



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die geplante Erweiterung des Designer Outlets Soltau

Untersuchungsdesign und
Methodik für die Durchführung der
Einzelhandels-
Verträglichkeitsanalyse



Hamburg, 26.10.2020



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die geplante Erweiterung des Designer Outlets Soltau

Untersuchungsdesign und Methodik für die Durchführung
der Einzelhandels-Verträglichkeitsanalyse

Projektleitung und -bearbeitung: Uwe Seidel und Boris Böhm

Im Auftrag der
Stadt Soltau
Poststr. 12
29614 Soltau

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden
Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf
Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken – auch auszugsweise – sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	II
	Tabellenverzeichnis	II
1	Vorbemerkungen zum Vorhaben und zur Sortimentsstruktur	1
2	Untersuchungsdesign und Methodik	4
2.1	Untersuchungsraum	4
2.2	Untersuchungsschritte	7
2.2.1	Ausgangslage und Rahmenbedingungen	7
2.2.2	Analyse der Angebots- und Nachfragesituation	8
2.2.3	Vorhaben- und Wirkungsprognose	8
2.2.4	Städtebauliche und raumordnerische Bewertung	12
3	Durchführung der Untersuchung	14

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Fahrzeit-Isochronen um das DOS

4

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des DOS1

1 Vorbemerkungen zum Vorhaben und zur Sortimentsstruktur

Die geplante **Sortimentsstruktur** für das auf 15.000 qm Verkaufsfläche zu erweiternde DOS stellt sich folgendermaßen dar:

Sortimentsstruktur	Genehmigte VKF	Geplante VKF bis max.	VKF-Zuwachs
Bekleidung (inkl. Sportbekleidung)	7.000	12.000	5.000
Schuhe/Lederwaren (inkl. Sportschuhe)	1.500	3.500	2.000
Wohnen/Einrichten	2.400	2.000	-400
... davon Glas/Porzellan/Keramik	600	500	-100
... davon Wohnaccessoires	800	700	-100
... davon Heimtextilien	1.000	900	-100
... davon Haushaltselektronikkleingeräte ¹	0	400	400
Uhren/Schmuck/Sonnenbrillen/Accessoires ²	0	400	400
Randsortimente	500	800	300

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des DOS

Dabei sei darauf hingewiesen, dass die Gesamtverkaufsfläche aktuell auf 9.900 qm ‚gedeckelt‘ ist und **die künftige Gesamtverkaufsfläche auf 15.000 qm „gedeckelt“ werden soll**. D.h. nicht in allen Sortimenten können die angestrebten Verkaufsflächenobergrenzen vollständig ausgereizt werden (wie bisher auch). Die aufgerufenen Flächenspierräume dienen jedoch dazu die Flexibilität für die Vermietung der Flächen zu erhöhen, was bei Sortimentsfestsetzungen für Einkaufszentren üblich ist, da eine punktgenaue sortimentspezifische Vermietung und insbesondere Nachvermietung der Flächen ansonsten kaum möglich sein würde.

Zu den einzelnen Vorhabensortimenten sei auf Folgendes hingewiesen:

- Die Sortimente **Bekleidung** und **Schuhe/Lederwaren** sind genauso definiert wie es der bisherige B-Plan auch zulässt. Für beide Sortimente ergibt sich aufgrund der geplanten Verkaufsflächenerweiterung ein Prüferfordernis.

Darin inkludiert sind jeweils auch Sportbekleidung und Sportschuhe. Das Angebot von Sportbekleidung und Sportschuhen ist in Outlet-Centern (wie auch im DOS) typischerweise sehr stark auf Sportfashion fokussiert, also auf Produkte, bei denen der Übergang zwischen Sport und Mode fließend ist (z.B. Sneakers). Eine scharfe Trennung zwischen Bekleidung und Sportbekleidung sowie zwischen Schuhen und Sportschuhen ist nur schwer möglich, weshalb diese Sortimente in der

¹ Nur als Randsortiment auf maximal 250 qm und 100 qm je Ladeneinheit zulässig

² Nur als Randsortiment auf maximal 250 qm und 100 qm je Ladeneinheit zulässig

Auswirkungsanalyse zusammenbetrachtet werden. Auch im bestehenden B-Plan sind Sportbekleidung und Sportschuhe in den Sortimentskategorien Bekleidung und Schuhe/Lederwaren inkludiert, so dass hier auch keine Abkehr von der bisherigen Regelung im B-Plan erfolgt.

