsgebiet	50,1	46,9	-3,3	-6,5 %
Wesentliche umgebende Einkaufsalternativen außerhalb des Einzugsgebietes				
ZVB Innenstadt Kaltenkirchen	0,3	0,3	-0,0	-0,7 %
SO Dodenhof	4,9	4,5	-0,3	-6,8 %
SO Ohland-Park	8,9	8,5	-0,4	-4,8 %
Sonstiger Handel	1,2	1,2	-0,0	-0,8 %
Σ Kaltenkirchen	15,3	14,5	-0,8	-5,1 %
ZVB Innenstadt Henstedt-Ulzburg	0,1	0,1	-0,0	-0,0 %
NVZ Rhen				
NVZ Dammstücken	0,1	0,1	-0,0	-0,0 %
SO Gewerbehark Nord	7,2	6,8	-0,4	-4,9 %
Sonstiger Handel	3,3	3,2	-0,1	-3,0 %
Σ Henstedt-Ulzburg	10,6	10,1	-0,5	-4,3 %
ZVB Zentrum Garstedt	5,7	5,6	-0,1	-1,3 %
ZVB Norderstedt-Mitte	0,1	0,1	-0,0	-0,0 %
NVZ Glashütter Damm				
NVZ Glashütter Markt	0,2	0,2		
NVZ Harksheider Markt	0,1	0,1		
NVZ Schmuggelstieg	0,8	0,8		
NVZ Ulzburger Str.	1,5	1,5	-0,0	-0,0 %
Sonstiger Handel	2,2	2,2	-0,0	-1,2 %
Σ Norderstedt	10,6	10,5	-0,1	-1,0 %
ZVB Innenstadt Wedel	1,3	1,3	-0,0	-0,1 %
NVZ Am Marienhof	0,1	0,1		
NVZ Feldstr.				
NVZ Hans-Böckler-Platz	0,1	0,1		
SO Rissener Str.	0,3	0,3	-0,0	-0,3 %
Sonstiger Handel	1,8	1,8	-0,0	-0,1 %
Σ Wedel	3,6	3,6	-0,0	-0,1 %
ZVB Innenstadt Kellinghusen	0,5	0,5	-0,0	-0,1 %
Sonstiger Handel	0,2	0,2		
Σ Kellinghusen	0,7	0,7	-0,0	-0,1 %
ZVB HH-Fuhlsbüttler Str.	6,9	6,9	-0,0	-0,0 %
ZVB HH-Osdorf/Elbe-EKZ	8,5	8,4	-0,1	-0,9 %
ZVB HH-Wandsbek	8,0	7,9	-0,1	-1,4 %
ZVB HH-Langenhorn-Mitte	7,3	6,9	-0,4	-5,0 %
Sonstige Abflüsse Stadt Hamburg				
Neumünster				
Regionale Abflüsse / Umgeb. Einkaufslagen gesamt	71,0	69,5	-1,5	-2,1 %

Quelle: bulwiengesa AG

Frage stellen.¹⁸ Letztendlich stehen hierbei die unternehmerische Entscheidung und interne Kostenrechnung des Betreibers im Fokus, inwieweit sich der Betrieb kostendeckend umsetzen lässt oder betriebsintern aus anderen Angebotskomponenten des Modehauses querfinanziert werden müsste. Für die Innenstadt von Elmshorn ist ein(e) Investitionsaufschub oder -unterlassung der Standortverlagerung des soeben eröffneten Intersport-Marktes von der Berliner Straße in die Innenstadt im Falle einer Decathlon-Ansiedlung jedoch offensichtlich nicht zu befürchten, denn der Betreiber hält in Kenntnis der Decathlon-Planung an seiner eigenen Planung fest. Das Geschäftshaus befindet sich mittlerweile im Bau und die Eröffnung des Sportfachmarktes ist gemäß Plakatierung noch für das Jahr 2022 angekündigt. Nicht bekannt ist, ob der Betreiber die vorgesehene Verkaufsfläche als Reaktion auf die Decathlon-Planung zurücknimmt oder ggf. die Angebotsbreite einschränkt. Mit dem Erreichen des städtebaulichen Ziels einer Wiederansiedlung des Sportsortimentes in der Elmshorner Innenstadt kann jedoch gegenwärtig gleichwohl gerechnet werden. Insoweit fällt die Abwägung zu den innerstädtischen Auswirkungen aktuell positiver aus als zum Zeitpunkt der Erstbegutachtung.

Anbieter in Streulage – in Elmshorn handelt es sich hierbei vor allem um den Fahrradfachhandel – werden mit rd. -7,6 % Umsatzabgabe mäßig berührt. Hieraus sind keine negativen städtebaulichen Folgen zu erwarten, zumal dieses Segment ein erhebliches Marktwachstum aufweist.

¹⁸ Benchmark A: ø 1.900 bis 3.100 Euro je qm/VKF; Mindestbetriebsgröße Fachmarkt: 800 qm VKF; Quelle: Verband deutscher Sportfachhandel e.V. (vds), Bundesverband Campingwirtschaft in Deutschland e.V. (BVCD), BBE Handelsberatung 2018/19, entnommen aus Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019, Hrsg. Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag

Benchmark B:

Intersport BRD: øVKF: 700 / 2,0 Mio. je Filiale / 2.800 Euro je qm/VKF;

Intersport Voswinkel: øVKF: 950 / 1,9 Mio. je Filiale / 2.000 Euro je qm/VKF

Quelle: EHI Handelsdaten 2019

Zone 2 (Nah-Einzugsgebiet):

Innerhalb der Zone 2 bewegen sich die Umverteilungswirkungen auf geringem Niveau und tangieren v. a. Lebensmittelmärkte in ihren Neben-/Randsortimenten, werden also auf gesamtbetrieblicher Ebene nicht spürbar.

Zone 3 (Rand-Einzugsgebiet):

Innerhalb der Zone 3 werden die Zentralen Versorgungsbereiche in Glückstadt, Uetersen, Tornesch, Barmstedt mit rechnerisch rd. -4,8 % belastet. Hierbei stehen ebenfalls Rand- und Aktionssortimente im Fokus der Betrachtung sowie vereinzelt Fahrradgeschäfte. Die Wirkungen sind von den Anbietern gut aufzufangen und in den Lebensmittelmärkten nicht spürbar, da dort jeweils Rand- und Aktionssortimente mit geringem Beitrag zum Gesamtumsatz betroffen sind.

Sonstige Lagen in diesen Zentralorten werden mit rechnerisch -2,3 bis -2,8 %, darüber hinaus werden die sonstigen Lagen (u. a. Ellerhoop) mit ca. -5,6 % belastet; auch diese Größenordnungen bewegen sich in marginalen bzw. für den ohnehin stark wachsenden Fahrrad-Fachhandel in einem noch gut kompensierbaren Rahmen.

