Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Nahversorgers in Hamburg-Winterhude, Überseering 17 / Mexikoring 22

PROJEKTLEITUNG: [redacted]

Hamburg, den 28.11.2024

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Hamburg
Poststraße 25
D – 20354 Hamburg

Geschäftsführer: [redacted]

Tel 040 / 30 99 77 [redacted] / Fax 040 / 30 99 77 [redacted]
info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Ende September 2024 erteilte die Achte PM Invest GmbH & Co. KG, handelnd für die Deutsche Immobilien Entwicklungs GmbH, Hamburg, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der geplanten Nahversorgung am Hamburger Standort Überseering 17 / Mexikoring 22 (Bezirk Hamburg-Nord).

Mit einer Verkaufsfläche von ca. 980 m² VK für die Einzelhandelsgroßfläche liegt das Gesamtvorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² VK bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Weil ein vorhabenbezogener Bebauungsplan aufgestellt werden soll, ist der Nachweis der Zentrenverträglichkeit nach § 11, Absatz 3 BauNVO sinnvoll.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Oktober 2024 eine intensive Begehung des Standortes, der zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstiger Einzelhandelslagen im Bezirk Hamburg-Nord vorgenommen, in dessen Verlauf auch intensive Vor-Ort-Recherchen und eine Erhebung des Wettbewerbs erfolgte. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen dem Hamburger Bezirk Hamburg-Nord. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, 28.11.2024

Inhaltsverzeichnis Seite

I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen 5

1. Ausgangslage 5

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben 5

3. Vorgaben der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel 6

4. Aktuelle Marktentwicklungen und Strukturen im Lebensmitteleinzelhandel 8

4.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel 9

4.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten 11

5. Verkaufsfläche und Sortimentsgliederung des Vorhabens 12

II. Standortbeschreibung und -bewertung 14

1. Makrostandort Hamburg-Winterhude 14

2. Mikrostandort Überseering 17 / Mexikoring 22 16

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial 20

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial 20

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet 22

IV. Wettbewerbssituation 24

1. Wettbewerbssituation in zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet 24

2. Wettbewerbssituation in zentralen Versorgungsbereichen außerhalb des Einzugsgebietes 24

3. Anbietern in- / außerhalb des Einzugsgebietes 26

V. Auswirkungsanalyse 28

1. Methodischer Ansatz 28

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft 28

3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen 29

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen 31

5. Bewertung der Kompatibilität des Vorhabens mit den Ansiedlungsregeln der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel 32

6. Bewertung der Kompatibilität des Vorhabens mit dem Nahversorgungskonzept 2017 in Hamburg-Nord 32

VI. Zusammenfassung der Ergebnisse 33

I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen

1. Ausgangslage

Ende September 2024 erteilte die Achte PM Invest GmbH & Co. KG der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der geplanten Nahversorgung am Hamburger Standort Überseering / Mexikoring 22 (Bezirk Hamburg-Nord).

Mit einer Verkaufsfläche von ca. 980 m² VK für die Einzelhandelsgroßfläche liegt das Gesamtvorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² VK bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Weil ein vorhabenbezogener Bebauungsplan aufgestellt werden soll, ist der Nachweis der Zentrenverträglichkeit nach § 11, Absatz 3 BauNVO sinnvoll.

Hierzu wurden folgende Leistungen erbracht:

- Darstellung des planungsrechtlichen Rahmens
- Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Hamburg-Winterhude und des Mikrostandortes Überseering 17 / Mexikoring 22
- Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials
- Darstellung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie der zentralen Versorgungsbereiche im näheren Umfeld des Standortes
- Darstellung der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet bzw. im näheren Umfeld des Standortes
- Überprüfung der Kompatibilität mit den Ansiedlungsregeln der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel
- Bewertung des Vorhabens vor dem Hintergrund des Nahversorgungskonzeptes für den Bezirk Hamburg-Nord aus dem Jahr 2017.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in der aktuellen Fassung für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:[1]

> *„1. Einkaufszentren,*
>
> *2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
>
> *3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr,*

[1] Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786), die zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 3. Juli 2023 (BGBl. 2023 I Nr. 176) geändert worden ist.

auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer **zweistufigen Prüfung** getrennt voneinander zu erfolgen:

1. *Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird[2].*
2. *Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).*

Die **Regelvermutung** ist **jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar**. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind.

Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen. Dieses ist auch in der vorliegenden Studie angesichts der vorliegenden baurechtlichen Ausweisung durch den Vorhabenträger zu erbringen.

3. Vorgaben der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel

Die „Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel" sind von der Senatskommission für Stadtentwicklung und Wohnungsbau in der Neufassung 2019 beschlossen und führen das im Flächennutzungsplan dargestellte ebenfalls in 2019 (Beschlussfassung 12.09.d.J.) komplett neuaufgestellte Hamburger Zentrenkonzept aus.

Die Leitlinien enthalten Ansiedlungsregeln, die für nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente geeignete Zentren bzw. Standorte außerhalb der Zentren darstellen. So heißt es unter

„ … 1.4 Die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung sichern!

Im gesamten Stadtgebiet soll eine wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Grundbedarfs gewährleistet werden. Diese ist wesentlicher Bestandteil der Lebensqualität eines Stadtteils und dient der Versorgungssicherung auch von Bevölkerungsgruppen mit

[2] Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

eingeschränkter Mobilität. Im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege" vermeidet eine wohnortnahe Nahversorgung zudem unnötigen Verkehr. Vor diesem Hintergrund können eindeutig der Nahversorgung dienende Betriebe auch außerhalb der Zentren zugelassen werden. An ungeeigneten, nicht integrierten Standorten, die eine wohnortnahe Versorgung gefährden können, sollen sie dagegen konsequent ausgeschlossen werden. Konkrete Zielsetzungen für die lokale Nahversorgung auf Stadtteilebene sind in den Nahversorgungskonzepten der Bezirke enthalten…."

Weitere wesentliche Aussagen hinsichtlich der Entwicklung von Betrieben mit **nahversorgungsrelevantem Warensortiment** sind:

„4.1.1 Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen vorrangig innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verwirklicht werden. Dabei:

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

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

- *eine eindeutige Ausrichtung auf die Versorgung des unmittelbaren Umfelds,*
- *i. d. R. eine max. Größe von 800 m² VKF,*
- *eine städtebaulich integrierte, wohnortnahe Lage sowie*
- *die Verträglichkeit mit umliegenden zentralen Versorgungsbereichen."*[3]

Die Leitlinien enthalten zudem eine einheitliche Hamburger Sortimentsliste und definieren nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente. [4]

[3] Vgl. OVG Hamburg, 2 E 7/11.N; BVerwG 4 BN 11.13: „Grundlage für einen Einzelhandelsausschluss, der zum Ziel hat, die Zentren der Stadt durch eine Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in den Zentren zu stärken bzw. zu sichern, stellt ein niedergelegtes und durch die dafür zuständigen Entscheidungsgremien beschlossenes Einzelhandelskonzept dar. Der darauf gestützte Einzelhandelsausschluss muss vollständig der Verwirklichung dieser Planung dienen."

[4] Die Hamburger Leitlinien stellen ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und damit insbesondere im Rahmen des § 31 Abs. 2 BauGB zu berücksichtigenden öffentlichen Belang dar, vgl. VG Hamburg, 9 K 2548/12. Die Leitlinien wurden im Zuge der kompletten Neufassung des Hamburger Zentrenkonzepts Anfang 2019 ebenfalls neu festgesetzt.

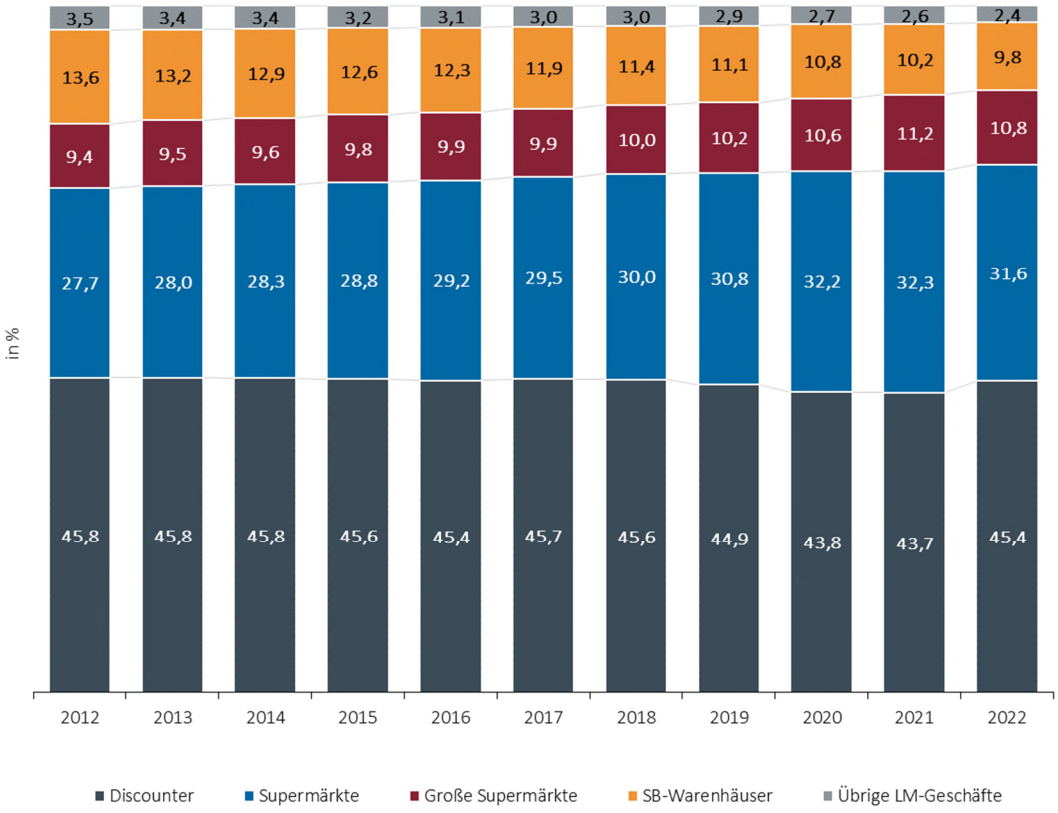
4. Aktuelle Marktentwicklungen und Strukturen im Lebensmitteleinzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel ist die umsatzstärkste Branchengruppe des deutschen Einzelhandels und weist starke Umsatzzuwächse auf, selbst in der Corona-Pandemie war die Branche Umsatzgarant. Im Jahr 2022 sind die **Umsätze auf rd. 195,0 Mrd. € gestiegen**, was einem Anteil von etwa 31 % am gesamten Einzelhandelsumsatz entspricht.[5]

Die Umsatzentwicklung verlief bis Anfang 2022 deutlich positiv: In den Jahren 2009 bis 2019 verzeichnete die Branche einen Zuwachs um ca. 28 %.[6] Hinter dem Wachstum steckt eine zunehmende Qualitätsorientierung der Konsumenten. Hinzu kommen immer **neue Ernährungstrends** (Superfoods, vegetarische, vegane, gluten- und laktosefreie Produkte, nachhaltig produzierte und regionale Erzeugnisse, Fair Trade, Biolebensmittel etc.), für die der Kunde bereit ist, mehr Geld auszugeben. Durch die hohe Inflation im Jahr 2022 und 2023, gestörte Lieferketten und den anhaltenden Ukraine-Konflikt wird von Experten des EHI jedoch eine andere Entwicklung erwartet, in der Folge werden Supermärkte den bisherigen Umsatzzuwachs nicht halten können.[7] Auch die **Verschiebung von Marktanteilen** und unterschiedliche Entwicklung zwischen den einzelnen Betriebstypen ist prägendes Element im Lebensmittelhandel.