- Das Sortiment **Wohnen/Einrichten** fasst die bislang im B-Plan bislang getrennt aufgeführten Sortimente Wohnaccessoires, Glas/Porzellan/Keramik und Heimtextilien zusammen, da sie inhaltlich eng miteinander verknüpft sind und häufig auch zusammen angeboten werden, so dass eine „saubere“ Trennung dieser Sortimente nur schwer möglich wäre. Der Sortimentskatalog wird hier noch um Haushaltselektrokleingeräte erweitert. Darunter fallen im Wesentlichen Elektrokleingeräte für die Küche (z.B. Handrührgeräte, Kaffeemaschinen, Espressomaschinen, Küchenmaschinen, Pürierstäbe, Saftpresen, Toaster, Wasserkocher, Elektrogrills, Küchenwaagen etc.), wie Sie heute schon im DOS angeboten werden (z.B. bei Home & Cook oder WMF). Explizit ausgeschlossen werden insbesondere Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“), Unterhaltungselektronik („Braune Ware“), Informations- und Kommunikationselektronik („Graue Ware“) sowie „Gaming“. Für die Sortimente Wohnaccessoires, Glas/Porzellan/Keramik und Heimtextilien ergibt sich kein Prüferfordernis, da hier künftig weniger Fläche als heute zugelassen werden soll. Haushaltselektrokleingeräte lösen jedoch ein Prüferfordernis aus, da dieses Sortiment künftig auf mehr als 250 qm (maximal 100 qm je Ladeneinheit) angeboten werden könnte, wie es aktuell unter der Randsortimentsregelung der Fall ist.
- Die Sortimentsgruppe **Uhren/Schmuck/Sonnenbrillen/Accessoires** ist im bisherigen B-Plan nicht separat geregelt, sondern fällt unter die Randsortimentsregelung. Danach sind diese Sortimente auf bis zu maximal 250 qm (maximal 100 qm je Ladeneinheit) zulässig. Künftig soll dieses Sortiment auf bis zu 400 qm angeboten werden können und bedarf demnach einer gesonderten Prüfung.
- Die bestehende Randsortimentsregelung soll dahingehend verändert werden, dass der mögliche Gesamtumfang an **Randsortimenten** von 500 qm auf 800 qm Verkaufsfläche angehoben wird. Die Regelungen, dass je Sortiment nur bis zu maximal 250 qm (maximal 100 qm je Ladeneinheit) zulässig sind, sollen dagegen beibehalten werden. Ein zusätzliches Prüferfordernis ergibt sich nicht, da die einzelnen Randsortimente wie bisher nicht über maximal 250 qm Verkaufsfläche hinaus angeboten werden können. Allerdings sollen mit **Süßwaren³ sowie Parfümerie- und Kosmetikwaren⁴** zwei Teilsortimente in den Katalog möglicher Randsortimente neu aufgenommen werden, die bislang ausgeschlossen waren.

³ Unter Süßwaren fallen Schokoladenartikel, Bonbons und Zuckerwaren sowie Knabbergebäck (Kekse, Chips usw.). Alle übrigen Nahrungs- und Genussmittel werden explizit ausgeschlossen. Zudem sollen nur Monolabelstores zugelassen werden. Damit wird sich das Angebot von klassischen Lebensmittelmärkten unterscheiden.

⁴ Unter Parfümerie und Kosmetikwaren fallen Körperpflegeprodukte und Düfte sowie Make-Up-Artikel. Auch hier sollen nur Monolabelstores zugelassen werden (wie z.B. BodyShop). Damit wird sich das Angebot von klassischen Drogeriemärkten unterscheiden.

Aufgrund des geringen Flächenumfangs (jeweils max. 250 qm Verkaufsfläche) in Verbindung mit der weiträumigen Kundenansprache können allerdings auch ohne vertiefende Prüfungen Beeinträchtigungen ausgeschlossen werden. So werden die auf diesen Flächen erzielten Umsätze selbst unter der Annahme einer überdurchschnittlichen Flächenproduktivität ein nur vergleichsweise geringes Umsatzvolumen erreichen. Die daraus resultierenden Umsatzumverteilungswirkungen werden sich auf zahlreiche Standorte (v.a. Lebensmittelgeschäfte und Drogeriemärkte) innerhalb des weiträumigen Einzugsgebiets verteilen und heruntergebrochen auf einzelne Betriebe auf einem Niveau liegen, welches sich noch deutlich unterhalb von typischen konjunkturellen Schwankungen bewegen wird und damit nicht mehr spürbar ist. Insofern besteht für die Ausweitung des Randsortimentskatalogs um Parfümerie- und Kosmetikwaren sowie Süßwaren kein Prüferfordernis.

2 Untersuchungsdesign und Methodik

2.1 Untersuchungsraum

Folgende Karte stellt die Fahrzeit-Isochronen⁵ rund um den Standort des DOS, gegliedert nach 30 und 60 Fahrminuten dar. Eine 60 Fahrminuten-Entfernung beschreibt üblicherweise das Kerneinzugsgebiet von Outlet-Centern.