Zone 4a Nord (Raum Itzehoe):

Die Innenstadt von Itzehoe mit dem Hauptanbieter Intersport B&H in dessen Kernsortiment werden mit rd. -5 % voraussichtlich mäßig belastet und sollten einzelbetrieblich gut aufzufangen sein; auch städtebauliche Folgen durch Marktaustritt/Funktionsverlust sind insoweit unwahrscheinlich. Streulagen der Zone 4a werden geringfügig höher belastet, sollten dies aber auch gut verkraften können.

Zone 4b Südost (Raum Pinneberg, Prisdorf, Quickborn):

Die Innenstädte von Pinneberg und Quickborn werden mit jeweils kleiner 3 % nur noch geringfügig tangiert. Diese Umsatzwirkungen sind einzelbetrieblich gut auffangbar und begründen keine weitergehenden städtebaulichen Erosions- oder Funktionsrisiken.

Die Sonderstandorte Rosenfeld und Flensburger Straße treten gleich mit mehreren der untersuchungsrelevanten Teilsortimenten in Konkurrenz, da dort jeweils entsprechende Fachmärkte vertreten sind und mit Decathlon aufgrund desselben Betriebs- und Lagetypus' an der BAB 23 stark konkurrieren. Insoweit stellen die Umsatzeinbußen mit rd. -5,2 bis -7,9 % eine deutliche Belastung der dort ansässigen Betriebe dar, welche jedoch in vorwiegend modernen, zeitgemäßen Objekten agieren und über eine gute Marktstellung verfügen. Im Fokus stehen hier die Fachmärkte B.O.C. sowie Futterhaus mit seinem Randsortiment im Reitsportbedarf und die Anglersportfachmärkte am Standort Rosenfeld. Die Sonderstandorte Halenberg (Quickborn) und Peiner Haag (Prisdorf) werden lediglich in den Randsortimenten der Anbieter Famila und Marktkauf geringfügig berührt. Umverteilungswirkungen in den Streulagen von Pinneberg betreffen zuvorderst den Megabike-Fachmarkt.

Zone 4c Südost-HH (Raum Rellingen, Schenefeld, Halstenbek):

Innerhalb der entfernten Zone 4c sind die Umverteilungswirkungen nur noch schwach ausgeprägt. Hier besteht nur noch ein eingeschränktes Potenzial der Kaufkraftbindung. Die vorherrschende Grundorientierung auf den Hamburger Raum mit den Spezial-Fachmärkten und -Geschäften kann nur wenig durch die Planung verändert werden. Die Innenstadt von Schenefeld bzw. das EKZ Stadtzen-

trum Schenefeld wird mit unter -4 % nur gering belastet. Diese Umsatzwirkung ist einzelbetrieblich auffangbar und begründet keine weitergehenden städtebaulichen Erosions- oder Funktionsrisiken.

Streulagen und sonstige Lagebereiche werden noch weniger belastet. Dominierend in der Zone 4c betroffen und analog zu den stark im Wettbewerb zum Decathlon-Sportfachmarkt stehenden Lagebereichen an BAB-Auffahrten und betriebstypengleichen entsprechenden Sonderstandorten in Pinneberg sowie außerhalb des Einzugsgebietes stellen die beiden Anbieter Nordsport (ehemals in Elmshorn ansässig) und Sportsline an der BAB-Auffahrt in Rellingen/Pinneberg konkurrierende Anbieter dar. Diese haben einen Umsatzverlust von rd. -6,6 % zu verkraften, verlieren damit jedoch nicht ihre Tragfähigkeit.

Umverteilungseffekte außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes streuen die Verdrängungswirkungen bereits erheblich und fokussieren vor allem auf verkehrsgünstig gelegene Großflächenstandorte, die als Zielorte für Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet in Betracht kommen. Vor allem die Sonderstandorte EKZ Dodenhof, Fachmarktzentrum Ohland-Park (Megabike, Angelsport Moritz, Frankonia) sowie der Sonderstandort Gewerbepark Nord in Henstedt-Ulzburg (McTrek, Futterhaus, Intersport Voswinkel) stehen mit ihren Fachmärkten in Konkurrenz zu dem hier untersuchten Vorhaben. Diese Anbieter binden aus dem Einzugsgebiet durchaus nennenswerte Kaufkraftanteile, welche durch das Vorhaben nach Elmshorn umgelenkt bzw. dorthin zurückgeführt werden können. Aus einer solchen Rückorientierung lokaler Kunden kann in geringen Teilen auch ein innerstädtischer Intersport-Fachmarkt partizipieren, indem Decathlon dazu beiträgt, generelle Auswärtsorientierungen zurückzuführen. Dieser Effekt, der örtliche Umverteilungswirkungen etwas abmildert, ist in unserer Auswirkungsanalyse verrechnet.

Die o. g. Lagebereiche in der Peripherie verlieren zusammen rd. - 1,1 Mio Euro p. a., bzw. ca. -4,8 bis -6,8 % ihrer Ausgangsumsätze. Sie sind als Fachmarktsonderlagen städtebaulich nicht geschützt, können diese Belastung jedoch wirtschaftlich ohnehin auffangen. Entfernte zentrale Versorgungsbereiche werden nur sehr schwach mit maximal -1,4 % kaum wahrnehmbar tangiert. Das Zentrum Hamburg-Langenhorn könnte aufgrund der Eigenkannibalisierung der Decathlon-Ansiedlung rd. -5,0 % an Umsatzeinbußen zu verkraften haben. Dies trifft nahezu vollständig den im Krohnstieg-Center vertretenen Decathlon, der diesen Umsatz gut abgeben kann, zudem dies eine unternehmensinterne, bewusste Eigenkannibalisierung darstellt.

Ferner werden im Hamburger Stadtgebiet rd. 1,5 Mio. Euro dem Wettbewerb stark gestreut entzogen, so dass hier von keinen mehr als unwesentlichen Beeinträchtigungen der innerstädtischen Zentralen Versorgungsbereiche auszugehen ist. Die Hauptwettbewerbsstandorte werden nur geringfügig belastet, auch im restlichen Hamburger Stadtgebiet sind nur marginale Umsatzabzüge zu erwarten. Dies trifft mit deutlich geringem Umsatzumverteilungspotenzial von ca. -0,6 Mio. Euro p. a. auch auf den Raum Neumünster zu.

