

# Einzelhandel im LANDKREIS HARBURG

26. Februar 2008, Seevetal-Hittfeld

GfK GeoMarketing GmbH  
GfK PRISMA Institut  
Büro Hamburg  
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53  
22085 Hamburg  
[www.gfk-geomarketing.com](http://www.gfk-geomarketing.com)

Studie 12002334, Juni/November 2007



GfK PRISMA

# 1. Grundlagen der Studie

2

- intensive **Vor-Ort-Recherchen** des mehrköpfigen Gutachterteams inklusive **Kompletterhebung des Einzelhandels**
- **Telefonische Haushaltsbefragung**
- Relevante amtliche und GfK PRISMA-interne **Daten** und **Sekundärmaterialien**
- **Expertengespräche**

## 2. Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels im Landkreis Harburg

3

Pro-Kopf-Ausgabebeträge, Nachfragevolumen, Einzelhandelsumsatz und Zentralität im Landkreis HARBURG insgesamt

| Warengruppen/Sortimente                                | Einzelhandelsumsatz<br>Nachfragevolumen<br>Zentralität | Ladeneinzelhandelsrelevante<br>Pro-Kopf-Ausgabebeträge<br>in Euro <sup>1)</sup> | Nachfragevolumen<br>2006 in<br>Mio. Euro <sup>2)</sup> | Einzelhandelsumsatz<br>2006 in<br>Mio. Euro <sup>3)</sup> | Umsatzstruktur<br>2006<br>in % | Kaufkraftzu-<br>bzw. -abfluss<br>2006 per<br>saldo in<br>Mio. Euro | Einzelhandels-<br>zentralität<br>2006 |
|--|--|---|--|---|--------------------------------|--|---------------------------------------|
| periodischer Bedarf gesamt                             |  | 2.592   | 629,1  | 490,7   | 59,1                           | - 133,7  | 78,9                                  |
| aperiodischer Bedarf                                   |  | 2.924   | 707,2  | 390,4   | 44,5                           | - 316,8  | 55,2                                  |
| <b>gesamt (a+b)</b>                                    |  | <b>2.924</b>  | <b>707,2</b>   | <b>390,4</b>  | <b>44,5</b>                    | <b>- 316,8</b>   | <b>55,2</b>                           |
| <b>a) Bekleidung/Textilien,<br/>Schuhe/Lederwaren</b>  |  | <b>629</b>  | <b>152,1</b>   | <b>80,7</b>   | <b>9,2</b>                     | <b>- 71,4</b>  | <b>53,1</b>                           |
| <b>b) Hartwaren gesamt, davon:</b>                     |  | <b>2.295</b>  | <b>555,1</b>   | <b>309,7</b>  | <b>35,3</b>                    | <b>- 245,4</b>   | <b>55,8</b>                           |
| • Technik <sup>4)</sup>                                |  | 500   | 120,8  | 40,2  | 4,6                            | - 80,6   | 33,3                                  |
| • Haushalts- und persönlicher<br>Bedarf <sup>5)</sup>  |  | 586   | 141,8  | 61,4  | 7,0                            | - 80,4   | 43,3                                  |
| • Heimwerker- und Gartenbedarf <sup>6)</sup>           |  | 653   | 157,9  | 101,8   | 11,6                           | - 56,1   | 64,5                                  |
| • Möbel/Einrichtungsbedarf/<br>Haus- und Heimtextilien |  | 557   | 134,6  | 106,3   | 12,1                           | - 28,3   | 79,0                                  |
| <b>Insgesamt</b>                                       |  | <b>5.506</b>  | <b>1.331,6</b>   | <b>881,1</b>  | <b>100,2</b>                   | <b>- 450,5</b>   | <b>66,2</b>                           |

**Kaufkraftabfluss: 450 Mio. Euro jährlich !**

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

4

**Stärken** (Strengths)

**Schwächen** (Weaknesses)

**Chancen** (Opportunities)

**Risiken** (Threats)

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

5

#### Stärken (Strengths)

- **punktuell moderne Versorgungsstrukturen**, von denen einige gerade in jüngerer Vergangenheit entstanden sind
- insgesamt **große Bedeutung von lokalen Einzelhändlern** bzw. inhabergeführten Geschäften
- viele kompetente, engagierte und kundenorientierte Einzelhändler (**einzelhändlerische 'Highlights' allerorten**)
- relativ stark ausgeprägte **Angebotsstrukturen** im Wachstumsbereich **ökologische Lebensmittel** (Hofläden/Bio-Bauern/Fachabteilungen in Super- und Verbrauchermärkten)