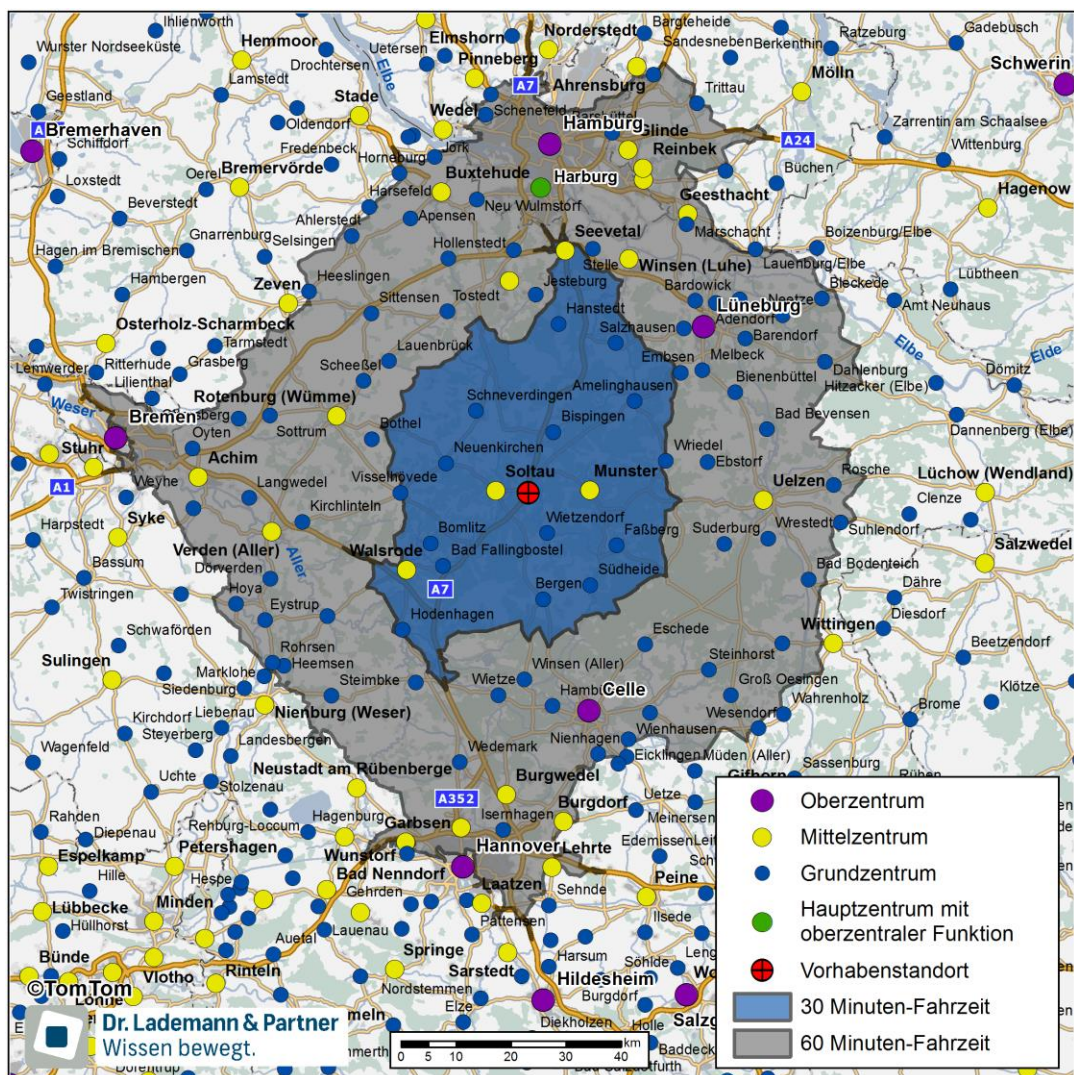


Abbildung 1: Fahrzeit-Isochronen um das DOS

Der Untersuchungsraum, innerhalb dessen das Erweiterungsvorhaben detailliert auf Umsatzumverteilungswirkungen und auf mögliche städtebauliche/ raumordnerische Folgewirkungen bewertet werden soll, wird sich aber nicht über die komplette 60

⁵ Fahrzeit-Isochronen auf Basis von TomTom, die dem Routing-Tool des hauseigenen Geografischen Informationssystems (ArcGIS) von Dr. Lademann & Partner zu Grunde liegen.

Fahrminuten-Isochrone erstrecken. So werden Bereiche aus der 60 Fahrminuten-Isochrone ausgeklammert, die die nach gutachterlicher Einschätzung nur geringfügig vom DOS betroffen sein werden und damit nicht mehr dem Untersuchungsraum zuzuordnen sind. Dies betrifft folgende Zentrale Orte:

- Das **Oberzentrum Hamburg** befindet sich weitgehend innerhalb der 60-Fahrminuten-Zone. Insbesondere die Hamburger Innenstadt verfügt über ein Warenangebot, was enge Wettbewerbsbeziehungen mit dem DOS erwarten lässt, da hier in größerem Umfang Marken im Vollpreissegment vorgehalten werden, die es auch im DOS gibt bzw. geben wird. Allerdings kann die Hamburger Innenstadt mit ihren knapp 350.000 qm Verkaufsfläche auf ein Marktgebiet zurückgreifen, welches sich über die gesamte Metropolregion Hamburg erstreckt und auch nur in Teilen mit dem Einzugsgebiet des DOS überlagert. Eine wesentliche Betroffenheit der Hamburger Innenstadt durch die Erweiterung des DOS, die dessen Funktionsfähigkeit in Frage stellt, kann daher in jedem Falle ausgeschlossen werden.
- Auch die **Oberzentren Bremen und Hannover** liegen in Teilen innerhalb der 60-Fahrminuten-Zone; deren Innenstädte sind gleichwohl etwas weiter entfernt. Auch für Hannover und Bremen ist zwar grundsätzlich von einer engen Wettbewerbsbeziehung zum DOS auszugehen, angesichts der weitläufigen Marktgebiete kann aber auch hier eine wesentliche Betroffenheit ausgeschlossen werden, da sich die Umsatzumverteilungswirkungen auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen würden und die Schwelle der Unzumutbarkeit in jedem Falle deutlich unterschritten wird. Bezüglich Bremen sei zudem darauf hingewiesen, dass sich mit dem Ochtrum Park in Stuhr unmittelbar an der Stadtgrenze zu Bremen ein Outlet Center befindet, welches deutlich stärker im Wettbewerb mit den Einzelhandelsstrukturen Bremen steht als das DOS. Dies lässt sich auch anhand der jährlich durch ecostra durchgeführten Besucherbefragungen im DOS belegen. Danach ist Bremen noch nicht einmal dem Ferneinzugsgebiet des DOS zugeordnet.
- Auch die höherrangigen **Nebenzentren in den Oberzentren Bremen, Hannover und Hamburg** werden mit Ausnahme des Hamburger Hauptzentrums Harburg aus dem Untersuchungsraum ausgeklammert, selbst wenn sie in einer Entfernung von weniger als 60 Fahrminuten zum DOS liegen. Da sich deren Besucher im Wesentlichen aus den umliegenden Stadtteilen und Wohnquartieren generieren, wird hier keine wesentliche Betroffenheit gesehen. Das im Hamburger Zentrenkonzept ausgewiesene **Hauptzentrum Harburg** übernimmt jedoch für das niedersächsische Umland eine oberzentrale Funktion und strahlt aufgrund seiner Lage südlich der Elbe auch weit in den Landkreis Harburg hinein, welcher selbst über kein Oberzentrum verfügt. Insofern bestehen signifikante Einkaufsverflechtungen aus dem nahe zum DOS gelegenen südlichen Hamburger Umland in Richtung des Hauptzentrums Harburg, was eine Berücksichtigung in der Wirkungsanalyse erfordert.