Fazit

Das Projektvorhaben am Standort Franzosenhof ist auf Grund der hohen Verkehrsgunst als ausreichend tragfähig zu bewerten. Dies träge wohl auch zu, wenn in Hamburg-Altona bzw. im westlichen Hamburger Stadtgebiet ein weiterer (Decathlon)-Sportfachmarkt eröffnen sollte. Dann würden vor allem die in der Streuzone 4c generierten Kaufkraftanteile nicht mehr dem hier untersuchten Vorhaben zufließen, sondern sich auf einen künftigen Sportfachmarkt in West-Hamburg (um)-orientieren, wodurch die Tragfähigkeit des Decathlon-Marktes in Elmshorn jedoch nicht vernichtet werden würde. Das Einzugsgebiet der Zonen 1-4b ist auch bei einer internen Wettbewerbsverschärfung längerfristig durch einen Sportfachmarkt in Elmshorn am Standort Franzosenhof ansprechbar.

Für den innerstädtischen Parallelbetrieb eines Intersport-Fachmarktes mit dem Decathlon-Vorhaben ergibt sich das Risiko einer empfindlichen Zielumsatzrücknahme. Sie kann durch zusätzlich an den Standort Franzosenhof herangeführte Kunden aus den entfernten Marktzone 4a-c, sogar aus der von der Innenstadt durchaus erreichbaren Zone 3, kaum gemildert werden, da durch die große Distanz zwischen Innenstadt und Franzosenhof nebst Anfahrwiderständen keine nennenswerten Kopplungseffekte mit zusätzlichen Fernkunden zu erwarten sind. Das in der Erstbegutachtung skizzierte Risiko einer Einstellung der innerstädtischen Planung scheint jedoch abgewendet. Eine mögliche Flächen- oder Sortimentseinschränkung in Reaktion auf die Decathlon-Planung stünde jedoch der Verwirklichung der städtebaulichen Zielsetzung einer Wiederansiedlung des Sportsortimentes in der Innenstadt nicht entgegen und kann in der Gesamtabwägung hingenommen werden, denn das Format Decathlon stellt dem Elmshorner Marktgebiet eine Angebotsbreite zur Verfügung, die an einem innerstädtischen Standort nicht realisierbar wäre.

Projektinduzierte schädigende Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche außerhalb von Elmshorn können nahezu ausgeschlossen werden; Verdrängungswirkungen bewegen sich auf geringem Niveau und tangieren in den Zentren nur einen kleinen Teil des dort ansässigen Handels und oft nur Betriebe in ihrem jeweiligen Teilsortimenten. Speziell der Fahrradhandel kann sich zudem auf ein erhebliches Marktwachstum stützen, welches die projektinduzierten Verdrängungswirkungen i. d. R. bereits kurzfristig ausgleichen kann.

9 SPIEGELUNG DES VORHABENS AN RAUMORDNERISCHEN VORGABEN

9.1 LEP 2021 Schleswig-Holstein (Kap. 3.10 Einzelhandel)

Bei dem Vorhaben handelt es sich um eine großflächige Maßnahme im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, welche eine Anpassung des Planrechts am Standort hinsichtlich der zulässigen Sortimente und ihrer Dimensionierung erfordert. Ein SO-Gebiet liegt bereits vor. Zu beachten sind die Ziele und zu berücksichtigen die Grundsätze des Kap. 3.10 LEP 2021 für großflächige Einzelhandelsvorhaben.

Im Einzelnen (soweit für das Vorhaben einschlägig und prüfrelevant):

► Grundsatz 1:

Grundsatz der Raumordnung ist es, eine ausgewogene Handels- und Dienstleistungsstruktur zur Versorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft im Land zu gewährleisten. Hierzu ist ein breites Spektrum von Einrichtungen unterschiedlicher Größen, Betriebsarten und Angebotsformen erforderlich. Die Einrichtungen sollen nach Größe und Angebot differenziert verteilt mit Schwerpunkten in den Zentralen Orten bereitgestellt werden.

Dem Grundsatz wird durch die Erstellung und den Beschluss des lokalen Einzelhandelskonzeptes 2016 entsprochen, welches als gemeindliche Grundlage für die Sortiments- und Standortsteuerung in Elmshorn dient. Der städtebaulich nicht integrierte Lagebereich des FMZ Franzosenhof ist für großflächige „nicht zentrenrelevante“ Kernsortimente vorgesehen und planerisch hierfür bereits gesichert. Die vorliegende Plananpassung dient einer Sortimentsänderung im Bestand und bewegt sich grundsätzlich innerhalb dieser Vorgaben.

► **Ziel 3:**

(1) Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucherinnen und Endverbraucher im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNutzungsverordnung (BauNVO) (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Zentralität in der Regel nur in Oberzentren, Mittelzentren, Unterzentren mit Teilfunktion eines Mittelzentrums beziehungsweise Stadtrandkernen I. Ordnung mit Teilfunktion eines Mittelzentrums, Unterzentren beziehungsweise Stadtrandkernen I. Ordnung und Ländlichen Zentralorten beziehungsweise Stadtrandkernen II. Ordnung ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden (Zentralitätsgebot).

(2)... im vorliegenden Fall nicht einschlägig

(3)... im vorliegenden Fall nicht einschlägig

Dem Ziel wird mit einem Standort im bebauten Siedlungsgebiet der Stadt Elmshorn entsprochen – Elmshorn ist als Mittelzentrum klassifiziert.

► **Ziel 4:**

(1) Die Darstellung und Festsetzung für Vorhaben im Sinne des 1§ 1 Absatz 3 BauNVO darf die Versorgungsfunktion Zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigen und keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in der planenden Gemeinde oder in anderen Gemeinden erwarten lassen (Beeinträchtungsverbot).

(2) ... im vorliegenden Fall nicht einschlägig

Die Auswirkungsanalyse kommt zum Ergebnis, dass lediglich innerörtlich im Hinblick auf den gegenwärtig im Bau befindlichen innerstädtischen Sport-Fachmarkt Umsatzumschichtungen in einer Höhe zu er-

warten sind, die seine wirtschaftliche Tragfähigkeit berühren können (Zielumsatzrücknahme um rechnerisch -19 %). Da der Betreiber in Kenntnis des Vorhabens am Franzosenhof an seiner Planung festhält und eine Eröffnung im Jahresverlauf 2022 beabsichtigt, ist ein Totalausfall unwahrscheinlich geworden. Eine etwaige Flächenrücknahme oder Sortimentsstraffung würde die städtebauliche Zielsetzung einer (Wieder-)Ansiedlung eines innerstädtischen breitensportlich geprägten Angebotes jedoch nicht zunichte machen. In Abwägung der mit der Decathlon-Ansiedlung verbundenen zusätzlichen Angebotsbreite, die in der Innenstadt nicht darstellbar wäre und den Standort Elmshorn ansonsten deutlich stärken würde, kann das innerstädtische geringe Restrisiko in Kauf genommen werden. Überörtlich sind keine kritischen Auswirkungen zu erwarten. Das Beeinträchtungsverbot bleibt aus heutiger Gutachtersicht gewahrt.