Gemessen am Gesamtumsatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter mit rd. 45 % den größten Marktanteil ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen ca. 42 %, auf SB-Warenhäuser immerhin ca. 10 %.[8] Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2012 – 2022



5 Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2023): Handelsdaten aktuell 2023.

6 Quelle: ebd., S. 64; GMA-Berechnungen 2023.

7 Quelle: https://www.ehi.org/presse/nur-supermaerkte-mit-umsatzplus/; Abrufdatum: 05.07.2022.

8 Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78; GMA-Berechnungen 2023.

Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2023, GMA-Darstellung 2024.

Die Bedeutung des **Onlinehandels** ist im Lebensmitteleinzelhandel nach wie vor gering. Während alle Non-food-Branchen zusammen mittlerweile einen Onlineanteil von knapp 19 % am gesamten Einzelhandel erreichen, bleibt der Onlinehandel im Lebensmittelbereich mit ca. 3 % bislang ein Nischengeschäft.[9]

4.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden **verschiedene Betriebstypen** unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden einige der Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:[10]

Supermarkt:
Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel[11] führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:
Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel[12] führt.

SB-Warenhaus:
Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:
Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:
Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Convenience Store:
Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet

9 Quelle: HDE Online-Monitor 2024, S. 10.

10 Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 366.

11 Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

12 Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:
Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Cash & Carry:
Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.[13] Keine Verkaufsflächen sind Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu trennen:

- Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- Als „Nonfood“ (Nichtlebensmittel) sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird unterschieden zwischen
  - **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und
  - **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.)[14].

13 Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, Köln 2018, S. 383.

14 Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2023..

4.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 805 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.035 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.309 m² VK)	
	durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	**1.755**	**76**	**8.995**	**76**	**15.730**	**62**
Nonfood I	*265*	*9*	*2.030*	*17*	*4.825*	*20*
Nonfood II	*275*	*15*	*805*	*7*	*4.450*	*18*
Nonfood insgesamt	**540**	**24**	**2.835**	**24**	**9.275**	**38**
Insgesamt	**2.295**	**100**	**11.830**	**100**	**25.005**	**100**

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2020, GMA-Bearbeitung 2023.

Außerdem werden bei Discountern wöchentlich wechselnde Aktionswaren angeboten, die zum einen aus dem Foodbereich stammen (z. B. Lebensmittelspezialitäten) und zum anderen aus dem Nonfood II-Segment (z. B Textilien, Schuhe, Heimwerker-/Gartenbedarf, Haushaltswaren, Elektrokleingeräte). Auch bei Discountern liegt der **Umsatzschwerpunkt jedoch klar bei Nahrungs- und Genussmitteln.** Da Lebensmitteldiscounter standardisierte, auch im Vergleich zwischen den Unternehmen praktisch austauschbare Sortimente aus wenigen, schnelldrehenden Produkten des Grundbedarfs haben und die Produkte generell einen niedrigen Warenwert (= Preis je Artikel) aufweisen, entwickeln diese Märkte nur **kurze räumliche Absatzreichweiten**. Hierbei ist die in Deutschland sehr hohe Dichte an Lebensmitteldiscountern zu berücksichtigen. Die Absatzradien, insbesondere von kleineren Einheiten, bewegen sich nur im Bereich weniger Kilometer bzw. innerhalb von höchstens 5 – 8 Minuten Pkw-Fahrzeit.

Seit Jahren **optimieren** nahezu alle wesentlichen Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel ihre Standortnetze, was mit Neuansiedlungen oder Erweiterungen der Verkaufsfläche bestehender Märkte einhergeht. Die Entwicklungen werden angestrebt, um

- interne Prozesse, wie Warenlogistik, Auffüllen der Regale, zu optimieren
- Waren übersichtlicher und ansprechender zu präsentieren
- ein bequemeres Einkaufen, u. a. für gehandicapte Kunden durch niedrigere Regale, breitere Gänge, mehr Querungen, kürzere Laufwege zu ermöglichen
- mehr und größere Abstandsflächen für Kunden, u. a. in der Kassenzone, anzubieten
- größere Eingangskoffer für einen ungehinderten Kundenlauf und einer bequemen Abgabe von Pfandflaschen zu ermöglichen.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel wird durch **demographische Faktoren** beeinflusst, wie die älter werdende Gesellschaft, heterogene Lebens- / Familienbilder und zunehmende Unterschiede zwischen ländlichen und urbanen Regionen. Auch der **technologische Wandel** wirkt sich im Lebensmitteleinzelhandel aus. So führt der Einsatz neuer Technologien zu ständigen Optimierungsprozessen, v. a. in der Warenlogistik und in der Warenbewirtschaftung. Hinsichtlich der Verkaufsflächengrößen, Sortimente etc. sind folgende Veränderungen zu erwarten:

- Die umsatzstärksten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihr Standortnetz konsequent optimieren und modernisieren. Das beinhaltet v. a. den Neubau (green building-Standard) und die Erweiterung der Verkaufsfläche. In Abhängigkeit vom Betriebstyp und vom jeweiligen Betreiber werden unterschiedliche Größen als zukunftsfähig angesehen.
- Grundsätzlich ziehen sich die Themen Bio, regionale Produkte, internationale Produkte und zunehmend auch fair gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen", bieten inzwischen alle Betreiber diese Sortimente an. Gleichzeitig bildete sich der Betriebstyp des „Biosupermarktes" heraus.

Strukturveränderungen werden sich durch den **Onlinehandel** ergeben. Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich (Fast Moving Consumer Goods; FMCG) zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Die während der Corona-Pandemie aufgekommenen **Schnelllieferdienste** wie Gorillas / Getir oder Flink, die in deutschen Großstädten Lieferungen innerhalb von 10 Minuten anbieten, sind bereits wieder auf dem Rückzug bzw. spielen keine große Rolle mehr.[15] Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Aktuell[16] erreicht der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel einen Umsatzanteil von ca. 2,9 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen.[17]

5. Verkaufsfläche und Sortimentsgliederung des Vorhabens

Die Achte PM Invest GmbH & Co. KG, Hamburg, plant einen spektakulären Neubau auf dem Grundstück des inzwischen abgerissenen und geräumten Postverteilzentrums in der Hamburger City Nord. Die dreiteilige Neubaukomplex sieht einen 18geschossigen Büro-/ Wohnriegel (mit rd. 11.300 m² BGF), sowie einen fünfgeschossigen Flachbau (mit rd. 8.600 m² BGF) und einen zweigeschossigen Pavillon (mit rd. 2.300 m² BGF), in dem die Nahversorgung und Gastronomie konzentriert werden sollen. Die Projektfertigstellung ist für 2029/ 2030 vorgesehen.

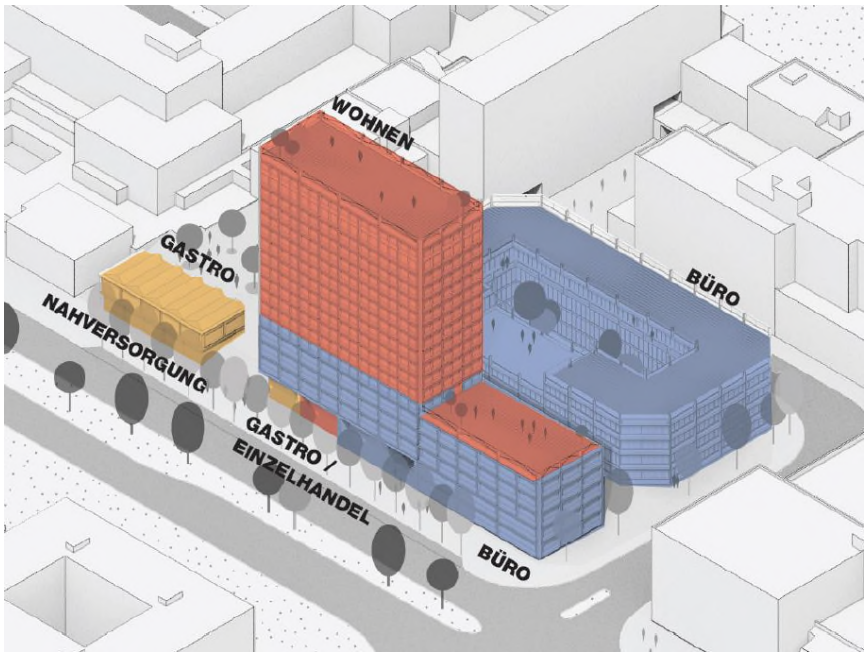
Dem Vernehmen nach plant der Vorhabenträger die Errichtung eines Lebensmitteldiscounters und befindet sich in bereits fortgeschrittenen Gesprächen mit einem potenziellen Betreiber, der hier eine Verkaufsfläche von ca. 980 m² plant. Der Rest der Fläche soll als Lager genutzt werden.