- Das **Mittelzentrum Achim** ist knapp 60 Fahrminuten vom DOS entfernt. Zum Outlet Center in Stuhr sind es jedoch nur rund 20 Fahrminuten und auch die Bremer Innenstadt sowie weitere größere Einzelhandelsstandorte wie der Weser Park oder die Waterfront können relativ zügig erreicht werden. Insofern besteht eine ‚gelernte‘ Einkaufsbeziehung in Richtung Bremen. Die regelmäßig von ecostra durchgeführten Besucherbefragungen belegen auch, dass es keine signifikante Einkaufsorientierung aus dem Landkreis Verden in Richtung des DOS gibt. Da Achim von ecostra auch nicht mehr dem Einzugsgebiet des DOS zugewiesen wird, kann darauf verzichtet werden, Achim in den Untersuchungsraum mitaufzunehmen.
- Die **Mittelzentren Lehrte und Garbsen** liegen ebenfalls knapp 60 Fahrminuten vom DOS entfernt. Beide Städte liegen aber nicht mehr direkt an der Achse der BAB 7 und sind eher auf Hannover als auf das nördlich von Hannover gelegene DOS orientiert. Ohnehin liegt die Region Hannover, der beide Städte zuzuordnen sind, laut ecostra auch nicht mehr im über die regelmäßigen Befragungen abgeleiteten Kerneinzugsgebiet des DOS, sondern lediglich im Ferneinzugsgebiet. Dies belegt die untergeordnete Orientierung der dort lebenden Menschen auf das DOS, weshalb sich keine Notwendigkeit dafür ergibt, Lehrte und Garbsen in den Untersuchungsraum mitaufzunehmen. Auch in den Monitoring -Berichten von ecostra werden Lehrte und Garbsen (wie auch Achim) nicht aufgeführt, da sie außerhalb des wesentlich vom DOS betroffenen Bereichs liegen.
- Die **Mittelzentren Geesthacht und Reinbek/Glinde/Wentorf** befinden sich zwar noch in der 60 Fahrminuten-Zone, werden aber aus dem Untersuchungsraum ebenfalls ausgeklammert. Aufgrund der naturräumlichen Barriere der Elbe ist die Einkaufsorientierung der hier lebenden Verbraucher stark auf das Hamburger Stadtgebiet und hier insbesondere auf das Hauptzentrum des südöstlichen Hamburger Bezirks Bergedorf ausgerichtet. So kann das Hauptzentrum Bergedorf von Geesthacht aus zügig über die parallel zur Elbe verlaufende BAB 25 und die B 5/404 erreicht werden. Wentorf, Reinbek und Glinde sind ebenfalls gut an Bergedorf sowie weitere im östlichen Hamburger Stadtgebiet befindliche Zentren angebunden und über die B 5 ist auch die Hamburger Innenstadt gut zu erreichen. So liegt der Kreis Herzogtum Lauenburg, dem die betreffenden Mittelzentren zuzuordnen sind, laut ecostra auch nicht mehr im über die regelmäßigen Befragungen abgeleiteten Kerneinzugsgebiet des DOS, sondern lediglich im Ferneinzugsgebiet, weshalb es gerechtfertigt erscheint, diese Zentralen Orte aus dem Untersuchungsraum auszuklammern.

2.2 Untersuchungsschritte

2.2.1 Ausgangslage und Rahmenbedingungen

- Darstellung und Kommentierung der **wesentlichen Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung** in Deutschland. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die **Bedeutung und die Auswirkungen des Online-Handels**⁶ gelegt. Hierfür wird die Marktdynamik des Onlinehandels insgesamt und nach Branchen beleuchtet und abgeleitet, welche Risiken resp. Chancen sich dadurch für den stationären Handel nach Branchen/Betriebstypen und Standortkategorien ergeben;
- Darstellung der **planerischen Ausgangssituation** und der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung in Niedersachsen (LROP 2017) sowie im Heidekreis (RROP-Entwurf 2015);
- Darstellung und Bewertung des **Mikrostandorts** (u.a. Grundstück, verkehrliche Anbindung MIV/ÖPNV, Standortumfeld, Lagequalität etc.);
- Darstellung des **Vorhabens** im Hinblick auf die Betriebstypen und Warenspezifika eines Outletcenters sowie hinsichtlich der geplanten Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur und der Zentrenrelevanz der einzelnen Vorhabenssortimente; die Erweiterung soll zwar auf insgesamt 5.000 qm beschränkt sein. Allerdings ist dabei ein sortimentsspezifischer Worst-Case zu prüfen. Dieser deckt für die Sortimente Bekleidung 12.000 qm Verkaufsfläche, für Schuhe/Lederwaren 3.500 qm Verkaufsfläche, für Uhren/Schmuck/Sonnenbrillen/Accessoires 400 qm Verkaufsfläche und für Wohnen/Einrichten 2.000 qm Verkaufsfläche ab und unterstellt somit für jedes Sortiment eine vollständige Ausreizung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächenobergrenze. Für Wohnen/Einrichten wird dabei unter Bezugnahme auf die heutigen Festsetzungen des rechtskräftigen B-Plan sowie die geplanten zukünftigen Darstellungen nach Änderungen des B-Planes folgendes Worst-Case-Szenario angenommen:
 - Wohnaccessoires: heute max. 800 qm VK → künftig 700 qm VK
 - Glas/Porzellan/Keramik: heute max. 600 qm VK → künftig 500 qm VK
 - Heimtextilien: heute max. 1.000 qm VK → künftig 900 qm VK
 - Haushaltselektronikkleingeräte: heute als Randsortiment zulässig → künftig 400 qm VK