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

6

#### Schwächen (Weaknesses)

- **teilräumliche Unterversorgung**; auch im periodischen Bedarf
- insgesamt eher **geringe Sortimentstiefe und -breite**, auch in den Mittelzentren des Landkreises
- herausragende Traditionsbetriebe mit großer **überlokaler Anziehungskraft** sind Ausnahmeerscheinung
- schwache Angebotsstruktur in **wichtigen Leitbranchen** (u.a. Technik, großflächiger Lebensmitteleinzelhandel)
- Innenstädte von Buchholz und Winsen mit **geringer Entwicklungsdynamik**
- teilweise **überalterte Einzelhandelsstrukturen**



GfK PRISMA

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

7

#### Schwächen (Weaknesses)

- geringe **Aufenthaltsqualität** vieler zentraler Einkaufslagen / unbefriedigende Gestaltung des öffentlichen Raumes
- ungünstige **Ladenöffnungszeiten** (Läden geschlossen, wenn Berufspendler am Heimatort eintreffen)
- uneinheitliche Ladenöffnungszeiten in den führenden Zentren
- nur **selten gemeinsames Handeln** der Einzelhändlerschaft erkennbar
- eher **geringe Identifikation der Bevölkerung** mit Einzelhandelsstandorten im Landkreis

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

8

#### Chancen (Opportunities)

- insgesamt **hohes Kaufkraftniveau** bietet grundsätzlich Möglichkeit für qualifizierte Fachangebote
- **steigende Mobilitätskosten und Umweltbewusstsein** erhöhen Sensibilität großer Kundengruppen für die Vermeidung von Zusatzwegen und fördern Einkaufsbeziehungen zu lokalen Anbietern
- **demografische Entwicklung** wegen geringer Mobilität (resp. Mobilitätsbereitschaft) älterer Personengruppen erfordert mehr wohnortnahe Angebote

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

9

#### Chancen (Opportunities)

- **"Wachsende Stadt" Hamburg** bringt Impulse für die gesamte Region
- **expansive filialisierte Handelsunternehmen** als 'Motor' für die Entwicklung leistungsfähiger und moderner Einzelhandelsstandorte
- **inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe als 'Motor'** für die Entwicklung von Einzelhandelsstrukturen, die auf die jeweiligen spezifischen örtlichen Situationen und Gegebenheiten abgestimmt sind

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

10

#### Risiken (Threats)

- **disperse Siedlungsstruktur** erschwert Bildung von leistungsfähigen Einzelhandelsschwerpunkten
- **demografische Entwicklung** führt zu Rückkehr der "Empty Nesters" in die größeren Städte (insbesondere nach Hamburg)
- **"Wachsende Stadt" Hamburg** zieht Wachstumspotenziale primär in die Stadt Hamburg

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

11

#### Risiken (Threats)

- Gewöhnung der Konsumenten an **bisheriges Einkaufsverhalten** nur schwer änderbar
- besonders kaufkraftstarke Einwohnergruppen orientieren sich weiterhin zu den **Top-Einkaufslagen in Hamburg**
- Maßnahmen zur Verbesserung der Kaufkraftbindungssituation im Landkreis Harburg stoßen auf Widerstand in angrenzenden/benachbarten Landkreisen und Städten (**Umsatzumverteilungsdebatte**)

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

12

#### Risiken (Threats)

- **Einzelhandelsentwicklungen in angrenzenden Gebieten** verschärfen interregionalen Einzelhandelswettbewerb
- **Standortkonkurrenz innerhalb des Landkreises** als 'Bremse' für eine förderliche Entwicklung des gesamten Kreisgebietes
- inhabergeführte Leitbetriebe (Kauf- und Warenhäuser) im **Wettbewerb mit Filialunternehmen** auf schwerem Posten

### 3. Folgerungen - SWOT-Analyse

13

- Gegenwärtig dominieren die **Schwächen und Risiken** gegenüber den Stärken und Chancen
- **Spannungsfeld** zwischen Kundenklientel, Siedlungsstruktur und stark dominierendem Oberzentrum Hamburg
- quantitativ und qualitativ teilweise **ungenügende Angebotsstrukturen**
- starker und zunehmender **regionaler Wettbewerb**

➔ **Umkehr der Situation nur langfristig möglich**

### 3. Folgerungen - Zielformulierung

14

## Zielvorstellung (bis 2020)

→ **Kaufkraftabfluss um 100 Mio. € verringern**

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

15

- **Angebotsseitige Aspekte des Einzelhandels**
  - ⇒ quantitative Maßnahmen
  - ⇒ qualitative Maßnahmen
- **Branchenübergreifende und flankierende Maßnahmen**
- **Akteure**