► **Ziel 5:**

„Bei der Darstellung und Festsetzung für Vorhaben im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO ist sicherzustellen, dass das Einzugsgebiet der als zulässig festgesetzten Einzelhandelsnutzungen den Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet (Kongruenzgebot). Verflechtungsbereich der Standortgemeinde ist

- (... nicht einschlägig)
- für Mittel- und Oberzentren für alle Einzelhandelseinrichtungen außer solchen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten der Mittelbereich...“
- (... nicht einschlägig).

Eine „wesentliche“ Überschreitung ist gemäß Begründung zum Kongruenzgebot wie folgt operationalisiert:

„Von einer wesentlichen Überschreitung kann in der Regel ausgegangen werden, wenn mehr als 30 Prozent des Umsatzes eines Vorha-

bens aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden. Die Überschreitung eines Umsatzanteils von 30 Prozent ist insbesondere in dünn besiedelten ländlichen Räumen zur Sicherung der Nahversorgung zulässig. Dünn besiedelte Räume liegen fernab der Städte, sind nicht an diese angebunden und zeichnen sich durch eine Bevölkerungsdichte (Einwohnerinnen und Einwohner pro Quadratkilometer) weit unter dem Landesdurchschnitt aus. Zudem zeichnen sich diese Regionen häufig durch besondere geografische Gegebenheiten aus, zum Beispiel Insellage oder Grenzregion.“

Der Verflechtungsraum für Elmshorn wird im Wesentlichen durch die Marktzone 1-3 des projektbezogenen Einzugsgebietes abgebildet, wobei mit Glückstadt ein kleiner Teil der Marktzone 3 bereits außerhalb des Verflechtungsraumes liegt. Die Marktzone 4a-c überschreiten den Verflechtungsraum und werden von Decathlon, jedoch auch weiteren Fachmärkten im verkehrsgünstig gelegenen FMZ Franzosenhof, v. a. Kibek und Roller, angesprochen. Würde das Vorhaben dem Kongruenzgebot entsprechen, dürften höchstens 30 % seines Umsatzes mit Kunden aus den Marktzone 4a-c sowie mit externen Streukunden erwirtschaftet werden. Ausweislich der Marktanalyse ist jedoch mit einem Umsatzanteil >40 % mit Kunden von außerhalb des Verflechtungsraumes zu rechnen.

Allerdings gilt das Limit von max. 30 % externer Umsätze gemäß der Begründung zu Ziel 5 nicht unbedingt. Im vorliegenden Fall ist in Betracht zu ziehen, dass

- das Decathlon Vertriebskonzept mit einem sehr breiten Sortiment auch Artikel für „Special Interest“-Sportarten anreißt, die in üblichen Sportfachmärkten sowie in ländlichen Räumen auch vom Fachhandel nicht angeboten werden, so dass Kunden hierfür auf den Distanzhandel zurückgreifen oder weite Wege in entfernte Oberzentren (hier: Hamburg) zurücklegen müssen. Insoweit leis-

- tet dieses (bewusst gewollte) Vertriebskonzept auch einen Beitrag zur Verfügbarkeit derartiger Produkte in ländlichen Räumen;
- die Marktdurchdringung in Zone 4a-c mit Kaufkraftbindungen von 2 - 7 % nur gering ausgeprägt ist;
- die Marktzone 4b und 4c aus Elmshorn insbesondere deshalb erreicht werden, weil im Hamburger Westen bislang kein Decathlon-Standort entwickelt werden konnte. Decathlon ist im Hamburger Norden (Langenhorn) und Osten (Wandsbek) verfügbar, nicht jedoch im Westen und Süden. Bei einer Nachverdichtung des Standortnetzes würden große Teile der Umsätze aus den Zonen 4b und insbesondere 4c sowie auch Teile der externen Streuumsätze an einen Hamburger Standort abgegeben und somit der Gesamtumsatzbeitrag aus Räumen außerhalb des Elmshorner Verflechtungsraumes reduziert.

Dies zusammengefasst könnte in der Gesamtabwägung eine Tolerierung der erwartbaren Überschreitung des Kongruenzgebotes ermöglichen.

► **Ziel 6:**

(1) (... nicht einschlägig)

(2) (... nicht einschlägig)

(3) *Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche ist die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente in der Regel auf 10 Prozent der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen.*

(4) *In Mittelzentren mit mehr als 50.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Verflechtungsbereich und Oberzentren darf bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO mit nicht zen-*

trenrelevanten Sortimenten außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche ausnahmsweise die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente 10 Prozent der Gesamtverkaufsfläche überschreiten, wenn der Nachweis geführt werden kann, dass keine schädlichen Auswirkungen im Sinne von Absatz 4 Z (Beeinträchtungsverbot) zu erwarten sind (Einzelfallprüfung).

(5) Randsortimente müssen im funktionalen Zusammenhang mit dem Hauptsortiment stehen.

Bei dem Vorhaben handelt es sich um einen Fachmarkt mit überwiegend „nicht zentrenrelevantem“ Sortiment gemäß Elmshorner Sortimentsliste auf Basis der 2. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept vom 26.1.2022, welche nach entsprechendem Beschluss des Stadtverordnetenkollegiums hier anzuwenden ist¹⁹. Das FMZ Franzosenhof liegt klar außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches und gilt als städtebaulich „nicht integriert“. Der Lagebereich ist damit, soweit es sich um großflächige Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt, nur Betrieben mit überwiegend „nicht zentrenrelevanten“ Sortimenten zulässig. Die regelhaft angeführte Obergrenze von max. 10 % Flächenanteil für „zentrenrelevante“ Teil- und Randsortimente kann vom Decathlon-Konzept nicht eingehalten werden, sofern wie in der 2. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept und bereits im Ausgangskonzept 2016 festgelegt, breitensportliche Sortimente als „zentrenrelevant“ klassifiziert sind²⁰.

¹⁹ Bis dahin gilt für eine Projektumsetzung der Sortimentskatalog aus der vom Stadtverordnetenkollegium beschlossenen 1. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept vom 5.11.2020. Demzufolge wäre das gesamte Decathlon-Sortiment inkl. breitensportlicher Sportartikel „nicht zentrenrelevant“.

²⁰ Die 1. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept ordnete breitensportliche Sortimente den „nicht zentrenrelevanten“ Sortimenten zu. Diese Änderung wird mit der aktuell vorliegenden 2. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept zurückgenommen und somit prinzipiell (mit differenzierterer Sortimentsgliederung) für das Sportsortiment die Ausgangslage aus dem EHK 2016 wiederhergestellt. Lediglich Fahrräder und Zubehör bleiben auf Basis der 1. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept weiterhin „nicht zentrenrelevant“.

