



Vorab per e-mail (k.u.keller@sonaesierra.com)

GfK PRISMA INSTITUT GmbH & Co. KG

Herrn Klaus-Ulrich-Keller

- Prokurist -

c/o **Sierra Developments
Germany AG**

Kennedydamm 55

40476 Düsseldorf

Datum

7. Juli 2005

Ra/tie

GfK PRISMA INSTITUT für
Handels-, Stadt- und
Regionalforschung
GmbH & Co. KG
www.gfk-prisma.de

**"Neue Mitte Garbsen" • Studie 05 111 613
Stellungnahme zu den Konsequenzen des reduzierten
Flächenprogramms auf die Ergebnisse der Wirkungs-
analyse vom August/Oktober 2004**

Sehr geehrter Herr Keller,

hiermit möchten wir der am 26. Mai bzw. 16. Juni d.J. im Rahmen des Moderationsverfahrens unter Federführung der Region Hannover vereinbarten Vorgehensweise nachkommen und zu den Konsequenzen der Reduzierung des Einzelhandels-Flächenprogramms für die geplante "Neue Mitte Garbsen" auf die Ergebnisse der Wirkungsanalyse unseres Hauses Stellung nehmen.

Die folgenden Ausführungen basieren auf dem mit Schreiben der Region Hannover vom 28. Juni d.J. (Einladung für den Moderationstermin am 11. Juli d.J.) beigefügten Flächenprogramm (Differenzierung nach den sechs Hauptwarengruppen, die auch im Gutachten der GfK PRISMA vom August/Oktober 2004 Anwendung fanden), das in der Anlage des Schreibens der Stadt Garbsen vom 27. Juni d.J. noch weiter differenziert wurde.

Büro Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
22085 Hamburg
Tel +49 (0)40/227 112-0
Fax +49 (0)40/227 7282
hamburg@gfk-prisma.de

Büro Nürnberg:
Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel +49 (0)911/395-2509
Fax +49 (0)911/395-4054
nuernberg@gfk-prisma.de

Registergericht
Hamburg HRA 95215

Persönlich haftende
Gesellschafterin:
GfK PRISMA
Verwaltungs GmbH
Sitz Hamburg

Geschäftsführung:
Raimund Ellrott
Olaf Petersen
Dr. Eberhard Stegner

Registergericht
Hamburg HRB 89491

Die **Gesamt-Verkaufsfläche** der Planmaßnahme wurde von ursprünglich rd. 24.000 m² Verkaufsfläche auf nunmehr 19.650 m² VKF - und damit nahezu um ein Fünftel - reduziert (- 4.350 m² bzw. - 18 %).

Wesentlicher Unterschied zwischen den Flächenkonzeptionen ist die erhebliche Reduzierung der Verkaufsflächen für die beiden **Sortimentsgruppen** Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren (- 2.850 m² bzw. rd. - 28 %) und Technik (- 1.025 m² bzw. rd. - 29 %).



Besonders hervorzuheben ist, dass insbesondere diese beiden unter Verträglichkeitsaspekten sehr sensiblen Warengruppen sogar überproportional zur Centerfläche reduziert wurden und deren Anteile an der Centerfläche von rd. 43 % auf rd. 37 % (textile Sortimente) bzw. von 15 % auf 13 % (Technik) sinken.

Die folgende Tabelle vermittelt einen vergleichenden Überblick über das alte und das neue Flächenprogramm.

"NEUE MITTE GARBSEN"			
Vergleich der Flächenprogramme gemäß Projektkonzeptionen vom August/Oktober 2004 bzw. vom Juni 2005 (gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich)			
Warengruppe (Anteil an Gesamtfläche)	Planungsstand 2004	reduziertes Flächenprogramm 2005	Differenz (in % ggü. 2004)
Periodischer Bedarf	5.000 m ² (21 %)	4.350 m ² (22 %)	- 650 m ² (- 13 %)
Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren	10.200 m ² (43 %)	7.350 m ² (37 %)	- 2.850 m ² (- 28 %)
Hartwaren insgesamt	8.800 m ² (37 %)	7.950 m ² (40 %)	- 850 m ² (- 10 %)
- Technik	3.500 m ² (15 %)	2.475 m ² (13 %)	- 1.025 m ² (- 29 %)
- Haushalts- und persönlicher Bedarf	4.500 m ² (19 %)	4.575 m ² (23 %)	+ 75 m ² (+ 2 %)
- Heimwerker- und Gartenbedarf	200 m ² (1 %)	300 m ² (2 %)	+ 100 m ² (+ 50 %)
- Möbel/Einrichtungs- bedarf, Haus- und Heimtextilien	600 m ² (3 %)	600 m ² (3 %)	± 0 m ² (± 0 %)
"NEUE MITTE GARBSEN" INSGESAMT	24.000 m²	19.650 m²	- 4.350 m² (- 18 %)

Analog zum Flächenprogramm dürfte sich mit der modifizierten Konzeption auch der prospektive **Zielumsatz** der Centeranlage reduzieren.