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

16

### ▪ **Quantitative Ausweitung des Einzelhandelsangebotes**

⇒ (maßvolle) Expansion des Einzelhandels

⇒ planungsrechtliche Grenzen

Oberzentrum für den Landkreis = Bezirk Harburg der Hansestadt Hamburg

⇒ Fokus auf den Innenstädten Buchholz, Winsen und Neu Wulmstorf

- Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe am bestehenden Standort
  - Stärkung der vorhandenen Magnetbetriebe und Betreiber
  - Stärkung der bestehenden Einkaufslagen
  - Zusammenlegung von Ladenlokalen

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

17

- Verlagerung bestehender Einzelhandelsbetriebe an einen neuen Standort einschließlich Erweiterung
  - i.d.R. nur dann, wenn Erweiterung an bestehendem Standort nicht in Frage kommt
  - Nachnutzungsproblematik der vorher genutzten Immobilie
- Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben
  - stärkstes Instrument der quantitativen Angebotsverbesserung
  - mögliche Auswirkungen auf bestehende Einzelhandelsstrukturen sind zu berücksichtigen
  - zentrale Einkaufslagen durch Neuansiedlungen stärken
  - 'Highlights' schaffen, die über die Kreisgrenzen hinaus ausstrahlen
    - ⇒ Factory-Outlet-Center/Designer-Outlet-Center !?
    - ⇒ Bio- und Ökosortimente - Öko-Kaufhaus

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

18

### ▪ **Qualitative Verbesserung der Einzelhandelsstrukturen und -angebote**

⇒ Qualitätsoffensive

- Strukturen des Handels verbessern
- Umfeld verbessern
- Ladenmodernisierung
- Verbesserung des Branchenmixes  
steht oft in engem Kontext mit quantitativen Maßnahmen
- Sicherung der Zukunft einzelner Branchen (z.B. ländliche Waren- und Kaufhäuser)
  - eng verknüpft mit den beiden vorstehenden Maßnahmen
  - zusätzlich betriebswirtschaftliche Aspekte und Marketinggesichtspunkte
  - intensive Überprüfung der derzeitigen und zukünftigen Marktposition

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

19

- Verbesserung der Kundenorientierung
  - Verbesserung der Beratungs- und Servicequalität
    - Mitarbeiterschulungen
    - Coaching von Führungskräften (inkl. Inhaber)
- Ladenöffnungszeiten
  - Ausweitung - zumindest Vereinheitlichung
- Anmutung und Aufenthaltsqualität
  - individuelle Lösungen
  - städtebauliche Leitbilder/Rahmenpläne und Gestaltungssatzungen

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

20

- Informationspolitik und Kommunikation
  - klassische Kommunikationswege (Plakate, Handzettel, Broschüren)
  - Internet (Web 2.0)
  - Kommunikation am Point of Sale  
(s. Verbesserung Beratungs-/Servicequalität)

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

21

- **Kombination von Quantitätsausweitung und Qualitätsoffensive:  
Kompetenzzentren**

⇒ Schaffung und Nutzung von Synergien

- räumlich-funktionale Bündelung gleichgerichteter Branchen
- Angebotsspektrum nicht allein auf den Einzelhandel beschränkt
- auch branchenbezogene Dienstleistungen, Informationsangebote (ggfs. Edutainment), gastronomische Angebote etc.

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

22

- Beispiele für Kompetenzzentren
  - Kompetenzzentrum Möbel/Einrichtungsbedarf um Möbel Kraft herum in Buchholz
  - Kompetenzzentren Bio-/Öko-Handel
  - Kompetenzzentrum Reitsport (Rosengarten-Nenndorf)
  - Kompetenzzentrum Wassersport ("Planspiel Marina Stöckte")
  - Kompetenzzentren Gartengestaltung, Erneuerbare Energien, Altbausanierung, Radsport, Kinderausstattung/Spielwaren ...

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

23

### ▪ **Branchenübergreifende und flankierende Maßnahmen**

- ⇒ 'über den Tellerrand' der reinen Einzelhandelsentwicklung hinaus blicken
- ⇒ Koordinierungsaufgaben wahrnehmen und Rahmenbedingungen für Einzelhandel verbessern
  
- Landkreismarketing
- Eventmanagement
- Bindung von Neubürgern an den (Einzelhandels-)Standort
- Einkaufen mit Erholen verbinden (und umgekehrt ...)