Sie nehmen gemäß Auswertung der vom Betreiber im Vorwege der Auswirkungsanalyse an die bulwiengesa AG übermittelten Sortimentsgliederung etwa 31 % der Gesamtverkaufsfläche des Decathlon-Fachmarktes bzw. 900 von 2.900 qm VKF ein und stehen unstrittig in einem engen funktionalen Zusammenhang zum übrigen Angebot des Marktes.

Die Auswirkungsanalyse erbringt den Nachweis, dass die prognostizierten Auswirkungen auf umgebende zentrale Orte und zentrale Versorgungsbereiche gering und infolgedessen überörtlich keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten sind. Lokal ist in der Elmshorner Innenstadt mit erhöhten Verdrängungswirkungen zu rechnen. In Abwägung der mit der Decathlon-Ansiedlung verbundenen zusätzlichen Angebotsbreite, die in der Innenstadt nicht darstellbar wäre und den Standort Elmshorn ansonsten deutlich stärken würde, kann ein daraus resultierendes geringes Restrisiko in Kauf genommen werden. Das Beeinträchtungsverbot bleibt aus Gutachtersicht gewahrt (siehe auch die Ausführungen zu Ziel 4 Beeinträchtungsverbot).

Damit sollten insgesamt ausreichend Argumente für eine Begründung erhöhter zentrenrelevanter Randsortimentsanteile bestehen.

Weitere Ziele des Kap. 3.10 sind für das Vorhaben nicht einschlägig bzw. nicht Gegenstand der Prüfung. Der Grundsatz einer ÖV-Einbindung (Grundsatz 10) ist bereits in der Ausgangslage für den Lagebereich Franzosenhof durch die vom Bahnhof/Holstenplatz ausgehenden Buslinien 6501/6502 mit der Haltestelle „Kibek“ gegeben, welche sich direkt am Fachmarktzentrum und eingangsnah zum geplanten Decathlon-Markt befindet. Als Stichlinie wird sie der regionalen Reichweite der dort befindlichen Handelseinrichtungen naturgemäß nicht gerecht; andererseits liegen verkehrsorientierte Fachmarktlagen grundsätzlich nicht in Fühlung zu ÖV-Knoten, so dass ihnen dieser Umstand quasi immanent ist. Der Nachweis einer städtebaulichen Integration ist im vorliegenden Fall allerdings weder angestrebt noch notwendig.

9.2 Einzelhandelskonzept Elmshorn 2016

► (EHK, Kurzfassung mit Konzeptteil, S. 29):

„Oberziel ist die Sicherung und der Ausbau der Versorgungsfunktion als regionales Mittelzentrum. Hierzu zählen im Einzelnen:

- Sicherung und Ausbau eines vielfältigen und attraktiven Einzelhandelsangebotes für Bürger und Umlandbewohner;
- Sicherung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit im regionalen Kontext, zunehmend jedoch auch gegenüber dem Distanzhandel als alternativer, räumlich ungebundene und flächendeckend verfügbarer Vertriebsweg;
- Stärkung der Innenstadt als regionales Geschäftszentrum sowie als örtliches Hauptgeschäftszentrum und Träger der mittelzentralen Versorgungsfunktion mit zentrenrelevanten Angeboten;
- Erhalt und Stärkung der Clusterwirkung und interner Synergiepotenziale der Innenstadt als Geschäftszentrum und Ort der Begegnung über den Einzelhandels hinaus durch Stärkung der Multifunktionalität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt;
- Schärfung der Arbeitsteilung zwischen Innenstadt und Fachmarktlagen im GE Grauer Esel und FMZ Franzosenhof durch Fortsetzung der Sortimentsdifferenzierung.
- Innenstadt und Fachmarktlagen sind gemeinsam Aufgabenträger der mittelzentralen Versorgungsfunktion Elmshorns. Synergien und Kopplungspotenziale zwischen GE Grauer Esel/ FMZ Franzosenhof und Innenstadt sollen gestärkt, hemmende Barrieren abgebaut werden.

– (...)

- Elmshorn weist weiterhin eine bereits gut entwickelte Zentralität und Kaufkraftbindung auf. Weitere Bindungsreserven bestehen nur punktuell. Entsprechend bestehen nur begrenzte Tragfähigkeitsspielräume für weitere Einzelhandelsansiedlungen. Diese Spielräume sollen prioritär gezielt zum Abbau von aufgestautem Restrukturierungsbedarf in der Nahversorgung und zum Ausbau des Innenstadtangebotes – hier vor allem auch der Entwicklung des Buttermarktes – eingesetzt werden. Neben Neuansiedlungen kommen dorthin auch Verlagerungen bestehender Betriebe aus Streulagen in Betracht.“

Unzweifelhaft würde die Ansiedlung eines (Decathlon-)Sportfachmarktes die Angebotsbreite und Attraktivität des Mittelzentrums Elmshorn signifikant erhöhen. Dies träge auch auf die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber dem Distanzhandel zu. Indem ein umfassenderes Angebot lokal in kurzer Erreichbarkeit bereitgestellt wird, werden Onlinekäufe grundsätzlich reduziert.

Eine Ansiedlung am Standort Franzosenhof würde die Innenstadt als regionales Geschäftszentrum sowie als örtliches Hauptgeschäftszentrum und Träger der mittelzentralen Versorgungsfunktion mit zentrenrelevanten Angeboten jedoch nicht stärken, sondern in seiner Bedeutung eher weiter reduzieren und auch die bereits eingetretene Clusterwirkung und Agglomerationsvorteile der Fachmarkttagglomeration Grauer Esel bzw. des dort eingebetteten Fachmarktzentrens erhöhen.

Mit der aktuellen Planung bzw. Reaktivierung eines leerstehenden Geschäftshauses in der Königstraße 39-41 inkl. Belegung mit einem Intersport-Sportfachmarkt wird in besonderem Maße das aktuelle Einzelhandelskonzept umgesetzt, indem ab 2022 der Intersport-Fach-

markt von der Berliner Straße in das Zentrum verlagert wird und so der Zentrale Versorgungsbereich gestärkt wird.