Um sich dem möglichen Zielumsatz zu nähern, werden für das aktuelle Flächenprogramm die gleichen Raumleistungen angenommen, die auch den Berechnungen zur Umsatzerwartung der Centeranlage gemäß Planungsstand vom August/Oktober 2004 zugrunde lagen (s. Seite 101 des Gutachtens).

Auf dieser Grundlage errechnet sich ein aktualisierter Center-**Einzelhandelsumsatz** in Höhe von **rd. 74 - 82 Mio. Euro p.a.**, der im Mittel um **rd. 17 Mio. €** bzw. rd. 18 % **unter** den Ansätzen der ursprünglichen Planung liegt.

Die Detaildaten sind der folgenden Tabelle zu entnehmen.

"NEUE MITTE GARBSEN"			
Vergleich der Umsatzerwartungen auf der Basis der Projektkonzeptionen vom August/Oktober 2004 bzw. vom Juni 2005 (gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich)			
Warengruppe	Planungsstand 2004	reduziertes Flächenprogramm 2005	Differenz (Mittelwert)
Periodischer Bedarf	25,0 - 28,0 Mio. €	21,7 - 24,4 Mio. €	- 3,5 Mio. € (- 13 %)
Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren	31,0 - 34,0 Mio. €	22,5 - 24,3 Mio. €	- 9,1 Mio. € (- 28 %)
Hartwaren insgesamt	34,0 - 38,0 Mio. €	29,6 - 33,6 Mio. €	- 4,3 Mio. € (- 12 %)
- Technik	16,5 - 18,5 Mio. €	11,6 - 13,1 Mio. €	- 5,1 Mio. € (- 29 %)
- Haushalts- und persönlicher Bedarf	15,0 - 16,4 Mio. €	15,1 - 16,9 Mio. €	+ 0,3 Mio. € (+ 2 %)
- Heimwerker- und Gartenbedarf	0,7 - 0,9 Mio. €	1,1 - 1,4 Mio. €	+ 0,5 Mio. € (+ 63 %)
- Möbel/Einrichtungsbedarf, Haus- und Heimtextilien	1,8 - 2,2 Mio. €	1,8 - 2,2 Mio. €	± 0 Mio. € (± 0 %)
"NEUE MITTE GARBSEN" INSGESAMT	90,0 - 100,0 Mio. €	73,8 - 82,3 Mio. €	- 17,0 Mio. € (- 18 %)

Wesentliche Konsequenz dieser Flächen- und Umsatzreduktion ist die Veränderung der Ausstrahlungskraft der geplanten Centeranlage.

So ist insbesondere davon auszugehen, dass die Fernausstrahlung, für die die Sortimentsbereiche Bekleidung etc. und Technik von besonderer Bedeutung sind, erheblich einbüßen dürfte.

Dies zeigt sich in der im Anhang beigefügten Tabelle zur Kaufkraftstrom-Modellrechnung.

Die **Gesamtabschöpfung** im 2004 angesetzten Einzugsgebiet **reduziert** sich von rd. 5,6 % auf **4,6 %**.

Besonders die Abschöpfung in den Ferneinzugsgebietszonen sowie aus der seinerzeit angesetzten Potenzialreserve sinkt erheblich. Dabei wird vor allem davon auszugehen sein, dass speziell aus Richtung Hannover nicht mehr die ursprünglich angenommenen Einkaufsbeziehungen hergestellt werden können.

So beträgt die Umsatzrekrutierung aus der Potenzialreserve nunmehr lediglich rd. 0,85 Mio. Euro bzw. 0,6 % des relevanten Potenzials (zuvor rd. 2,5 Mio. Euro = 1,6 %), aus der Einzugsgebietszone IVb werden nunmehr rd. 3,55 Mio. Euro bzw. 1,3 % rekrutiert (zuvor 8,3 Mio. Euro = 3,1 %) und in der Einzugsgebietszone IVa beträgt die Umsatzrekrutierung nunmehr lediglich 7,5 Mio. Euro bzw. 2,0 % (zuvor 13,2 Mio. Euro = 3,6 %).