⁶ Insbesondere wird an dieser Stelle herausgearbeitet, dass Leerstände nicht nur aus Wettbewerbsverschärfungen im stationären Einzelhandel resultieren, sondern auch eine Folgewirkung des anhaltenden Wachstums des Online-Handels sind.

- Kurzbewertung der relevanten **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** in der Heide region (Stand und Entwicklung Bevölkerung, Kaufkraftniveau, Tourismus, Pendlerbeziehungen) sowie der **makrostandörtlichen Ausgangslage**;
- Darstellung der **Wettbewerbssituation im Outlet-Center Segment** sowie Bewertung der Wettbewerbspositionierung des DOS;
- Abgrenzung des **Untersuchungsraums**.

2.2.2 Analyse der Angebots- und Nachfragesituation

- Erhebung, Analyse und Bewertung der **vorhabenrelevanten Angebotssituation** im Untersuchungsraum; Erhebung der Verkaufsflächen sowie Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im vorhabenrelevanten Einzelhandel; in diesem Zuge werden auch mögliche vorhabenrelevante **Planvorhaben** im Untersuchungsraum berücksichtigt;
- detaillierte städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse **der Ausgangslage in den am stärksten betroffenen zentralen Versorgungsbereichen** innerhalb des Untersuchungsraums zur Frage der Stabilität/Fragilität der Zentren;
- Durchführung und Auswertung einer **telefonischen Haushaltsbefragung** innerhalb des Untersuchungsraums zur Ermittlung der Einkaufsorientierungen der Verbraucher im Raum; dabei werden die Verbraucher befragt, wo sie welche vorhabenrelevanten Sortimente aktuell einkaufen (Städte, Einkaufszentren/Outlet Center, Internet/Online); gezielt soll darüber herausgefunden werden, welchen Stellenwert der Online-Handel in der Untersuchungsregion einnimmt, welche Städte zu den wesentlichen Einzelhandelsmagneten zählen und wie sich das DOS in das Einkaufsverhalten der Verbraucher einfügt.

2.2.3 Vorhaben- und Wirkungsprognose

- Vorhabenprognose bezüglich des **Einzugsgebiets⁷** des DOS (sowie möglicher Veränderungen durch die angestrebte Erweiterung), des **Nachfragepotenzials** im Einzugsgebiet zzgl. der **Streukundenpotenziale**, der erwartbaren **Marktanteile** (Kaufkraftabschöpfung) des Vorhabens im Einzugsgebiet sowie der prospektiven **Vorhabenumsätze** und der **Umsatzherkunft**; prüfungsrelevant ist dabei nur der mit dem Vorhaben verbundene Zusatzumsatz gegenüber dem heutigen Status quo; dieser ergibt sich aus zwei Quellen:
 - Zusatzumsätze, die auf den Erweiterungsflächen generiert werden

⁷ Die Abgrenzung des Einzugsgebiets wird ausführlich hergeleitet und begründet und nach Entfernungszonen gegliedert.

- Zusatzumsätze, die sich aus der allgemeinen Attraktivitätssteigerung eines erweiterten DOS auch für die heutigen Bestandsnutzungen ergeben

DLP werden hierfür eine Delta-Betrachtung vornehmen, die die aktuelle Umsatzsituation der künftig anzunehmenden Umsatzsituation eines um 5.000 qm erweiterten DOS gegenüberstellt.

Die Vorhabenprognose wird dabei auf die Ergebnisse des Monitorings/Controllings von ecostra (insbesondere Aussagen zum Einzugsgebiet, zur Höhe der Streukunden und zur Umsatzherkunft) abstellen. Gleichwohl muss berücksichtigt werden, dass mit einer signifikanten Erhöhung der Verkaufsfläche auch eine räumliche Ausweitung des Einzugsgebiets, eine stärkere Marktdurchdringung im Bestandseinzugsgebiet sowie eine Verschiebung der Umsatzherkunft einhergehen kann.

Eine Sonntagsöffnung des DOS über die üblichen verkaufsoffenen Sonntage hinaus, wird bei der Vorhabenprognose zunächst nicht berücksichtigt, da die hierfür notwendigen rechtlichen Voraussetzungen derzeit nicht vorliegen. Ein entsprechendes Szenario für eine Sonntagsöffnung könnte aber problemlos ergänzt werden.

- **Wirkungsprognose** bezüglich der zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben zu Lasten des bestehenden Einzelhandels im Untersuchungsraum unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche.