Die vorliegende Analyse zeigt, dass das innerstädtische Vorhaben aus heutiger Sicht belastet, jedoch nicht gefährdet wird. Damit kann das städtebauliche Ziel einer Angebotsstärkung der Innenstadt durch (Wieder-)Ansiedlung eines Sportangebotes umgesetzt und gleichzeitig mit dem Decathlon-Vorhaben eine Angebotsbreite, die in der Innenstadt nicht möglich wäre, geschaffen werden. Zusätzliche Verkaufsflächen werden hierzu nicht entwickelt, vielmehr werden Flächen aus dem Bestand umgenutzt und damit möglicherweise auch eine Leerstandsbildung abgewendet. In der Gesamtabwägung ist die Decathlon-Ansiedlung mit dem Primat der Innenstadterstärkung insoweit vereinbar.

► (EHK 2016 Kurzfassung mit Konzeptteil S. 32f)

Leitlinien zur Ansiedlung/Verlagerung/Erweiterung von Betrieben mit nicht zentrenrelevante Kernsortimenten:

- *Zulässig sind gem. LEP 2010 Standorte im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet. Geeignet sind hierfür verkehrsorientierte und ausstrahlungsstarke Standorte ohne hohe gestalterische Ansprüche sowie mit niedrigem Konfliktpotenzial hinsichtlich Erschließung und Anlieferung. Etabliert sind das GE Grauer Esel und nachrangig das GE Nord.*

Vor allem der Bereich Grauer Esel/FMZ Franzosenhof ist als Fachmarktstandort eingeführt und bietet sich als Standort für Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf Grund seiner Lagegunst an. Geeignet sind auch das GE Nord sowie einzel-

händlerisch bereits vorgeprägte Standorte an der Hamburger Straße oder Westerstraße (vormals Max Bahr).

- *Grundsätzlich soll gelten: Soweit in Großflächen zentrenrelevante Randsortimente geführt werden, erfolgt außerhalb des ZVB Innenstadt eine Beschränkung auf insgesamt max. 10 % VKF-Anteil oder max. 800 qm VKF.*
- *Da in Elmshorn viele marktübliche Randsortimente (v. a. Leuchten, Bodenbeläge, Heimtextilien, Elektroartikel) bereits als nicht zentrenrelevant klassifiziert sind, kann ein Ausschöpfen der zulässigen Dimensionierung für Randsortimente durch Konzentration auf nur eines oder wenige Sortimente gleichwohl erhöhte Belastungen für die Innenstadt nach sich ziehen. Die Dimensionierung der Randsortimente soll daher bei vollständiger oder näherungsweise Ausschöpfung der Obergrenze grundsätzlich einer fachgutachterlichen Verträglichkeitsprüfung unterzogen werden. Besonders sensibel stellt sich das Sortiment Haushaltswaren/GPK dar, in welchem die Marktposition der Innenstadt bereits geschwächt ist.*
- *Das LEP Schleswig-Holstein 2010 (Kap. 2.8 Kongruenzgebot Ziel Nr. 5) lässt in Mittelzentren mit mehr als 50.000 Einwohnern im Verflechtungsbereich (dies trifft auf Elmshorn zu) max. 10.000 qm VKF je Einzelbetrieb zu. Bau-/Heimwerker- und Möbelmärkte überschreiten diese Verkaufsfläche mittlerweile regelmäßig. In diesem Falle müsste bei Neuansiedlung/Erweiterung eine Zielabweichung von der Landesplanung toleriert werden.*

Die Leitlinien des EHK 2016 beziehen sich auf das LEP 2010, welches am 17. Dezember 2021 durch das LEP 2021 abgelöst wurde. Ferner tritt die Sortimentsliste der 2. Ergänzung zum EHK 2016 (bzw.

falls diese vom Stadtverordnetenkollegium nicht beschlossen wird, bei einer Weiterverfolgung des Projektes jene aus der 1. Ergänzung zum EHK 2016) an die Stelle der Ursprungsliste aus 2016.

Das Vorhaben dient der Ansiedlung eines Fachmarktes

- mit überwiegend „nicht zentrenrelevantem“ Sortiment gemäß Sortimentsliste aus der 2. Ergänzung zum EHK oder, falls die 2. Ergänzung zum EHK durch das Stadtverordnetenkollegium nicht beschlossen werden würde,
- gar einem vollständig „nicht zentrenrelevanten“ Sortiment gemäß Sortimentsliste aus der zuvor beschlossenen 1. Ergänzung zum EHK 2016

im FMZ Franzosenhof und bewegt sich damit grundsätzlich im Rahmen der im EHK vorgegebenen Sortiments- und Standortsteuerung.

Die Limitierung der „zentrenrelevanten“ Randsortimente auf max. 10 % kann gemäß Integrationsgebot im LEP 2021 in besonders begründeten sowie durch eine Auswirkungsanalyse abgesicherten Ausnahmefällen überwunden werden, ohne dass dies als Zielabweichung gesondert toleriert werden müsste, da diese Ausnahme im Ziel selbst vorgesehen ist.

Hiervon wird im vorliegenden Fall Gebrauch gemacht.

Eine konkludente Anpassung der Leitlinien des EHK 2016 an das fortgeschriebene LEP vorausgesetzt, bewegt sich das Vorhaben auch an dieser Stelle weiterhin im Rahmen der Leitlinien des EHK 2016.

10 GESAMTERGEBNIS

Gegenstand des vorliegenden Gutachtens ist die geplante Ansiedlung eines (Decathlon-)Sportfachmarktes mit ca. 2.900 qm Verkaufsfläche am Sonderstandort Fachmarktzentrum Franzosenhof am östlichen Rand der Fachmarkttagglomeration Grauer Esel in Elmshorn. Die Analyse berücksichtigt auftragsgemäß auch die Auswirkungen auf die beabsichtigte Verlagerung des Intersport-Fachmarktes von der Berliner Straße in die Fußgängerzone Königstraße 39-41, welche zum Bearbeitungszeitpunkt der Erstfassung des Gutachtens noch geplant war, mittlerweile jedoch im Bau ist und zur Eröffnung im Laufe des Jahres 2022 angekündigt ist. Damit hat dieses Vorhaben zwischenzeitlich eine höhere Verbindlichkeit erhalten. Der Zielumsatz dieses Vorhabens müsste nach Berechnung der Auswirkungsanalyse um ca. -15 bis -20 % (berechnet -19 %) zurückgenommen werden. Es wird vom Vorhabenträger in Kenntnis der Decathlon-Planung und der damit zusammenhängend prognostizierten Rücknahme des Zielumsatzes weiterverfolgt.