15 Getir verlässt den deutschen Markt in 2024, einziger verbleibender Anbieter ist Flink.

16 Quelle: HDE Online-Monitor 2024.

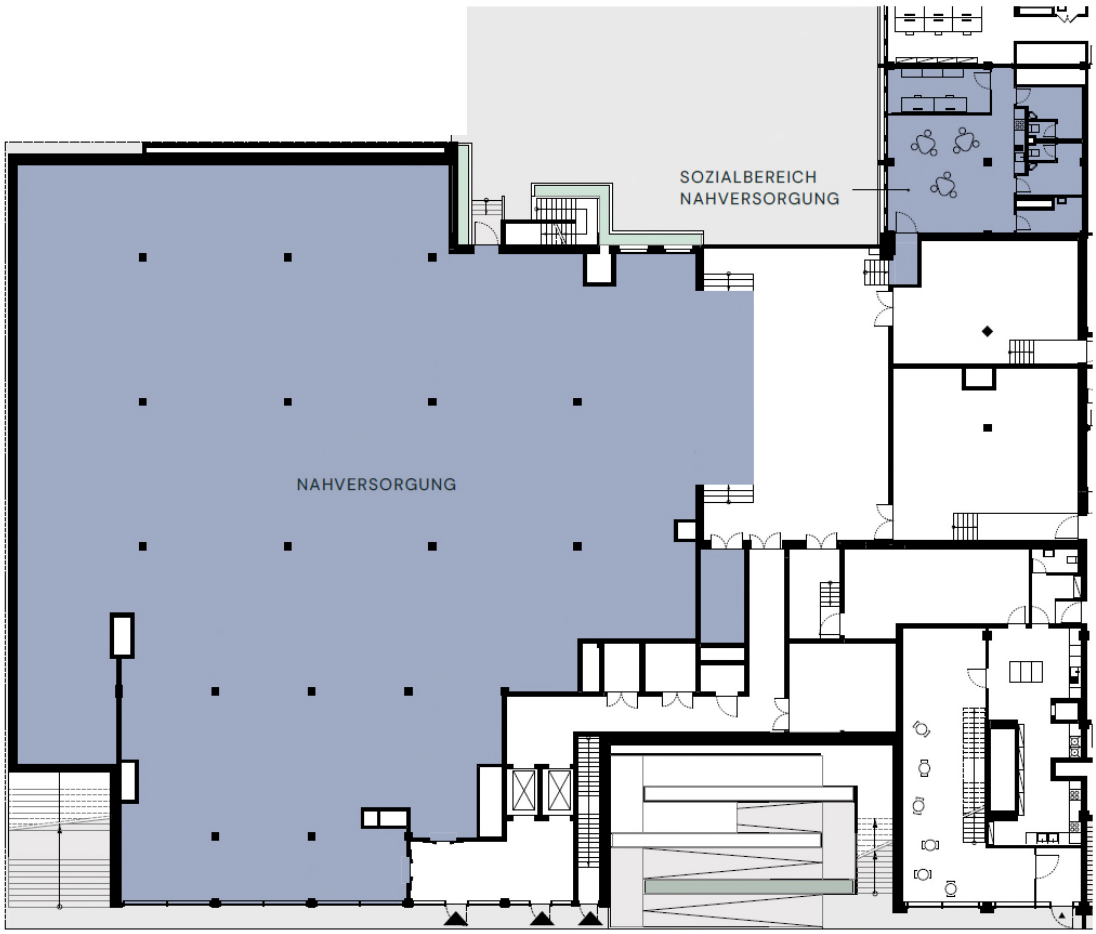
17 Insbesondere in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern. Unter gewöhnlichen Marktbedingungen würde der Onlinehandel mit Lebensmitteln insgesamt auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine nennenswerte Rolle spielen. Neu zu bewerten ist jedoch sein Einfluss im Kontext von „click & collect" sowie Lieferdiensten in krisenbedingten Ausnahmesituationen (z. B. Corona-Pandemie und damit verbundene Ausgangsbeschränkungen). Offenbar haben sich hier aber bei Weitem nicht alle Erwartungen erfüllt.

Abbildung 2: Projektisometrievisualisierung Überseering 17 / Mexikoring 22



Quelle blrm Architekt*innen GmbH, 2024

Abbildung 3: Lageplan Nahversorgung und Baukörper



Quelle: blrm Architekt*innen GmbH, 2024

II. Standortbeschreibung und -bewertung

Zur Beurteilung möglicher Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur bzw. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum ist die Bewertung der konkreten Standortvoraussetzungen ein zentrales Element. Die Standorteignung wirkt sich einerseits unmittelbar auf die zu erwartende Leistungsfähigkeit eines Marktes und andererseits auf die möglicherweise daraus resultierenden Wirkungen aus. Des Weiteren ist die Auseinandersetzung mit dem Standort Grundlage zur Prüfung der städtebaulichen Auswirkungen. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf den Makro- und Mikrostandort Winterhude und dessen Nahversorgungsfunktion.

1. Makrostandort Hamburg-Winterhude

Der über die Stadtgrenzen hinaus bekannte Hamburger Stadtteil Winterhude (rd. 58.100 Einwohner) stellt einen der am stärksten verdichteten (rd. 7.654 Einwohner / km²) und durch gründerzeitliche Wohnbebauung sowie Grünflächen / Stadtpark geprägten, citynahen sowie verkehrsgünstig gelegenen Stadtteil im Bezirk Hamburg-Nord (rd. 322.600 Einwohner; rd. 5.580 Ew. / km²) dar. Das im Norden an Alsterdorf, im Osten an Bramfeld und Barmbek-Nord, im Süden an Barmbek-Süd und Uhlenhorst sowie im Westen an die Stadteile Eppendorf und Harvestehude angrenzende Winterhude ist insofern in der Freien und Hansestadt Hamburg als ein zentraler, traditioneller und sehr gut beleumundeter / bevorzugter Wohnstandort mit spezifischem Gepräge zu etikettieren.

Charakteristisch für Winterhude sind günstige sozioökonomische Struktur- und Entwicklungsmerkmale wie eine geringe Arbeitslosenquote, ein vergleichsweise sehr geringer Anteil Leistungsempfänger nach SGB II sowie ein weit überdurchschnittlicher Kaufkraftindex. Auch der geringe Anteil an Sozialwohnungen signalisiert ein einkommensstarkes Publikum. Die Arztdichte ist in Winterhude überproportional hoch und rangiert weit oberhalb im Vergleich zum Bezirk.

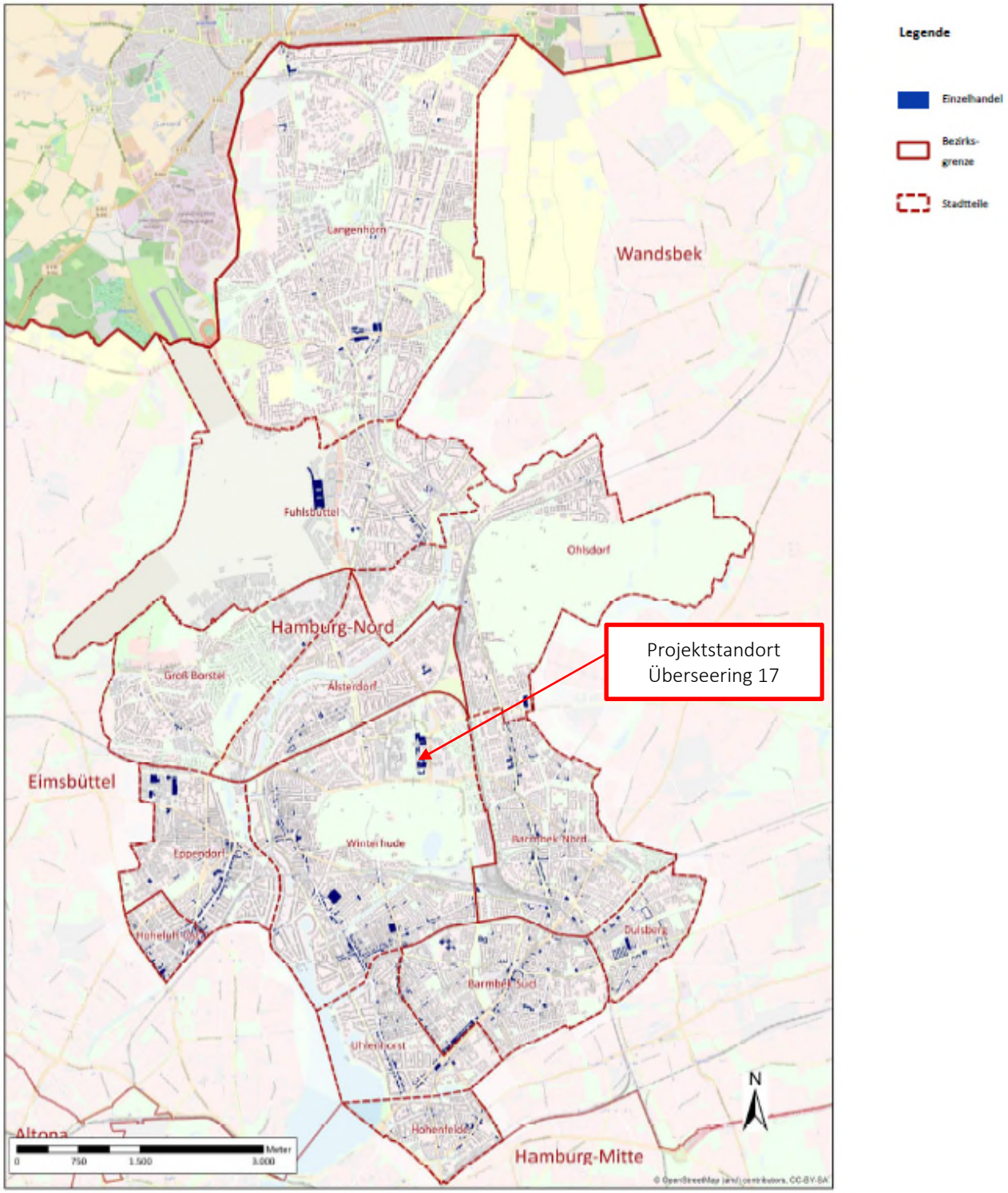
Winterhude weist auch einen weit überdurchschnittlichen Anteil des Erwerbspersonenpotenzials (18 - < 65 Jahre: 72,5 %) an der Wohnbevölkerung auf. Der Arbeitslosenanteil rangiert mit 3,7 % recht deutlich unter dem Durchschnitt des Bezirk Hamburg-Nord und dem Gesamtschnitt Hamburgs von 5,7 %. Der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund liegt mit 27,6 % deutlich unter dem Schnitt des Bezirks und der Gesamtstadt. Das Kaufkraftniveau auf Postleitzahlebene im Bereich Winterhude fällt mit 109,0 bis 130,7 weit überdurchschnittlich aus, Spitzenreiter ist der Eppendorfer Teilbereich 20249 mit 142,7. Lediglich im südlichen, zu Barmbek-Süd hin orientierenden Stadtteilgebiet erreicht die Kaufkraftkennziffer mit 97,3 ein unterdurchschnittliches Niveau[18].