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

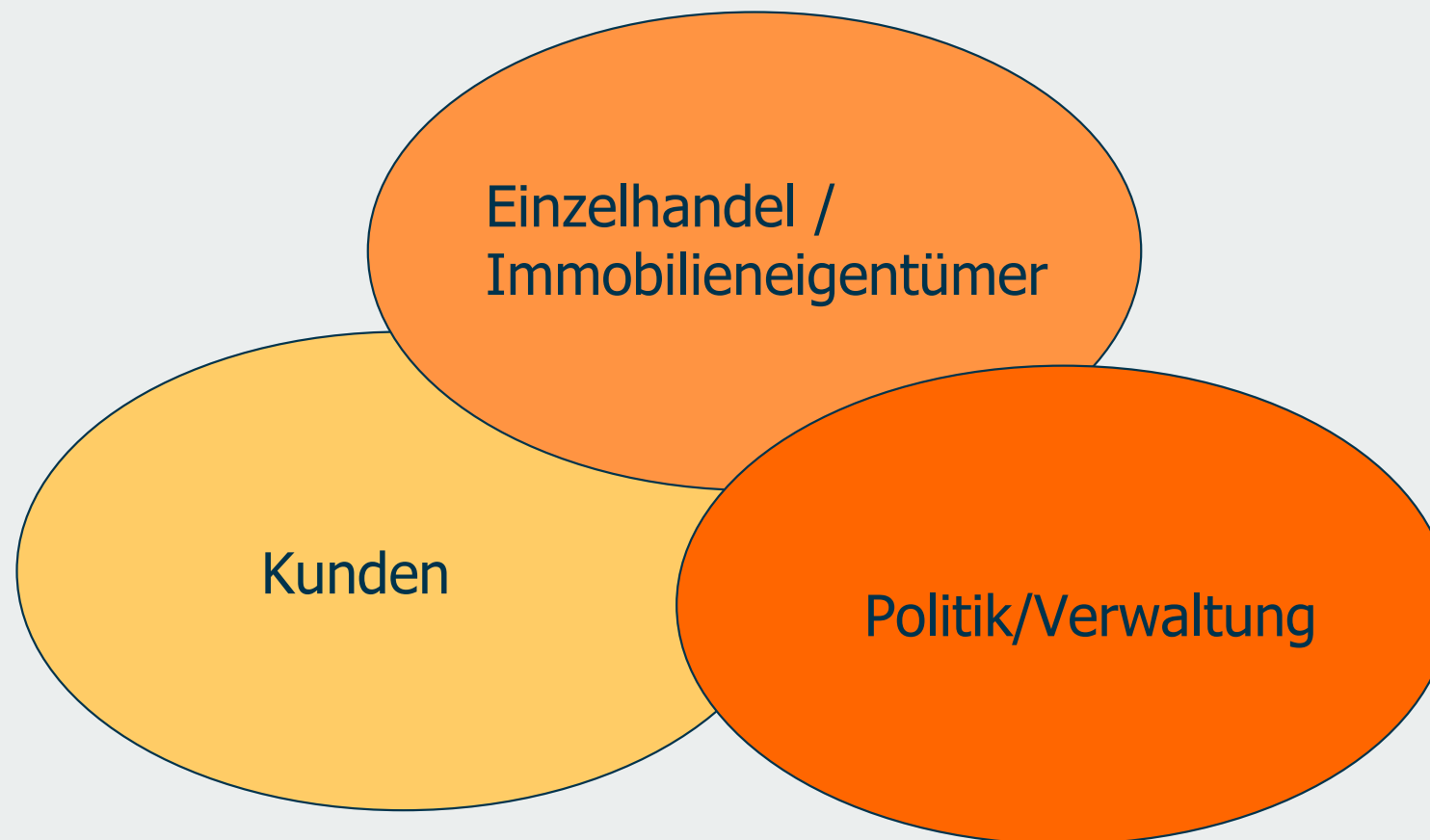
24

- Einkaufen mit Erholen verbinden (und umgekehrt ...)
- Teilnahme am Wettbewerb "Ab in die Mitte - Niedersachsen"
- Laden-/Flächenmanagement - Leerstandsmanagement
- Städtebauliche/Stadtstrukturelle Verbesserungen
  - Business Improvement Districts (BID)

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

25

### Zielgruppen für Maßnahmen zur Stärkung des Einzelhandels



## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

26

- Beteiligung auf möglichst breiter Plattform
  - Freizeitwirtschaft
  - Hotellerie/Gastronomie
  - Dienstleistungsbranche
- Arbeits- und Entscheidungsfähigkeit gewährleisten
- Workshopreihe "Einzelhandel im Landkreis Harburg"
- Führungsrolle ? - Externe Moderation

## 4. Handlungsempfehlungen und Maßnahmenkatalog

27

- Beteiligung auf möglichst breiter Plattform
  - Freizeitwirtschaft
  - Hotellerie/Gastronomie
  - Dienstleistungsbranche
- Arbeits- und Entscheidungsfähigkeit gewährleisten
- Workshopreihe "Einzelhandel im Landkreis Harburg"
- Führungsrolle ? - Externe Moderation

*Ab heute mittendrin !*

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**