Die Tragfähigkeitsberechnung für Elmshorn deutet dabei grundsätzlich über die Ausgangslage (bereits inkl. realisiertem Intersport-Fachmarkt in der Innenstadt) hinaus weitere Ausbaupotenziale im Sportsegment bzw. Fahrradsortiment an. Diese belaufen sich im Breiten-sportbereich auf ca. 450 bis 550 qm sowie im nicht-zentrenrelevanten „Spezialsportsortiment“ auf ca. die 1.100 bis 1.200 qm Verkaufsfläche. Diese ermittelten Flächenpotenziale stellen aus Sicht 2020 noch vorhandene rechnerische Reserven für weitere Angebote bis zur Grenze der Tragfähigkeit dar. Diese Reserve liegt mit ca. 2.400 qm inkl. des Fahrradhandels etwas unterhalb der geplanten Decathlon-Zielverkaufsfläche. Mindestens im Fahrradhandel hat sich diese Reserve durch ein kräftiges Marktwachstum seither weiter erhöht. Die völlige Ausschöpfung der rechnerischen Tragfähigkeitsreserve setzt eine op-

timale Betreiber- und Standortkonstellation voraus, welche allerdings nicht gegeben ist. Decathlon im FMZ Franzosenhof kann ein asymmetrisch weitaus größeres Einzugsgebiet ansprechen als ein innerstädtischer Sportfachmarkt; teilt seine Reichweite jedoch nicht mit der Elmshorner Innenstadt, weshalb ein innerstädtischer Sportfachmarkt zwar im lokalen Einzugsgebiet Marktanteils- und Umsatzabgaben an den Konkurrenten im FMZ Franzosenhof hinnehmen muss, jedoch keine kompensierenden Wirkungen in Form eines erhöhten Kundenzuspruchs durch Clustereffekte oder die Teilhabe an zusätzlichen Fernkunden des Decathlon-Marktes erwarten kann. Infolgedessen sind für den innerstädtischen Fachmarkt die prognostizierten erhöhten Verdrängungswirkungen in Form einer um -19 % abgesenkten Zielumsatzerwartung ins Kalkül zu nehmen.

Da der Betreiber in Kenntnis des Vorhabens am Franzosenhof an seiner Planung festhält und eine Eröffnung im Jahresverlauf 2022 beabsichtigt, ist ein Totalausfall unwahrscheinlich geworden. Eine etwaige Flächenrücknahme oder Sortimentsstraffung würde die städtebauliche Zielsetzung einer (Wieder-)Ansiedlung eines innerstädtischen breiten-sportlich geprägten Angebotes jedoch nicht zunichte machen. In Abwägung der mit der Decathlon-Ansiedlung verbundenen zusätzlichen Angebotsbreite, die in der Innenstadt nicht darstellbar wäre und den Standort Elmshorn ansonsten deutlich stärken würde, kann das innerstädtische geringe Restrisiko in Kauf genommen werden. Überörtlich sind keine kritischen Auswirkungen zu erwarten. Das Beeinträchtigungsverbot bleibt aus heutiger Gutachtersicht gewahrt.

Der raumordnerische Verflechtungsraum für Elmshorn wird im Wesentlichen durch die Marktzone 1-3 des projektbezogenen Einzugsgebietes abgebildet, wobei mit Glückstadt ein kleiner Teil der Marktzone 3 bereits außerhalb des Verflechtungsraumes liegt. Die Marktzone 4a-c überschreiten den Verflechtungsraum und werden von Decathlon, jedoch auch weiteren Fachmärkten im verkehrsgünstig gele-

genen FMZ Franzosenhof, v. a. Kibek und Roller, angesprochen. Der mit Kunden aus den Marktzone 4 a-c und überregionalen externen Streukunden erwirtschaftete Umsatzbeitrag liegt bei >40 % und überschreitet damit die im neugefassten Kongruenzgebot (Ziel 5) vorgesehene Regelschwelle von max. 30 % deutlich. Allerdings gilt das Limit von max. 30 % externer Umsätze gemäß der Begründung zu Ziel 5 nicht unbedingt. Im vorliegenden Fall kann die Überschreitung aus Gutachtersicht unter Abwägung der Gesamtumstände toleriert werden (s. hierzu im Detail die Zielprüfung zum Kongruenzgebot).

Ebenfalls wird im Vorhaben die Regelgrenze von 10 % Verkaufsflächenanteil „zentrenrelevanter Sortimente“ überschritten. Tatsächlich dürften rd. 900 von 2.900 qm (31 %) mit „zentrenrelevanten“ Sortimenten gemäß Sortimentskatalog aus der 2. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept vom 26.1.2022 belegt²¹. Auch diese Vorgabe aus dem LEP gilt nicht unbedingt; ausnahmsweise und unter Nebenbedingungen kann ein größerer Verkaufsflächenanteil für „zentrenrelevante“ Sortimente toleriert werden. Die Auswirkungsanalyse ergibt, dass die Voraussetzungen hierfür erfüllt sind (s. hierzu im Detail die Zielprüfung zum Integrationsgebot).

Dies vorweggeschickt, stehen dem Vorhaben raumordnerische Grundsätze und Ziele sowie auch die Leitlinien des Elmshorner Einzelhandelskonzeptes unter Berücksichtigung der 1. und ggf. 2. Ergänzung aus 2020 und 2022 aus Gutachtersicht nicht entgegen.

²¹ Auf Basis des Sortimentskataloges aus der vorangegangenen 1. Ergänzung zum Elmshorner Einzelhandelskonzept vom 5.11.2020 wäre das vollständige Decathlon-Sortiment "nicht zentrenrelevant". Diese Grundlage käme zum Tragen, wenn die 2. Ergänzung zum EHK nicht vom Stadtverordnetenkollegium beschlossen werden würde. Damit entfielen der Abwägungsbedarf für eine Überschreitung der Regelschwelle von max. 10 % Verkaufsflächenanteil für "zentrenrelevante" Sortimente.