Verkehrlich betrachtet, wird der Stadtteil Winterhude innerörtlich durch die B 5 / Barmbeker Straße, den Ring 2 sowie vierspurigen Saarland- / Hebebrandstraße erschlossen, die einen meistens problemlosen Anbindung an die übergeordneten Verkehrsträger ermöglichen. An den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) ist Winterhude durch mehrere U- / S-Bahnlinien (S 1 sowie U 3) an das Hamburger Verkehrsnetz des HVV angebunden. Ein enges Netz an Stadt- / Metrobussen komplettiert das günstige ÖPNV-Netz. Langfristig wird die neue U-Bahnlinie U 5 (Bramfeld – City Nord – Jungfernstieg – UKE – Altonaer Volkspark) für eine noch bessere Anbindung des Stadtteils sorgen; auch wenn sich diese abschnittweise bereits im Bau befindet, ist mit einer Gesamtfertigstellung nicht vor Ende des nächsten Jahrzehnts zu rechnen.

Gemäß Wohnungsbauprogramm des Bezirks Hamburg-Nord 2024 können im Stadtteil Winterhude kurz- bis mittelfristig über 2.230 Wohneinheiten entstehen. Mit 1.700 Wohneinheiten stellt das seit 2016 in Umsetzung befindliche (und weitgehend abgeschlossene) Vorhaben am Standort „Pergolenviertel“ mit Abstand das größte Einzelvorhaben dar (rd. 76 %) dar. Die weiteren potenziellen Wohneinheiten entfallen auf die Standorte Poßmoorweg, Wesselyring sowie die beiden Neubauvorhaben am Überseering 26 und Überseering 17 (Mikro-Standort).

[18] Alle Werte aus Statistikamt Nord: Hamburger Stadtteil-Profile Berichtsjahr 2022 sowie von MB-Research 2024.

Karte 1: Lage des Bezirkes Hamburg-Nord und des Stadtteils Winterhude



Quelle: Nahversorgungskonzept Hamburg-Nord, S. 12, 2017.

2. Mikrostandort Überseering 17 / Mexikoring 22

Das ebenerdige, rd. 8.600 m² große, sehr gut einsehbare, im Nordosten des Stadtteils Winterhude situierte Grundstück des ehemaligen Postverteilzentrums ist integraler Bestandteil der international renommierten Bürostadt City Nord (Nettobauland: 45 ha, etwa 300.000 Arbeitsplätze), die ihre Anfänge in den 60er Jahren besitzt und heute Sitz zahlreicher prominenter Großflächennutzer (u.a. Allianz, Signal Iduna, Shell, Edeka, ERGO, Tchibo, Hewlett Packard etc.) ist.[19] Nach Maklerangeben weist die City Nord insgesamt mehr als enorme 500.000 m² Bürofläche auf und repräsentiert damit immerhin 4 % des hamburgischen Bürobestandes.

Das frei geräumte Entwicklungsgrundstück für die prospektive Nahversorgung ist in der sog. „Zentralen Zone“ (Fertigstellung 1968 – 1980) am Mexikoring verortet, die das eigentliche Herz der City Nord darstellt. Die ehemalige, nur über Treppen und Rampen auf der +1-Ebene zu erreichende, T-förmige Büro- und Ladenpassage der „Zentralen Zone“ besteht aus mehreren verwinkelten Plätzen und Durchgängen sowie Pavillons und führt seit Jahren ein tristes Dasein. Der parallel zum Mikro-Standort verlaufende Arm ist hauptsächlich durch das Möbelhaus „Die Wäscherei“ geprägt, das nach der Insolvenz des Möbelhauses Mitte September 2024 den Räumungsverkauf begonnen hat. Der südliche Arm weist neben dem Augenoptiker Überblick sowie dem Gastronom Mehndi vorwiegend Leerstände und Gewerbebetriebe auf. Weiter nördlich existiert auf der benachbarten Greve-Liegenschaft noch ein Einrichtungsgeschäft von Hannelore Greve – englische Stilmöbel sowie weiteren Büronutzungen in den Obergeschossen (inkl. Sportspaß, Tanzclub sowie Karatestudio).

Waren die Bürogroßflächenstrukturen in den 70er / 80er Jahren noch rege nachgefragt, befindet sich die Mieterresonanz und -akzeptanz spätestens seit Ende der 90er Jahre im unverkennbaren Sinkflug. Mehr und mehr Unternehmen haben zwischenzeitlich die City Nord verlassen – traurige Höhepunkte waren der Abriss des BP-Gebäudes und die Verlagerung von Vattenfall Europe aus dem nun leerstehenden Arne-Jacobsen-Haus ins EDGE ElbSide an den Elbbrücken.[20] Das denkmalgeschützte, mittlerweile ebenfalls leerstehende Wintershall Dea-Gebäude wurde in 2022 an die Hamburger Becken-Gruppe verkauft.

Durch die in 2024 erfolgte Fertigstellung des IPANEMA-Wohn- und Gewerbekomplexes (u.a. Überseering / Sydneystraße mit rd. 520 Wohneinheiten) sowie der Neu- / Umstrukturierung des Mikro-Standortes wird die Wohnfunktion in der City Nord künftig weiter deutlich an Bedeutung gewinnen. Ende August 2024 wurde hier ein kleinflächiger Netto City-Markt eröffnet.

Bereits im Nahversorgungskonzept 2017 hatte die GMA als ein Entwicklungsziel für den Stadtteil Winterhude die Sicherung der Nahversorgung für die City Nord ausgegeben und eine Größenordnung von rd. 2.100 – 2.200 m² VK empfohlen (siehe GMA: Nahversorgungskonzept Hamburg-Nord 2017, S, 161 ff.) Auch bestätigt der Masterplan für die City Nord aus 2010 die Versorgungsunktion der „Zentralen Zone“.

Im östlichen und südlichen Umfeld sind die weitläufige und ausgedehnte Erholungsfläche des City Nord-Parks, des Hamburger Stadtparks sowie Grün- / Kleingartenstrukturen anzutreffen. Auf der ehemaligen Kleingartenfläche ist seit Mitte letzten Jahrzehnts das sog. Pergolen-Viertel entstanden, das insgesamt rd. 1.700 Wohnungen in Geschosswohnungsform anbietet und ebenfalls weitgehend fertiggestellt ist.[21] Lediglich das

19 Die City Nord wurde mit drei Bürohausgebieten geplant, die die Bauphase in drei bzw. vier Abschnitte gliederten. Im ersten Bauabschnitt wurde der östliche Teil, im zweiten Bauabschnitt der westliche und im dritten der nördliche Teil gebaut. Diese Bürobauten gruppierten sich um die in der Mitte der City Nord befindlichen Zentrale Zone, die zwischen dem ersten und zweiten Bauabschnitt errichtet wurde. Das Grundgerüst bildete ein Haupterschließungsbogen – der Überseering – und der City Nord-Park als Fortsetzung des südlich der City Nord gelegenen Hamburger Stadtparks.

20 Das Bezirksamt Hamburg-Nord hat die Baugenehmigung für die umfangreiche Revitalisierung des denkmalgeschützten Arne-Jacobsen-Haus im September 2023 erteilt. Gerüchteweise wird hier eine öffentliche Nutzung einziehen.

21 Das Pergolenviertel erstreckt sich auf einer Fläche von 27 Hektar von der Hebebrandstraße im Norden bis zur Alten Wöhr im Süden. Mit rund 1.700 Wohneinheiten, die hier seit 2016 entstehen, ist es das größte Neubauquartier im Bezirk Hamburg-Nord. 60 Prozent der Wohnungen sind öffentlich gefördert.

Perigon-Gebäude (rd. 200 Studentenappartements, 78 frei finanzierte Wohnungen sowie eine KITA und ein Supermarkt) auf Baufeld 4 ganz im Norden an der Hebebrandstraße / S-Bahngleisanlagen befindet sich noch in Endausbau und soll in 2025 fertiggestellt werden.

Die überörtliche verkehrliche Erschließung erfolgt über die sechsspurige Hauptverkehrsstraße Ring 2 / Jahnring, der Bestandteil des in den 70er Jahren ausgebauten Ringstraßensystems von Hamburg ist. Die konkrete Grundstücksandienung wird über den Überseering, der abschnittweise vierspurig ausgebaut ist, abgewickelt und stellt sich problemlos dar. Fuß- und Radwege sind beidseitig straßenbegleitend vorhanden und wurden im Zuge der Realisierung des Pergolenviertels massiv ausgebaut.

Auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist der Mikro-Standort gut erreichbar. So verkehren Stadtbuslinien von den benachbarten S- / U-Bahnstationen Sengelmannstraße (rd. 0,9 km nördliche Distanz, U 1), Borgweg (U 3, rd. 2,0 km südliche Distanz,) und Alsterdorf (U 1; rd. 0,8 km nordwestlicher Distanz). Zudem halten unmittelbar vor dem Projektgrundstück am Dakarweg und unweit weiter nördlich am Kapstadtring die Buslinien 20, 23 und 179. Weitere Haltestellen der Buslinien 20 und 179 sind am Ring 2 / Jahnring in kurzer fußläufiger Distanz anzutreffen. Langfristig erfolgt durch den Neubau der U 5 eine noch bessere Anbindung der City Nord an das Hamburger U- / S-Bahnnetz. Der erste, im Bau befindliche Bauabschnitt von Bramfeld bis zum U-Bahnknotenpunkt Borgweg soll bis Mitte des nächsten Jahrzehnts fertiggestellt werden. Die Endfertigstellung ist nicht vor 2040 zu erwarten.

Foto 1: Baugrundstück Überseering 17

Foto 2: Baugrundstück mit Blick zur „Wäscherei“

Foto 3: Informationstafel City Nord

Foto 4: Fußgängerbrücke Überseering

GMA 2024

Für das in Rede stehende Grundstück wird ein Bebauungsplanverfahren durchgeführt. Der vorhabenbezogene Bebauungsplan sieht - wie bereits erwähnt - die Errichtung von drei Gebäudeteilen vor: einen Gebäuderiegel mit Hochpunkt angrenzend an den Überseering, einen Flachbau am Mexikoring sowie ein verbindendes Sockelgeschoss mittig im Plangebiet, das im Südosten einen Pavillon ausbildet.

Der geplante Gebäudekomplex soll als eigenständiges Ensemble wahrnehmbar sein und so dem städtebaulichen Leitbild der City Nord folgen. Vorgesehen ist ein Nutzungsmix aus Büro- und Wohnnutzungen sowie Nahversorgungsmöglichkeiten, gastronomische Angebote und Orte zum Verweilen in Anlehnung an die Prinzipien der Zentralen Zone enthalten.

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung des Planobjektes.