Diese Veränderungen sprechen dafür, eine **Modifizierung** bei dem Ansatz des **Einzugsgebietes** der Centeranlage vorzunehmen und die **Zone IVb nicht** mehr als originäres Einzugsgebiet zu betrachten.

Die Einkaufsbeziehungen aus dieser Zone dürften mit der kleineren Centeranlage lediglich noch sporadischer Natur sein; insofern würden diese primär im Rahmen einer Potenzialreserve zu betrachten sein.

Mit anderen Worten: Die Ferneinzugsgebietszone IVb würde nunmehr entfallen¹.

¹ Das nunmehr anzusetzende Einzugsgebiet würde rd. 238.000 Einwohner umfassen, die - einschließlich einer Potenzialreserve von 10 % - über ein ladeneinzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von rd. 1,3 Mrd. Euro verfügen (Datenbasis 2004).

Die rechnerisch notwendige Kaufkraftabschöpfungsquote in diesem modifizierten Einzugsgebiet würde auf der Grundlage eines durchschnittlichen Zielumsatzes von rd. 78 Mio. Euro nunmehr bei rd. 6,0 % (zuvor rd. 5,6 %) liegen.

Diese Größenordnung ist unter absatzwirtschaftlichen Aspekten und anhand der Erfahrungen mit ähnlichen Centeranlage durchaus als 'machbar' einzustufen, zeigt aber auch deutlich auf, dass Flächenreduzierungen aufgrund der daraus resultierenden geringeren Attraktivität und Fernausstrahlung zu höheren erforderlichen Marktanteilsquoten (in einem kleineren Einzugsgebiet) führen.

In der Konsequenz wären u.a. Langenhagen und die entsprechenden Stadtgebiete in Hannover nicht mehr im Einzugsgebiet der "Neuen Mitte Garbsen".

Unter dem Aspekt der verringerten Ausstrahlungskraft der Centeranlage ist mit Blick auf die Wirkungsanalyse gegenüber den ursprünglichen Annahmen eine **Gesamtentlastung** des regionalen und lokalen Einzelhandels um durchschnittlich rd. **17 Mio. Euro** (= Differenz zwischen ursprünglichem und aktuellem Zielumsatz) zu erwarten.

Insofern fallen naturgemäß auch die rechnerischen Umsatz-Umverteilungsquoten in den untersuchungsrelevanten Standortlagen entsprechend **geringer** aus; die durchschnittliche Umsatzumverteilung reduziert sich um den vorstehend genannten Betrag bzw. rd. 18 % (über alle Warengruppen; die jeweiligen warengruppenspezifischen Werte sind der vorstehenden Tabelle zum Vergleich der Umsatzerwartungen zu entnehmen).

In diesem Kontext ist vor dem Hintergrund der zu erwartenden geringeren Fernausstrahlung der geplanten Centeranlage auch davon auszugehen, dass die regionalen Auswirkungen/Umsatzumverteilungen gegenüber den lokalen Effekten spürbar stärker zurückgehen und die Entlastung der relevanten Wettbewerbsstandorte umso stärker ausfällt, je weiter sie von der geplanten "Neuen Mitte Garbsen" entfernt sind.

Ein deutlich **überproportionaler Rückgang** der anzunehmenden Umsatzumverteilungen ist demzufolge speziell für Langenhagen und verschiedene Lagebereiche in Hannover zu erwarten, die - wie vorstehend ausgeführt - nun nicht mehr dem Einzugsgebiet der "Neuen Mitte Garbsen" zuzurechnen sind.

Überproportionale Rückgänge der anzunehmenden Umsatzumverteilungen sind auch für die schon zuvor außerhalb bzw. am äußeren Rande des Einzugsgebietes gelegenen Gemeinden Barsinghausen und Bad Nenndorf zu erwarten.

Angesichts der verkehrlichen Gegebenheiten/Verkehrswegebeziehungen ist für Neustadt am Rübenberge und Wunstorf davon auszugehen, dass die Umsatzumverteilungen in etwa mit dem Durchschnittswert von 18 % (bzw. den jeweiligen warengruppenspezifischen Werten) zurückgehen dürften.

Demgegenüber dürfte das geplante Einkaufszentrum in GARBSEN selbst und seinem unmittelbaren Umfeld nach wie vor eine relativ starke Position einnehmen, so dass speziell die bestehenden örtlichen Einkaufslagen durch die Reduzierung der Verkaufsfläche der "Neuen Mitte Garbsen" nur eine vergleichsweise geringe Entlastung erfahren dürften¹.