ANHANG

Erläuterungen der Kaufkraftstrom-Modellrechnung anhand einer fiktiven Beispielrechnung														
Marktverteilung im Einzugsgebiet von Musterstadt – Ausgangslage														
	Musterstadt Nord		Musterstadt Süd		Musterstadt gesamt		Umland-Einzugsgebiet		Einzugsgebiet gesamt		Umsätze mit externen Kunden		Umsatz/Marktanteil	
Wettbewerber	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%
ZVB Innenstadt	7.247	30,0	5.258	15,0	12.505	21,1	2.193	6,5	14.698	15,8	902	15.600	16,6	
Fachmarktzentrum	8.455	35,0	6.310	18,0	14.765	24,9	1.687	5,0	16.452	17,7	1.949	18.401	19,6	
Kleinhandel	1.208	5,0	701	2,0	1.909	3,2	337	1,0	2.246	2,4	54	2.300	2,4	
Bezirk Nord (Bestand)	16.910	70,0	12.269	35,0	29.179	49,3	4.217	12,5	33.396	35,9	2.905	36.301	38,6	
Untersuchungsprojekt	- in der Ausgangslage noch nicht marktwirksam -													
Bezirk Nord gesamt	16.910	70,0	12.269	35,0	29.179	49,3	4.217	12,5	33.396	35,9	2.905	36.301	38,6	
Streulagen Süd	2.476	10,0	12.269	35,0	14.685	24,8	843	2,5	15.528	16,7	1.471	16.999	18,1	
ZVB OTZ Süd	1.208	5,0	8.063	23,0	9.270	15,7	506	1,5	9.777	10,5	823	10.600	11,3	
Bezirk Süd gesamt	3.624	15,0	20.332	58,0	23.955	40,5	1.349	4,0	25.305	27,2	2.294	27.599	29,3	
Musterstadt gesamt	20.533	85,0	32.601	93,0	53.134	89,7	5.567	16,5	58.701	63,2	5.199	63.900	67,9	
ZVB Hinterbüttel	121	0,5	175	0,5	296	0,5	8.434	25,0	8.730	9,4	2.270	11.000	11,7	
GE Hinterbüttel	966	4,0		0,5	1.142	1,9	8.097	24,0	9.238	9,9	2.962	12.200	13,0	
Streulagen Hinterbüttel	242	1,0			242	0,4	3.374	10,0	3.615	3,9	385	4.000	4,2	
Hinterbüttel gesamt	1.329	5,5	351	1,0	1.679	2,8	19.905	59,0	21.584	23,2	5.617	27.201	28,9	
Kleinhandel Nebendorf	121	0,5			121	0,2	2.699	8,0	2.820	3,0	180	3.000	3,2	
Umsatz/KKB im EZG	21.983	91,0	32.952	94,0	54.934	92,8	28.170	83,5	83.105	89,4	10.996	94.101	100,0	
Abfluss nach B-Burg	242	1,0	175	0,5	417	0,7	337	1,0	754	0,8				
Abfluss in das EKZ	483	2,0	175	0,5	658	1,1	1.687	5,0	2.345	2,5				
Abfluss nach Fernerlieferung	242		175	0,5	417	0,7	1.687	5,0	2.104	2,3				
Diffuser Abfluss	1.208	5,0	1.577	4,5	2.785	4,7	1.856	5,5	4.641	5,0				

Gesamtumsatz eines Lagebereiches und seine räumliche Herkunft.
 Hier: In der Innenstadt von Musterstadt werden 15,6 Mio. Euro p. a. umgesetzt.
 Davon stammen:
 • 7,2 Mio. Euro aus dem nördlichen Stadtgebiet
 • 5,3 Mio. Euro aus dem südlichen Stadtgebiet
 • 2,2 Mio. Euro aus dem Umland-Einzugsgebiet
 • 0,9 Mio. Euro aus externen Zuflüssen

Gesamtumsatz in Musterstadt

Gesamtumsatz in Hinterbüttel - einem nachgeordneten Zentralort im ländlichen Einzugsgebiet von Musterstadt, der im Wesentlichen sich selbst sowie Teile des ländlichen Einzugsgebietes versorgt.
 Er verfügt zudem über eine Gewerbegebietslage, deren Fachmärkte in begrenztem Umfang auch in den nördlichen Stadtbezirk von Musterstadt ausstrahlen. Immerhin 4 % des Nachfragevolumens aus diesem Stadtbezirk fließen dorthin.
 Durch die Randlage der Gemeinde Hinterbüttel im Einzugsgebiet Musterstadts empfängt sie auch Zuflüsse aus angrenzenden Räumen, die von Musterstadt nicht mehr erreicht werden. Deshalb erscheinen die Umsätze mit externen Kunden in Hinterbüttel recht hoch. Dies ist also kein Indiz für eine höhere Reichweite der Gemeinde Hinterbüttel, sondern tatsächlich überschneiden die beiden Einzugsbereiche nur nicht vollständig.
 Ein großes Problem raumordnerisch vorgegebener Verflechtungsräume liegt darin, dass gegenseitige Einzugsgebietsüberschneidungen benachbarter Gemeinden ignoriert werden. Dies entspricht selten der Realität.

Die Kaufkraftbindung steuert das Rechenmodell. Die Einwohner des nördlichen Stadtgebietes verfügen über ein Nachfragevolumen von knapp 24,2 Mio. Euro p. a. Davon werden 30 % in der Innenstadt ausgegeben. Daraus resultiert dort ein Umsatzbeitrag von rund 7,2 Mio. Euro p. a.
 Ein Fachmarktzentrum ist noch vor der Innenstadt ein weiterer wichtiger Lagebereich mit 35 % Kaufkraftbindung. Alle weiteren Lagebereiche sind nachrangig. Die Modellrechnung erklärt die Verteilung des Nachfragevolumens schlüssig auf die in Betracht kommenden Einkaufsalternativen.

Der an einem Standort durchsetzbare Anteil der Kaufkraftbindung im umgebenden Einzugsgebiet oder einzelnen Marktzone dieses Einzugsgebietes ist dabei von einer Vielzahl von Determinanten abhängig, deren Relevanz für die Einkaufsstättenwahl zudem in den verschiedenen Handelsbranchen unterschiedlich ausgeprägt ist. Herausragende Einflussfaktoren sind Distanz/Erreichbarkeit, Betriebstypik, Zentralität des jeweiligen Lagebereiches. Sie bestimmen die Ausprägung der Kaufkraftbindung. Wo immer möglich, wird das Rechenmodell durch die Auswertung realer Befunde z. B. zur Kunden- und Umsatzherkunft an bestehenden Standorten kalibriert.

Knapp 90 % der in Musterstadt ansässigen Nachfrage werden bereits im Stadtgebiet umgesetzt - rund 85 % sind es im Bezirk Nord und 93 % im Bezirk Süd. Die Differenz erklärt sich in diesem fiktiven Beispiel aus nördlich vorgelagerten Konkurrenzzentren (Gewerbegebiet Hinterbüttel, EKZ), die in begrenztem Umfang Kaufkraft aus Musterstadt-Nord abziehen. Für das in der anschließenden Wirkungsanalyse in das Rechenmodell einzustellende Planvorhaben ist bereits im Vorwege erkennbar: Die Kaufkraftbindung in Musterstadt ist kaum mehr steigerbar - hohe lokale Verdrängung ist zu erwarten.

Gesamtumsatz in Musterstadt einschließlich seines ländlichen Einzugsgebietes, in dem sich der ländliche Zentralort Hinterbüttel sowie die kleine Gemeinde Nebendorf befinden.
 Nicht nur die Verwendung der Nachfrage auch die Höhe und die räumliche Zusammensetzung der im Untersuchungsraum getätigten Umsätze wird im Modell schlüssig erklärt. Das Modell ist insoweit selbstreferentiell; beide Perspektiven müssen letztlich stimmig sein.