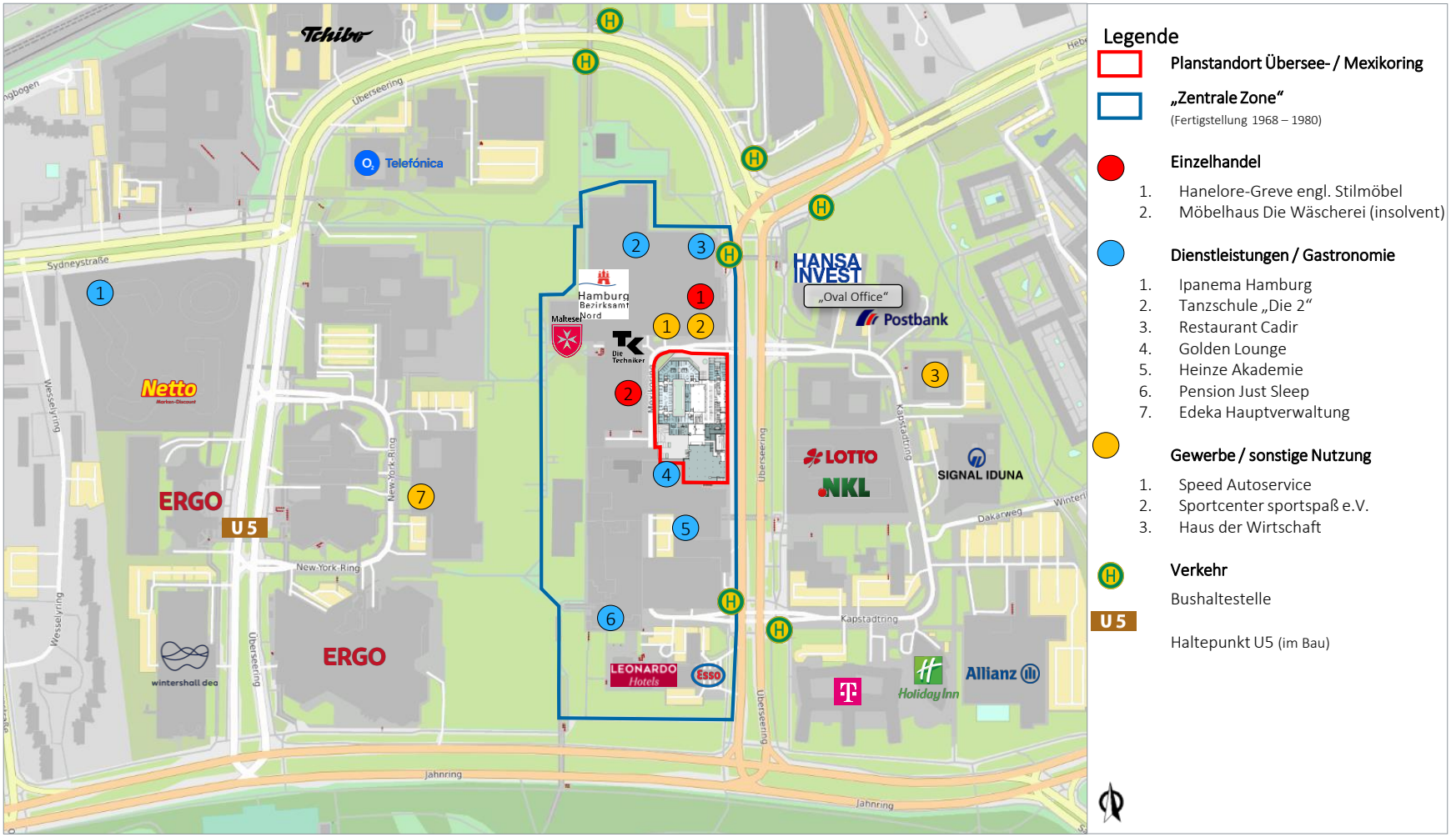
Positive Standortfaktoren:

+ Ehemaliges Postverteilzentrum integraler Bestandteil der sog. „Zentralen Zone“ der City Nord
+ Projektareal mit Schlüsselfunktionen im Hinblick auf die Transformation der „Zentralen Zone“ in der City Nord
+ Projektentwicklung Überseering bringt endogenes Kaufkraftpotenzial (116 Wohneinheiten) mit sich
+ Gute ÖPNV-Anbindung vorhanden, die sich langfristig noch weiter verbessern wird (Stichwort: U 5)
+ Sehr gute verkehrliche Anbindung für den motorisierten Individualverkehr
+ Leistungsstark ausgebautes Radwegenetz (sowohl in Richtung Barmbek-Süd, als auch in Richtung Alsterdorf)
+ Der Masterplan für die City Nord aus dem Jahr 2010 bestätigt die Versorgungsfunktion der „Zentralen Zone“

Negative Standortfaktoren:

- „Zentrale Zone“ der City Nord spricht städtebauliche Architektursprache der 60er Jahre und vermittelt derzeit ein tristes Erscheinungsbild
- Standort derzeit im **Einzelhandelskonzept nicht als zentraler Versorgungsbereich** ausgewiesen, die Versorgungsfunktion der „Zentralen Zone“ für die City Nord wird im Masterplan 2010 bestätigt
- Weitere Nahversorgungsplanungen in der City Nord (Perigon vgl. Kap. IV, 1.) zu erwarten und zudem mit zeitlichem Entwicklungsvorsprung

Karte 2: Projektstandort und Umfeldnutzungen



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial

Der Abgrenzung und Zonierung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für einen Lebensmittel-Discounter kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

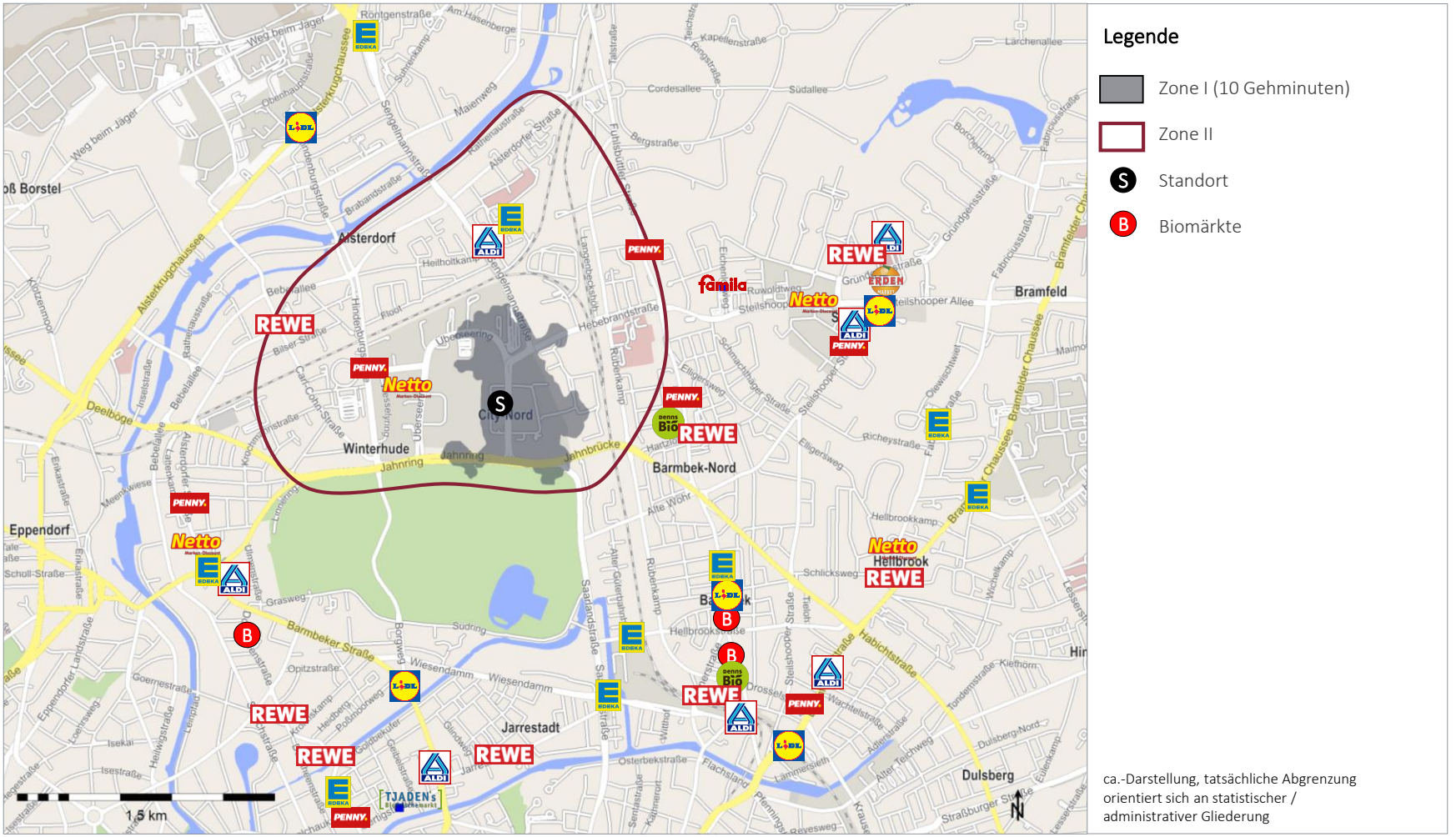
Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist.

Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- Wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- Verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Winterhude, Alsterdorf, Barmbek-Nord, Barmbek-Süd und Uhlenhorst (vgl. Kapitel IV.)
- Mögliche Eigenkonkurrenz in den Hamburger Bezirken Hamburg-Nord und Wandsbek
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Hamburg.

Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Marktes und relevante Wettbewerbsstruktur



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2024

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Planvorhaben am Überseering folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

Zone I:	Fußläufiger Nahbereich (10 Gehminuten), Neubürger auf d. Projektareal Überseering 17	**rd. 1.010 Einwohner**
Zone II:	Teilbereiche der Stadtteile Winterhude, Barmbek-Nord	**rd. 16.200 Einwohner**
Gesamt[22]**:**		**rd. 17.210 Einwohner**

Insgesamt wird durch einen Lebensmitteldiscounter ein Einzugsgebiet erschlossen, welches sich in weiten Teilen auf den nordöstlichen Stadtteil Winterhude erstreckt und darüber hinaus die angrenzenden Randbereiche des Nachbarstadtteils Barmbek-Nord beinhaltet. Im Norden wird das Einzugsgebiet durch den Flussverlauf der Alster und im Süden durch den Stadtpark begrenzt.

Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes durch das Vorhaben ist aufgrund der Wettbewerbssituation sowie der möglichen Eigenkonkurrenz (siehe Kapitel IV) in den angrenzenden Stadtteilen auch durch die Lagequalität des Mikro-Standortes nicht zu erwarten.

Im Zuge der Errichtung der Quartiers- und Projektentwicklung Überseering 17 / Mexikoring 22 werden etwa **116 Wohneinheiten** neu entstehen, die rd. 220 - 230 Neubürgern im Quartier entsprechen dürften. Diese Neubürger sind bei der nachfolgenden Berechnung zum Kaufkraftvolumen bereits mitberücksichtigt.