In die Wirkungsprognose einbezogen werden sämtliche Grund- und Mittelzentren innerhalb der 30 Fahrminuten-Zone sowie innerhalb der 30 bis 60 Fahrminuten-Zone alle Mittel- und Oberzentren, die sich innerhalb des Untersuchungsraums befinden.⁸

Im Fokus der Wirkungsprognose stehen dabei vor allem die Innenstädte sowie in den Oberzentren auch relevante Nebenzentren höherer Hierarchieebenen. In den Oberzentren Celle und Lüneburg gibt es jedoch nur der jeweiligen Innenstadt deutlich untergeordnete Zentren, die im Wesentlichen Nahversorgungsaufgaben für die umliegenden Stadtteile und Wohnquartiere übernehmen. Mit dem DOS stehen diese Nebenzentren kaum im Wettbewerb, weshalb auf eine Berücksichtigung der Nebenzentren in Lüneburg und Celle verzichtet wird. Berücksichtigung findet jedoch das dem Oberzentrum Hamburg zugehörige Hauptzentrum Harburg. Nach dem Hamburger Zentrenkonzept stellen die Hauptzentren nach der Innenstadt die höchste Zentrenkategorie dar. Das Hauptzentrum Harburg hat gemäß LROP eine oberzentrale Funktion für das niedersächsische Umland, weshalb dieses Zentrum in der Wirkungsprognose berücksichtigt wird. Im Gegensatz zu den Nebenzentren in Lüneburg und Celle, verfügt das Hauptzentrum Harburg auch über ein

⁸ Auflistung der Zentralen Orte gemäß Kapitel 3 auf Seite 10

signifikantes Angebot im aperiodischen Bedarf und weist dabei Angebotsüberschneidungen mit dem DOS auf.

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

Die Wirkungsprognose wird als **dynamische Prognose** aufgebaut. D.h. Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite (v.a. vorhabenrelevante Einzelhandelsvorhaben im Untersuchungsraum, Bevölkerungsentwicklung) bis zum voraussichtlichen Markteintritt der Erweiterung (2025) werden in die Wirkungsprognose eingestellt, um die Genauigkeit der Prognose zu erhöhen und die Auswirkungen des demografischen Wandels in der Region zu berücksichtigen.

Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite sind auch durch die seit März 2020 wirkende Corona-Pandemie zu erwarten. Im Gutachten wird darauf folgendermaßen reagiert:

- Die angebotsseitigen Effekte der Corona-Pandemie werden durch eine ergänzende Erhebung der Einzelhandelsbestände in den untersuchungsrelevanten Innenstädten im ersten Quartal 2021 erfasst. Ergänzend hierzu werden ausgewählte innenstadtrelevante Akteure im Untersuchungsraum, insbesondere aus den Bereichen Citymanagement, Stadtmarketing, Handels- und Gewerbevereine, IHK im Rahmen von Experteninterviews befragt.
- Um die nachfrageseitig zu erwartenden Veränderungen des Einkaufsverhaltens (insbesondere die Entwicklung des Online-Anteils in den relevanten Sortimenten) infolge der Corona-Pandemie zu erfassen, wird ebenfalls im ersten Quartal 2021 eine ergänzende repräsentative telefonische Haushaltsbefragung in der Region durchgeführt.

Ergänzend oder alternativ hierzu, werden aktuelle Studien, Umfragen und Prognosen sowie Zeitreihenanalysen zur Entwicklung des Einkaufsverhaltens von einschlägigen Instituten ausgewertet und berücksichtigt.

- Da sich die mittel- bis langfristigen Auswirkungen der Corona-Pandemie im Hinblick auf den Prognosehorizont des Gutachtens (Jahr der Marktwirksamkeit des Erweiterungsvorhabens) zurzeit noch nicht abschließend einschätzen lassen, wird die Wirkungsprognose auf dieser Basis in zwei Szenarien durchgeführt.

- Szenario A: Das Szenario A geht davon aus, dass sich die angebots- und nachfrageseitige Situation bis zum Prognosehorizont weitgehend normalisiert hat und eine Rückkehr zu den langfristigen Entwicklungstrends erfolgt.
- Szenario B: Das zweite Szenario geht davon aus, dass die Entwicklungstrends auch mittel- bis langfristig durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie beeinflusst werden (z.B. dauerhaft überproportionale Steigerung des Online-Handels, überdurchschnittliche viele Insolvenzen im stationären Handel).

Die Corona-Pandemie hat jedoch nicht nur Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel, sondern (in abgeschwächter Form) auch auf das DOS selbst. Insofern werden in die beiden Szenarien auch die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das DOS und dessen künftige Umsätze abgeschätzt und berücksichtigt.

Zur verlässlichen Ermittlung der Auswirkungen wird ein **Prognoseverfahren auf der Basis eines Gravitationsmodells (Huff-Modell)** verwendet. Gravitationsmodelle eignen sich insbesondere für weiträumig ausstrahlende Auswirkungsanalysen und sind gerichtlich als Methode zur Ermittlung von Umsatzumverteilungswirkungen vollständig akzeptiert. Eine solche Untersuchung liefert verlässliche Prognosen über die Veränderung der Nachfrageströme der Verbraucher im Einzugsgebiet des Vorhabens. Diese hängen maßgeblich von Art, Umfang und Attraktivität der vorhandenen Versorgungsalternativen innerhalb und außerhalb des Einzugsgebiets, aber auch von der Attraktivität des Vorhabens selbst ab.

Wirkungsprognosen sind dabei für die Sortimente Bekleidung (inkl. Sportbekleidung), Schuhe/Lederwaren (inkl. Sportschuhe), Uhren/Schmuck/Sonnenbrillen/Accessoires sowie für das Teilsegment Haushaltselektronikkleingeräte der Kategorie Wohnen und Einrichten zu erbringen.⁹ Für den Katalog der heute und künftig zulässigen Randsortimente sind keine Wirkungsprognosen notwendig, da je Sortiment nur maximal 250 qm und nur 100 qm je Ladeneinheit zugelassen werden sollen. Angesichts dieser geringfügigen Verkaufsflächendimensionierung können negative Auswirkungen auch ohne detaillierte Wirkungsprognosen ausgeschlossen werden.