Über das Einzugsgebiet hinausgehende Kundenzuführeffekte an den Standort werden ebenso wie Ausgaben des beachtlichen Bürobeschäftigtenpotenzials im Rahmen von Streukundeneffekten abgebildet.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. 6.864 €.[23]

Bezogen auf das Vorhaben, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland

ca. 2.930 €.[24]

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB-Research liegt das Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet mit 94,3 – 116,8 teilweise deutlich über sowie deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). Unterdurchschnittlich ist die Kaufkraft vor allem auf Barmbeker Territorium. Für die Neubürger (Mittelwert: 225 Einwohner), die in den 116 Neubauwohnungen wohnen werden, wird näherungsweise die durchschnittliche Kaufkraftkennziffer für die Postleitzahl 22297 (116,8) herangezogen.

22 Quelle: WIGeoGIS, panadress, Stand: 31.12.2023.

23 Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

24 Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** damit auf ca.56,9 Mio. €. Davon entfallen auf:

		Nahrungs- und Genussmittel
Zone I:	Fußläufiger Nahbereich / Neubürger	3,5 Mio. € p.a.
Zone II:	Teilbereiche von Winterhude, Barmbek-Nord	53,4 Mio. € p.a.
Summe		56,9 Mio. € p.a.

Zusätzlich werden bei Lebensmitteldiscountern Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Non-food I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von einschlägigen Lebensmittel-Discountern bei ca. 20 %; davon entfällt ein Großteil auf das sog. „Nearfood"-Segment (Drogeriewaren, Tiernahrung).

IV. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung des Vorhabens ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Neubau-Vorhaben im Einzugsgebiet darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

1. Wettbewerbssituation in zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet

- **Nahversorgungszentrum Alsterdorfer Markt** (rd. 1,6 km nördlich): Einheitlich auf dem Gelände und in den Gebäuden der Evangelischen Stiftung Alsterdorf geplantes und entwickeltes Nahversorgungszentrum, das rd. 2.700 m² VK aufweist und sich recht großer Beliebtheit erfreut. Magnetbetriebe sind Edeka Aktiv Markt, Aldi etc. Zudem findet auf dem Marktplatz freitäglich ein Wochenmarkt statt. Der Edeka-Markt ist Anfang des Jahrzehnts umgebaut und erweitert worden. Das lebensmittelrelevante Umsatzvolumen dürfte bei rd. 13 – 14 Mio. € liegen.
- **Nahversorgungszentrum Quartier 21, Fuhlsbütteler Straße** (rd. 1,4 km östlich): Gewachsene Einzelhandelslage im nördlichen Bereich der Fuhlsbüttler Straße um den Bereich Hartzloh, die durch Revitalisierung der denkmalgeschützten Gebäude entlang der Fuhlsbütteler Straße Mitte des letzten Jahrzehnts entstanden sind und rd. 2.600 m² lebensmittelrelevante VK aufweisen. Magnetbetriebe sind REWE und ein Biomarkt, wobei die Fassade des REWE-Gebäudes derzeit modernisiert wird. Ein separater REWE-Getränkemarkt liegt an der anderen Straßenseite etwas weiter stadteinwärts. Das lebensmittelrelevante Umsatzvolumen dürfte bei rd. 9 – 10 Mio. € liegen.
- Hinzuweisen ist, dass an der Hebebrandstraße (rd. 0,8 km nordöstlich) diesseits der S-Bahn ein **perspektivischer Nahversorgungstandort** in der im Hochbau befindlichen Projektentwicklung „Perigon“ entsteht. Dem Vernehmen nach soll hier ebenfalls die Edeka-Gruppe (Edeka / Netto) Interesse haben einzuziehen und einen Markt mit rd. 1.500 m² Mietfläche (inkl. Lager- und Personalfläche) zu betreiben. Während der Edeka-Markt Clausen (siehe nächste Seite) den südlichen Abschluss des Pergolenviertels darstellt, soll der Hebebrand-Standort das nördliche Ende des Pergolenviertels markieren.

2. Wettbewerbssituation in zentralen Versorgungsbereichen außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes sind folgende Standorte zu nennen:

- **Nahversorgungsstandort Schreyerring Steilshoop** (rd. 2,8 km östlich): Das seit Jahrzehnten darbende City-Center Steilshoop (EG / 1. OG), das introvertiert inmitten der gleichnamigen Großwohnsiedlung an der Gründgensstraße bzw. am Schreyering situiert ist, weist hochgradige strukturelle Defizite und verfügt mit einem außerhalb des eigentlichen Centers im baulichen Standortverbund situierten Aldi Lebensmitteldiscounter über die größte Handelsfläche. Das in weiten Teilen leerstehende und ein trostloses Bild vermittelnde Einkaufszentrum hat seine vormalige Funktion für die Großwohnsiedlung verloren und weist schwierige Eigentumsverhältnisse auf. Die projektrelevante Verkaufsfläche dürfte sich auf rd. 1.500 m² belaufen und einen Lebensmittelumsatz von rd. 9 – 10 Mio. € erzielen. Entlang der Steilshooper Allee befinden sich in verkehrsorientierten Lagen Lidl, Aldi und Netto.
- **Urbaner Marktplatz / Fuhlsbütteler Straße** (rd. 2,4 km südöstlich): Der zentrale Versorgungsbereich Fuhlsbüttler Straße, der sich bandartig entlang der gleichnamigen, historisch gewachsenen Einkaufsachse (nebst angrenzender Seitenstraßen) erstreckt und zum Urbanen Marktplatz gehört, dürfte über rd. 7.500 m² projektrelevante VK verfügen und damit einen der wichtigsten Handelsstandorte im Bezirksgebiet mit den höchsten Fußgängerfrequenzen darstellen. Verfügte die Fuhlsbüttler Straße jahrzehntelang noch über einen nennenswerten Handelsbesatz bei Mittel

und Langfristsortimenten, ist spätestens seit der Hertie-Schließung an der „Fuhle“ Ende 2009 eine Konzentration / Fokussierung im Kurzfrist- / Nahversorgungssegment (REWE, Aldi, denn‘s etc.) sowie zahlreiche Lebensmittelspezialisten unübersehbar. Der Lebensmittelumsatz dürfte bei 42 – 43 Mio. € liegen.

- Urbaner Marktplatz Mühlenkamp / Gertigstraße (rd. 2,9 km südlich) stellt ein lebendiges, gründerzeitlich geprägtes Quartier dar, in dem u. a. auch Lebensmittelanbieter verortet und in zunehmende Maße gastronomische Nutzungen anzutreffen sind. Die flächenseitig größten Betriebe sind Edeka, Tjaden’s Biomarkt und Penny, darüber hinaus sind in kleinteiligen Shops zahlreiche Feinkostanbieter, Bäckereien und weitere Lebensmittelspezialisten ansässig. Die Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich summiert sich auf ca. 4.000 m², der Umsatz dürfte bei ca. 21 - 22 Mio. € liegen.

- Nahversorgungszentrum Jarrestraße (rd. 2,7 km südlich): Das Nahversorgungszentrum Jarrestraße bietet mit dem Supermarkt REWE einen Lebensmittelvollsortimenter, der u. a. durch einen Drogeriemarkt, Anbieter des Lebensmittelhandwerk und Bäckereien ergänzt wird. Auf einer primär das umliegende, unter Milieu- und Denkmalschutz stehende Quartier aus den 1920er Jahren versorgenden, relevanten Verkaufsfläche von ca. 1.250 m² dürfte ein Umsatz von ca. 6 – 7 Mio. € erwirtschaftet werden.

- Urbaner Marktplatz Winterhude (rd. 2,2 km südwestlich): Das historisch gewachsene Zentrum Winterhude weist in dem sich bandartig ersteckenden Einkaufsbereich entlang der Hudtwalckerstraße bzw. dem Winterhuder Marktplatz sowie der Alsterdorfer Straße eine klassische, zumeist kleinteilige bis mittelgroße Quartiersversorgungsfunktion auf. Nukleus dieses sich bandartig auf etwa 1 km Länge ausdehnenden Standortes ist die Mixed-Use-Immobilie Forum Winterhude unweit des Marktplatzes (u.a. mit Aldi, dm Drogerie sowie kleinteiligen Shops), das um zumeist Anbieter des kurzfristigen Bedarfes wie Netto, Penny, Kaffeeraum, Inno Cigs, Nur Hier etc. ergänzt wird. Unübersehbar ist aber der sich schon seit geraumer Zeit und unabhängig von Corona / Winterhude vollziehende Wandel zu einem Vordringen von Gastronomie und Dienstleistungen in innerstädtischen (Neben-) Lagen. Die Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich summiert sich auf ca. 5.200 m², der Umsatz dürfte bei ca. 29 – 30 Mio. € liegen.

- Urbaner Marktplatz Barmbeker Straße (rd. 2,5 km südwestlich): Der einheitlich geplante und entwickelte Nahversorgungsstandort Barmbeker Straße stellt eine aufgeständerte Bebauung mit Wohnungen im Obergeschoss sowie Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss dar. Magnetbetriebe in dem Anfang des letzten Jahrzehnts fertiggestellten Komplex, sind ein Markant Verbrauchermarkt sowie ein Aldi Lebensmitteldiscounter, die sich guter Resonanz erfreuen. Die Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich summiert sich auf ca. 2.300 m², der Umsatz dürfte bei ca. 12 – 13 Mio. € liegen.

- Urbaner Marktplatz Dorotheenstraße (rd. 2,9 km südwestlich): Relativ kompaktes, sich auf etwa 400 m im Nord-Süd- bzw. West-Ost-Richtung erstreckender Bereich innerhalb des Urbanen Marktplatzes mit rd. 6.600 m² Verkaufsfläche und dem REWE-Center als eindeutigen Magnetbetrieb sowie zumeist kleinteiligen Ladenstrukturen (Umsatz zwischen 30 – 40 Mio. €). Marktgerüchte zufolge soll das in einem ehemaligen Straßenbahndepot errichtete SB-Warenhaus mehr als 32 Mio. € an Umsatz p.a. generieren und damit eine sehr hohe Produktivität von > 5.000 € / m² VK aufweisen.