⁹ Die unter die Kategorie Wohnen und Einrichten fallenden Teilsortimente Wohnaccessoires, Glas/Porzellan/Keramik und Heimtextilien sind laut gültigem B-Plan in Summe auf bis zu 2.400 qm zulässig. Künftig soll die zulässige Gesamtverkaufsfläche für dieses Segment auf 2.000 qm reduziert werden und zusätzlich mit Haushaltselektronikkleingeräten noch ein weiteres Teilsortiment in den Sortimentskatalog mit aufgenommen werden. Die heute genehmigten Verkaufsflächengrößen in den Teilsortimenten Wohnaccessoires, Glas/Porzellan/Keramik und Heimtextilien sollen künftig leicht abgesenkt werden, so dass sich hier kein Prüferfordernis ergibt. Dies gilt auch unter der Berücksichtigung, dass sich infolge der Attraktivitätssteigerung des DOS die Umsätze auf den Bestandsflächen erhöhen könnten. Für Haushaltselektronikkleingeräte besteht jedoch ein Prüferfordernis, da dieses Sortiment künftig nicht mehr den Beschränkungen der Randsortimente unterliegen wird, sondern als Teilsortimente unter der Kategorie Wohnen und Einrichten auf bis zu 400 qm zulässig sein soll.

2.2.4 Städtebauliche und raumordnerische Bewertung

- **städtebauliche und raumordnerische Bewertung** der prospektiven Auswirkungen des auf 15.000 qm zu erweiternden DOS; hierbei stehen die im Sinne einer Worst-Case-Analyse ermittelten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens im Hinblick auf die Frage im Fokus, ob diese in städtebaulich/raumordnerisch relevante Folgewirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche umschlagen können; Basis für die städtebauliche Bewertung bildet die zuvor vorgenommene detaillierte Bestimmung der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen; die städtebaulichen Bewertungen werden dabei separat und detailliert für jeden signifikant betroffenen zentralen Versorgungsbereich im Einzelnen vorgenommen.
- Der Bewertungsmaßstab geht dabei noch über das Beeinträchtungsverbot gemäß Ziffer 2.3 08 des LROP hinaus, nach dem die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden dürfen. Stattdessen ist als Bewertungsmaßstab auf Ziffer 2.3 09 des LROP abzustellen, nach dem ein Hersteller-Direktverkaufszentrum in der Lüneburger Heide **keine entwicklungshemmenden Beeinträchtigungen** für die vorhandenen innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen auslösen darf. Insofern steht hier nicht nur die Frage im Fokus, ob ein zentraler Versorgungsbereich in Folge von möglichen Betriebsaufgaben in seiner Funktionsfähigkeit insgesamt oder hinsichtlich einzelner Branchen beeinträchtigt wird, sondern auch, ob es infolge von Kaufkraftabzügen zu einer Entwicklungshemmung in den betroffenen Zentralen Orten kommen kann.

Zur Abschätzung dieser entwicklungshemmenden Beeinträchtigungen wird daher geprüft, wie hoch der Kaufkraftanteil bei den prüfungsrelevanten Sortimenten in den jeweiligen Kongruenzräumen der Mittel- und Oberzentren ausfallen wird, der – heute und künftig (infolge der mit der Erweiterung induzierten Zusatzumsätze) – im DOS gebunden sein wird. Aus der Höhe der Bindung der sortimentspezifischen Kaufkraft in den jeweiligen Kongruenzräumen wird dann abgeleitet, ob Entwicklungspotenziale in den Zentralen Orten verloren gehen, die für die Absicherung der zentralörtlichen Versorgungsfunktionen – auch mit Blick auf die bisher erreichten Zentralitätswerte – wesentlich sind.¹⁰

Darüberhinausgehend werden aktuelle und verfestigte Planungen für die Ansiedlung/Erweiterung von Einzelhandelsangeboten in den relevanten Sortimentsbereichen (die sich z.B. auch aus kommunalen Einzelhandelskonzepten ergeben können) ermittelt bzw. abgefragt und es wird vor dem Hintergrund der

¹⁰ Bezüglich der Umsatzherkunft aus den Kongruenzräumen der Mittel- und Oberzentren wird auch auf die regelmäßig durch ecostra durchgeführten Besucherbefragungen abgestellt, die Informationen zur Besucherherkunft beinhalten.

vorhabeninduzierten Kaufkraftbindung geprüft, ob deren Realisierung durch die geplante Erweiterung des DOS gehemmt wird.

- Im Zuge der raumordnerischen Bewertung des Vorhabens sind darüber hinaus auch die weiteren **Ziele und Grundsätze der Raumordnung** gemäß LROP Niedersachsen 2017 Abschnitt 2.3 zu bewerten (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot).
- **Zusammenfassende gutachterliche Bewertung** des auf 15.000 qm Verkaufsfläche zu erweiternden DOS und Empfehlungen für die textlichen Festsetzungen bezüglich der sortiments- und verkaufsflächenbezogenen Regelungen.