3. Anbietern in- / außerhalb des Einzugsgebietes

An sonstigen Standorten in- / außerhalb des Einzugsgebietes sind folgende Anbieter zu nennen:

- **Solitärstandort Penny-Markt, Fuhlsbütteler Straße 599** (rd. 1,6 km nordöstlich): Solitärer, nicht großflächiger, aber sehr gut angenommener Penny-Markt im benachbarten Stadtteil Ohlsdorf auf rd. 700 m² VK.
- **Solitärstandort Netto-City Ipanema, Überseering 30 / Sydneystraße** (rd. 1,0 km westlich)**:** Bestandteil des mittlerweile weitestgehend vollendeten Neubauensembles Ipanema. Das Ensemble vereint Wohnen und Arbeiten in einer geschwungenen Gesamtform (BGF: rd. 76.000 m²). Bereits 2017 wurde die ehemalige Oberpostdirektion (sog. "Postpyramide") abgerissen, die seit 2006 zu weiten Teilen und schließlich zuletzt ganz leer stand. Im Sommer 2015 war ein zweistufiger Realisierungswettbewerb ausgelobt worden mit dem Siegerentwurf Büro KBNK Architekten. Das Gros der Fläche, etwa 54.000 m² Bruttogeschossfläche, wird dem Wohnungsbau (523 Wohnungen) zugeschrieben. Die ersten Bewohner zogen bereits 2023 ein. Der ovalförmige, zwölfgeschossige Büroturm direkt am Überseering bildet das Entree in das neue Quartier und wurde mit einer Bruttogeschossfläche von ca. 22.000 m² realisiert (künftiger Hauptnutzer: Berenberg Bank). Tiefgaragenplätze sind dem künftigen Büronutzer sowie den Wohnanliegern zugeordnet. U.a. wurde in dem Ipanema-Quartier zum Überseering auch ein Lebensmitteldiscounter Netto City mit rd. 350 m² VK eröffnet, der noch mitten in der Anlaufphase steckt und in den nächsten Jahren einen schwierigen Start durch die laufenden Tiefbauarbeiten zur Errichtung der U 5-Haltestelle City Nord haben wird.
- **Solitärstandort famila-Einkaufszentrum Steilshoop Eichenlohweg** (rd. 1,8 km östlich): Mitte / Ende der 90er Jahre neueröffnetes, einheitlich geplantes und gemanagtes Einkaufszentrum mit rd. 6.200 m² VK. Neben einem famila SB-Warenhaus bestehen noch Untervermietungen sowie der Getränkemarkt. Bedingt durch die räumliche Nähe zu den dicht besiedelten Stadtteilen Steilshoop und Barmbek weist das Einkaufszentrum eine sehr gute Resonanz auf.
- **Nahversorgungsagglomeration Alter Güterbahnhof** (rd. 2,2 km südlich): Ende des letzten Jahrzehnts neueröffnete Nahversorgungsagglomeration am Alter Güterbahnhof, bestehend aus Edeka Clausen (rd. 1.200 m² VK) und weiteren Shops. Nach nicht ganz einfachem Start während der Corona-Pandemie scheint sich dieser Standort mehr und mehr zu behaupten.
- **Solitärstandort Edeka Clausen, Wiesendamm / Saarlandstraße** (rd. 2,2 km südlich): Solitär am Stadtparkrand situierter, aber sehr gut angenommener Edeka-Markt Clausen auf rd. 1.400 m² VK.[25]

Neben dem Netto City, famila und den beiden Edeka Clausen sind noch zahlreiche weitere Lebensmittelbetreibe an sonstigen Standorten im Untersuchungsraum anzutreffen. Unter den größten Betrieben befindet sich Edeka Struve an der Bramfelder Chaussee, der neu eröffnete Edeka Schlemmermarkt entlang der Sengelmannstraße sowie Rewe an der Fabriciusstraße. Diese Anbieter repräsentieren diese Anbieter bei Nahrungs- und Genussmitteln eine Verkaufsfläche von ca. 27.500 m² VK, was einem Umsatz von ca. 140 – 141 Mio. € entsprechen dürfte.

Limitierend in puncto Reichweite des Einzugsgebietes ist anzuführen, dass im Untersuchungsraum verschiedene Lebensmitteldiscounter derzeit mehrfach vertreten sind und damit auch gegen sich selber antreten müssen / werden. Von daher sind der Fernausstrahlung des Mikro-Standortes Grenzen gesetzt.

[25] War noch vor Dreijahresfrist in direkter Nachbarschaft ein Neubau für das Bezirksamt Hamburg-Nord auf rd. 26.000 m² vorgesehen, ist dieses durch die explodierenden Baukosten im Zuge der Zinswende vom Tisch. Stattdessen sollen das Bezirksamt in das leerstehende ehemalige Vattenfall-Gebäude im denkmalgeschützten Arne-Jacobsen-Haus umziehen; nach Komplettsanierung soll der Umzug in 2027 vollzogen werden.

Tabelle 2: Wesentliche Wettbewerber innerhalb des Einzugsgebietes

Betrieb	Straße	VK-Spanne in m², ca.-Werte	Lagekategorie	Bemerkung
Netto City	Überseering	600 - 800	Integrierte Lage	Neubau, Eröffnung 2024
E Aktiv markt Ecks	Alsterdorfer Markt	1.500 - 1.700	NVZ Alsterdorfer Markt	Erweiterung Anfang des Jahrzehnts
Aldi	Alsterdorfer Markt	700 - 900	NVZ Alsterdorfer Markt	Gut funktionierender Markt
REWE	Fuhlsbüttler Straße	1.100 – 1.300	NVZ Quartier 21	Moderner Supermarkt
Biomarkt	Fuhlsbüttler Straße	400 – 600	NVZ Quartier 21	Leistungsfähiger Biomarkt
Lidl	Fuhlsbüttler Straße	1.100 - 1.200	Urbaner Marktplatz	Gut funktionierender Markt
Edeka Müller	Fuhlsbüttler Straße	700 – 900	Urbaner Marktplatz	Gut funktionierender Markt
Penny	Fuhlsbüttler Straße	500 – 700	Urbaner Marktplatz	Kleiner Lebensmitteldiscounter
Famila	Eichenlohweg	5.000 – 6.000	Dezentrale Lage	Modernes SB-Warenhaus
Aldi Nord	Krüsistraße	1.100 - 1.300	Urbaner Marktplatz	Moderner Lebensmitteldiscounter
REWE	Krüsistraße	1.200 - 1.400	Urbaner Marktplatz	Moderner Supermarkt
denn's Biomarkt	Massaquipassage	400 - 600	Urbaner Marktplatz	Leistungsfähiger Biomarkt

GMA-Erhebung / -Zusammenstellung 2024; ohne Darstellung der Spezialanbieter.

V. Auswirkungsanalyse

1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Einzelhandelsnutzungen im Untersuchungsraum werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen zufließt.
- Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 3 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten. Das Marktanteilkonzept lässt jedoch keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Ansiedlung des Marktes neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 3. ausführlich behandelt.

Nachfolgend wird die Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters am Überseering geprüft. Folgende Umsatzprognose lässt sich für den Lebensmitteldiscounter anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:

Tabelle 3: Marktanteile und Umsatz für den Nahversorger am Überseering 17 / Mexikoring 22

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	3,5	20 – 21 %	0,7	0,2	0,9	12 %
Zone II	53,4	8 – 9 %	4,5	1,1	5,7	75 %
Einzugsgebiet	**56,9**	**9 – 10 %**	**5,3**	**1,3**	**6,6**	**87 %**
Streuumsätze von außerhalb des EZG			0,8	0,2	1,0	13 %
Insgesamt			**6,1**	**1,5**	**7,6**	**100 %**

GMA-Berechnungen 2024 (ca.-Werte, gerundet – Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 980 m² eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 7,6 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 6,1 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und rd. 1,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (Nonfood, v. a. Drogeriewaren usw.). Dieses Umsatzpotenzial beinhaltet hohe Ausgaben der Bürobeschäftigten der City Nord (rd. 13 %).

Bei der Marktdurchdringung haben die Gutachter in der Zone I einen recht hohen Marktanteil (=20 – 21 %) unterstellt, der dann in der Zone II auf 8 – 9 % sinkt. Überdurchschnittliche 13 % werden aus Streuumsätzen zu Lidl-Filialumsatz, wobei hier den Bürobeschäftigten eine herausragende Bedeutung zukommt.

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Vorhabens** lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider.

Gemäß Hahn Retail Real Estate Report 2024 / 2025 schwankt die durchschnittliche Filialleistung - je nach Betreiber - stark zwischen

- Aldi Nord (Ø-Umsatz: rd. 6,8 – 6,9 Mio. €, Ø 7.120 € / m² VK; Ø Filialgröße: 955 m² VK);
- Netto (Ø-Umsatz: rd. 4,3 – 4,4 Mio. €, Ø 5.340 € / m² VK; Ø Filialgröße: 814 m² VK);
- Lidl (Ø-Umsatz: rd. 9,1 – 9,2 Mio. €, Ø 10.100 € / m² VK; Ø Filialgröße: 935 m² VK);
- Penny (Ø-Umsatz: rd. 4,8 – 4,9 Mio. €, Ø 6.500 € / m² VK; Ø Filialgröße: 748 m² VK) und
- Norma (**Ø-Umsatz:** rd. 3,3 – 3,4 Mio. €, **Ø** 4.410 € / m² VK; Ø Filialgröße: 766 m² VK);

Da der Betreiber noch nicht abschließend feststeht, wurde ein Umsatz von knapp 7.700 € / m² VK zugrunde gelegt, der einen hohen, aber nicht unrealistischen Wert darstellt. Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie der (Eigen-) Konkurrenz im Untersuchungsraum nicht zu erwarten. Die prognostizierte Umsatzleistung stellt somit eine worst-case Betrachtung im Sinne möglicher Auswirkungen des Vorhabens dar.

3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung bei Nahrungs- und Genussmitteln werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Verlagerungs- und Ansiedlungsvorhaben
- die (Eigen-) Konkurrenz im Untersuchungsraum
- die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- und ein Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den konkurrierenden Standorten ergibt.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere

Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die Neuansiedlung des Lebensmitteldiscounters in der City Nord werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- Der **Lebensmittelmarkt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 980 m² eine Brutto-Umsatzleistung von ca. 7,5 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 6,0 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 1,5 Mio. € auf Nichtlebensmittel.
- Die generierten Umsätze werden in Form von Umsatzumverteilungen **hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen**. Dies sind im Lebensmittelbereich v. a. andere Lebensmittelmärkte bzw. Lebensmittelvollsortimenter und nur untergeordnet sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerker).