3 Durchführung der Untersuchung

Folgende **Primär- und Sekundärerhebungen** sind insgesamt erforderlich, um das skizzierte Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- **Sekundärdatenanalysen** der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute (u.a. MB Research aus Nürnberg) bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten im Untersuchungsraum;
- Durchsicht sämtlicher von **ecostra vorgelegten Berichte der letzten Jahre** (Monitoring, jährliche Besucherbefragungen, jährliches Controlling); das Gutachten stützt sich insbesondere im Hinblick auf die Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets, auf die Annahmen zur Umsatzherkunft und zur Höhe der Streumsätze sowie auf die derzeit erzielten Umsätze des DOS auf die Ergebnisse der ecostra-Berichte;
- Umfassende **Vor-Ort-Erhebungen der vorhabenrelevanten Angebotssituation** im Untersuchungsraum. Die Gutachter werden die prüfungsrelevanten Sortimente in den Innenstädten und an sonstigen prägenden Lagen in folgenden Städten/Gemeinden erheben:
 - Mittel- und Oberzentren in der 30 bis 60 Minuten-Zone im Untersuchungsraum gemäß Abbildung 1 auf Seite 3: Lüneburg, Celle, Uelzen, Munster, Soltau, Walsrode, Verden, Rotenburg, Buchholz, Winsen/Luhe, Burgwedel, Langenhagen, Buxtehude, Seevetal, Burgdorf
 - Grundzentren¹¹ in der 30-Minuten-Zone gemäß Abbildung 1 auf Seite 3: Wietzendorf, Bad Fallingb.ostel, Neuenkirchen, Bomlitz¹², Bispingen, Amelinghausen, Schneverdingen, Faßberg, Hodenhagen, Hermannsburg (Südheide), Visselhövede, Hanstedt, Salzhausen, Bergen
 - Hauptzentrum Harburg (Hamburg), welches oberzentrale Versorgungsfunktionen für das niedersächsischen Umland übernimmt

Die Erhebungen erfolgen mittels physischer Begehungen sämtlicher Ladenlokale sortimentspezifisch nach dem sogenannten Angebotsprinzip und nicht nach dem Schwerpunktprinzip. D.h. jeder Betrieb wird nach Sortimenten gegliedert exakt erhoben.¹³ Dafür nutzt DLP eine eigens hierfür programmierte Smartphone-App.

¹¹ Der Heidekreis verfügt aktuell über kein rechtskräftiges RROP. Berücksichtigt werden die im Entwurf 2015 zur Neuaufstellung als Grundzentren benannten Orte.

¹² Bomlitz ist zum 1.1.2020 mit der Stadt Walsrode zusammengelegt worden. Die grundzentrale Funktion von Bomlitz bleibt erhalten.

¹³ Eine Erhebung nach dem Schwerpunktprinzip schlüsselt die gesamte Verkaufsfläche dem Kernsortiment des Betriebs zu und nimmt keine Sortimentsdifferenzierungen vor. Die Erhebungsergebnisse werden dadurch ungenau und lassen ggf. fehlerhafte Rückschlüsse zu.

Erhoben werden dabei folgende **Sortimente¹⁴**:

- Bekleidung/Wäsche (inkl. Sportbekleidung)
- Schuhe/Lederwaren (inkl. Sportschuhe)
- Uhren/Schmuck/Optik/Accessoires
- Haushaltselektronikkleingeräte

Zudem werden auch die Leerstandsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen erfasst.

Um erste Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandelsbesatz abschätzen zu können, erfolgen die Erhebungen zu zwei Zeitpunkten: März 2020 und Überprüfung im ersten Quartal 2021

- **Intensive Begehungen** der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit. Hierfür werden wir sämtliche Innenstädte in den innerhalb des Untersuchungsraums gelegenen Mittel- und Oberzentren sowie in den innerhalb des Kerneinzugsgebiets gelegenen Grundzentren begehen, analysieren und hinsichtlich der Stärken und Schwächen sowie der Entwicklungsperspektiven bewerten. Auf dieser Basis wird für jeden zentralen Versorgungsbereich eine gutachterliche Einschätzung zur Funktionsfähigkeit und zu etwaigen Vorschädigungen vorgenommen und die Betroffenheit durch das Erweiterungsvorhaben bestimmt.
- Durchführung einer repräsentativen **telefonischen Haushaltsbefragung** mit einer Stichprobengröße von N=800 innerhalb des Untersuchungsraums¹⁵ (computerunterstützte Auswahl nach Ort, Altersgruppenquotierung und Einwohnergewichtung). Dr. Lademann & Partner erarbeitet die Konzeption der Befragung und nimmt die Auswertung der Befragung vor. Die operative Durchführung der Befragung erfolgt insbesondere aus juristischen und datenschutzrechtlichen Gründen durch professionell geschultes Personal eines Marktforschungsunternehmens.

Zur Einschätzung erster Folgewirkungen der Corona-Pandemie auf das Einkaufsverhalten der Bevölkerung in der Region, wird die telefonische Haushaltsbefragung im ersten Quartal 2021 wiederholt.

¹⁴ Im Segment Wohnen und Einrichten sind – bis auf Haushaltselektronikkleingeräte – keine Erhebungen notwendig. Die künftig geplanten Verkaufsflächen für die Teilsortimente Heimtextilien, Glas/Porzellan/Keramik und Wohnaccessoires werden niedriger ausfallen als die derzeit genehmigten Verkaufsflächen. Negative Auswirkungen können daher per se ausgeschlossen werden. Damit ist für diese Teilsortimente (mit Ausnahme von Haushaltselektronikkleingeräten) weder eine detaillierte Wirkungsprognose notwendig noch eine Erhebung der Verkaufsflächen im Untersuchungsraum.

¹⁵ Modifizierte 60-Fahrminuten-Zone