Im Detail sind folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen Neuansiedlung Lebensmitteldiscounter

		in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Urbanen Marktplatz Winterhude	0,2	< 1
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Urbanen Marktplatz Fuhlsbüttler Straße	1,7	3 – 4
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Urbanen Marktplatz Dorotheenstraße	0,3	< 1
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Urbanen Marktplatz Mühlenkamp / Gertigstraße	0,1	< 1
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Nahversorgungszentrum Quartier 21	0,6	5 – 6
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Nahversorgungszentrum Alsterdorfer Markt	0,4	3 – 4
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Urbanen Marktplatz Barmbeker Straße	< 0,1	< 1
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Nahversorgungszentrum Jarrestraße	n. n.	n. n.
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern am Nahversorgungsstandort Schreyerring Steilshoop	0,1	< 1
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in- / außerhalb des Einzugsgebietes	2,6	1 – 2
	Umsatz geplanter Markt mit Nahrungs- und Genussmitteln	**6,1**	
Nicht-Lebensmittel	**Umsatz geplanter Markt mit Nicht-Lebensmitteln**	1,5	-
Umsatz insgesamt		**7,6**	**-**

n. n. = nicht nachweisbar; GMA-Berechnungen 2024 (ca.-Werte, gerundet)

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind für die Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters am Überseering in der City Nord mit rd. 980 m² Verkaufsfläche folgende städtebaulichen Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- Gegenüber dem außerhalb des Einzugsgebietes in einiger Entfernung situierten **Urbanen Marktplatz Winterhude** gehen die Gutachter von einem geringen absoluten Umsatzrückgang von etwa 0,2 Mio. € aus (= Umverteilungsquote: < 1 %). Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit dieses übergeordneten Zentrums ist komplett auszuschließen.
- Der **Urbane Marktplatz Fuhlsbütteler Straße** wird mit Umsatzrückgängen von rd. 1,7 Mio. € absolut am stärksten betroffen sein. Die Umverteilungsquote beläuft sich auf moderate 3 – 4 %. Durch die handelsbezogene Neuaufstellung im Lebensmittelsegment des ehemaligen Hertie-Komplexes sowie die durchweg gute Kundenresonanz der hier situierten Märkte (2x Lebensmittel-Vollsortimenter, 2x Lebensmittel-Discounter, Biomarkt) ist eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit dieses übergeordneten Zentrums sehr unwahrscheinlich.
- Im Zentralen Versorgungsbereich **Urbaner Marktplatz Mühlenkamp / Gertigstraße,** der sich unmittelbar nördlich des Einzugsgebietes befindet, fallen die Umsatzrückgänge mit ca. 0,1 Mio. € sehr gering aus, was weniger als 1 % entspricht. Eine wesentliche Beeinträchtigung dieses Zentrums ist komplett auszuschließen.
- Gegenüber dem ebenfalls in einiger Entfernung situierten **Urbanen Marktplatz Dorotheenstraße** gehen die Gutachter von einem geringen absoluten Umsatzrückgang von etwa 0,3 Mio. € aus (= Umverteilungsquote: < 1 %). Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit dieses übergeordneten Zentrums ist auszuschließen, zumal der Magnetbetrieb, das sehr gut performende REWE-Center, zu den leistungsstärkeren SB-Warenhäusern in Hamburg zählen dürfte – wenn man die Flächenproduktivität zugrunde legt.
- Auch für den bereits in einiger Entfernung außerhalb des Einzugsgebietes situierten **Urbanen Marktplatz Mühlenkamp / Gertigstraße** sowie **Barmbeker Straße** fallen die Umsatzrückgänge mit ca. 0,1 Mio. € bzw. < 0,1 Mio. € sehr gering aus, was Umverteilungsquoten unter 1 % entspricht. Eine wesentliche Beeinträchtigung dieser Zentren ist ebenfalls komplett auszuschließen.
- Bezogen auf das **Nahversorgungszentrum Jarrestraße**, das ebenfalls bereits signifikant außerhalb des Einzugsgebietes anzutreffen ist, sind keine Umsatzrückgänge nachweisbar. Das Zentrum spricht ein kompaktes, auf die umliegenden Wohnquartiere der Jarrestadt begrenztes Einzugsgebiet an, daher kann eine wesentliche Beeinträchtigung dieses Zentrums infolge des Vorhabens ausgeschlossen werden.
- Gegenüber **sonstigen Standorten in- und außerhalb des Einzugsgebietes** werden die Umsatzrückgänge mit ca. 1 – 2 % zu Buche schlagen, wobei die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht beeinträchtigt wird.
- Bei **Nicht-Lebensmitteln** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von max. 1,5 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern im Einzugsgebiet und angrenzend wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlicher Sortimente. Nennenswerte Verluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte wesentliche Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung durch die Neuansiedlung eines Nahversorgers nicht zu erwarten sind.

5. Bewertung der Kompatibilität des Vorhabens mit den Ansiedlungsregeln der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel

Die Ergebnisse der Prüfung der Vereinbarkeit sind wie folgt zusammenzufassen:

- Der Planstandort befindet sich nicht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches.
- Bei Realisierung der Planmaßnahme wird sich die städtebauliche Integration zum Positiven wandeln.
- Das Vorhaben wird die wohnortnahe Versorgung im derzeit unterversorgten Teilbereich der City Nord des Stadtteils Winterhude verbessern.
- Der Planstandort ist wohnortnah und wird überwiegend der Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung dienen. Die Erreichbarkeit aus den Wohnquartieren entlang des Überseerings kann durch gesicherte Gehwege / Ampelquerungen als unproblematisch etikettiert werden.
- Die Verträglichkeit mit den umliegenden Zentren konnte mit der vorliegenden Ausarbeitung nachgewiesen werden.

Für einen Lebensmittel-Discounter in der City Nord kann die Ausnahmeregelung aus Satz 4.1.2 der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel angewendet werden, nach der Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ausnahmsweise auch außerhalb von Zentren verwirklicht werden können, wenn sie in erster Linie der Deckung der wohnortnahen Grundversorgung dienen. Dies wurde mit dem Gutachten nachgewiesen.

6. Bewertung der Kompatibilität des Vorhabens mit dem Nahversorgungskonzept 2017 in Hamburg-Nord

Die Ergebnisse der Kompatibilität mit dem Nahversorgungskonzept Hamburg-Nord 2017 sind wie folgt zusammenzufassen:

- Nach Realisierung des Planvorhabens befindet sich der projektierte Lebensmitteldiscounter in einer wohnortnahen Stadtteillage und dürfte mit zunehmender Transformation in der City Nord mehr und mehr die lageseitigen Integrationsvoraussetzungen erfüllen.
- Die Etablierung des projektierten Lebensmitteldiscounters ist ein Beitrag zur Erfüllung des Entwicklungsziels von 2.100 – 2.200 m² VK für die Nahversorgung in der City Nord im Nahversorgungskonzept Hamburg-Nord 2017.
- Die projektierte Größenordnung (rd. 980 m² VK) ist als zentrenverträglich zu etikettieren.

VI. Zusammenfassung der Ergebnisse

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	▪ Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit ca. 980 m² VK im Rahmen der vorgesehenen Komplett-Neuordnung des Standortes des ehemaligen Postverteilzentrums in der Hamburger City Nord mit mehr als 22.000 m² für Wohnen, Büro, sowie Gastronomie und Nahversorgung. ▪ Schlüsselgrundstück bei der „Transformation" der zwischen 1968 und 1980 entstandenen „Zentralen Zone"
Rechtsrahmen	▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▪ Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich auf Teile der Stadtteile Winterhude und Barmbek mit insgesamt 17.210 Einwohnern und einem Kaufkraftpotenzial von 56,8 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln (inkl. durchschnittlich ca. 225 Neubürger auf dem Projektgrundstück)
Umsatzerwartung	▪ Der geplante Lebensmitteldiscounter wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 980 m² einen Umsatz von ca. 7,5 Mio. € erwirtschaften können, davon entfallen ca. 6,0 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 1,5 Mio. € auf Nicht-Lebensmittel.
Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	▪ **Umsatzrückgänge / Umverteilungsquoten** Urbaner Marktplatz Winterhude: ca. 0,2 Mio. € / < 1 % Urbaner Marktplatz Fuhlsbüttler Straße: ca. 1,7 Mio. € / 3 – 4 % Urbaner Marktplatz Dorotheenstraße: ca. 0,1 Mio. € / < 1 % Urbaner Marktplatz Mühlenkamp / Gertigstraße: ca. 0,1 Mio. € / < 1 % Urbaner Marktplatz Barmbeker Straße: ca. < 0,1 Mio. € / < 1 % NVZ Quartier 21: ca. 0,6 Mio. € / 5 – 6 % NVZ Alsterdorfer Markt: ca. 0,4 Mio. € / 3 – 4 % NVZ Jarrestraße: n. n. Nahversorgungsstandort Schreyerring Steilshoop: ca. 0,1 Mio. € / < 1 % Sonstige Anbieter in- / außerhalb Einzugsgebiet: ca. 2,6 Mio. € / 1 – 2 % Nicht-Lebensmittel: ca. 1,5 Mio. € • **Zusammenfassend** lässt sich feststellen, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte nicht zu wesentlichen Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung führen werden.
Bewertung hinsichtlich Vereinbarkeit mit den Hamburger Leitlinien und dem Nahversorgungskonzept Hamburg-Nord 2017	Der Planstandort befindet sich nicht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. Durch die Neubebauung des Schlüsselgrundstückes in der „Zentralen Zone" der City Nord wird sich die städtebauliche Lagequalität deutlich verbessern und seinerseits Impulse zur städtebaulichen und nutzungsstrukturellen Transformation im Quartier setzen. Das Vorhaben wird die wohnortnahe Versorgung im derzeit unterversorgten Teilbereich der City Nord im Stadtteil Winterhude verbessern und dient der wohnortnahen Grundversorgung sowie der in der City Nord arbeitenden Bevölkerung. Die Erreichbarkeit aus den Wohnquartieren entlang des Überseerings kann durch gesicherte Gehwege / Ampelquerungen als unproblematisch etikettiert werden. Die Verträglichkeit mit den umliegenden Zentren ist gewährleistet. Die Neuansiedlung eines Lebensmittelanbieters wird die bestehende Versorgungslücke im nordöstlichen Winterhuder Stadtteilbereich schließen und zu einer höheren fußläufigen Versorgung im Stadtteil beitragen.

GMA-Zusammenstellung 2024

Verzeichnisse Seite

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Baugrundstück Überseering 17	17
Foto 2:	Baugrundstück mit Blick zur „Wäscherei“	17
Foto 3:	Informationstafel City Nord	17
Foto 4:	Fußgängerbrücke Überseering	17

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage des Bezirkes Hamburg-Nord und des Stadtteils Winterhude	15
Karte 2:	Projektstandort und Umfeldnutzungen	19
Karte 3:	Einzugsgebiet des geplanten Marktes und relevante Wettbewerbsstruktur	21

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	11
Tabelle 2:	Wesentliche Wettbewerber innerhalb des Einzugsgebietes	27
Tabelle 3:	Marktanteile und Umsatz für den Nahversorger am Überseering 17 / Mexikoring 22	28
Tabelle 4:	Prognose der Umsatzumverteilungen Neuansiedlung Lebensmitteldiscounter	30