Dieses vorausgeschickt, dürften die Umsatzumverteilungsquoten speziell in den beiden primär als sensibel zu bezeichnenden **Warengruppen** Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren (Minderumsatz = verminderte Umsatzumverteilung von durchschnittlich 9,1 Mio. Euro bzw. - 28 %) und Technik² (Minderumsatz = verminderte Umsatzumverteilung von durchschnittlich 5,1 Mio. Euro bzw. - 29 %) in den regionalen Wettbewerbsstandorten um jeweils bis zu etwa einem Drittel sinken und damit Größenordnungen erreichen, die in den jeweiligen Städten/Gemeinden in der Spitze nicht mehr bei knapp 10 %, sondern im Bereich von 6 - 7 % rangieren.

In einigen Warengruppen und Städten/Gemeinden (u.a. periodischer Bedarf in Barsinghausen, Technik in Bad Nenndorf und in Seelze) sinken die Umsatzumverteilungen **unter** die **Nachweisbarkeitsgrenze**.

Im **Ergebnis** ist somit festzustellen, dass die vorgesehene Verkaufsflächenreduzierung der "Neuen Mitte Garbsen" von ursprünglich rd. 24.000 m² auf nunmehr 19.650 m² und die damit einher gehende Verringerung der Umsatzerwartung um durchschnittlich rd. 17 Mio. Euro (davon allein rd. 14,2 Mio. Euro in den beiden primär zentrenrelevanten Warengruppen Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren und Technik, in denen auch die höchsten Umverteilungsquoten zu erwarten waren) gegenüber der Ursprungsplanung zu einer deutlichen Reduzierung der anzunehmenden regionalen Umsatzumverteilungen führt.

¹ Ausnahme ist der periodischer Bedarfsbereich aufgrund seiner grundsätzlich gegenüber den übrigen Warengruppen geringeren Fernausstrahlung.

² In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Umsatzumverteilungen im Technik-Segment aufgrund der veränderten und sich perspektivisch noch weiter verändernden Wettbewerbssituation in GARBSEN (erfolgte Schließung von Mega Company; anstehende Schließung von Schaulandt) deutlich überzeichnet werden.

Die ohnehin schon geringen regionalen Umsatzumverteilungsquoten, die sich gemäß der ursprünglichen Planung in einer Kernspanne von 2 - 3 % (über alle Sortimente) bewegt haben, fallen insofern noch niedriger aus; dabei ist insbesondere in den textilen Sortimenten und im Bereich Technik von einer überproportionalen Entlastung auszugehen.

Bereits in der Studie aus dem Jahr 2004 lagen die rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten in den regionalen Wettbewerbsstandorten des Planvorhabens auf einem ein Niveau, das in Fachkreisen als **'nicht bedenklich'** hinsichtlich möglicher ökonomischer (und somit auch städtebaulicher) Auswirkungen auf die bestehenden Einzelhandelsstrukturen gewertet wird; das trifft mit den aktuellen Flächenprogramm umso mehr zu.

Dabei dürfte mit dem nunmehr vorgesehenen Flächenprogramm das Ziel der Etablierung eines langfristig 'funktionierenden' Stadtzentrums für die Stadt GARBSEN noch erreichbar sein.

Insbesondere unsere Modellrechnungen zu der neuen Planvariante zeigen aber auch auf, dass die Fernausstrahlung mit der Verkaufsflächenverminderung überproportional stark abnimmt und sich die Tragfähigkeitsvoraussetzungen der Centeranlage - und damit auch die Nachhaltigkeit der vorgesehenen Stadtentwicklungsmaßnahme - mit jeder Flächenreduzierung ungünstiger darstellt.

Das dürfte auch der maßgebliche Grund dafür gewesen sein, weshalb sich für das ursprünglich vorgesehene Flächenprogramm der "Neuen Mitte Garbsen" von rd. 15.000 m² VKF kein Investor/Betreiber gefunden hat.



GfK PRISMA

Sehr geehrter Herr Keller, soweit unsere Stellungnahme zu dem aktualisierten Konzept der "Neuen Mitte Garbsen" und den daraus resultierenden Konsequenzen für die Wirkungsanalyse.

Indem wir uns erlauben, dieses Schreiben auch direkt an die Stadt Garbsen und die Region Hannover, die Goldbeck-Gruppe sowie die Herren Menzel und Schmedes zu übersenden, verbleiben wir für heute

mit freundlichen Grüßen, die Sie bitte auch an Herrn Philippen weiterleiten mögen,

GfK PRISMA INSTITUT GmbH & Co. KG

Olaf Petersen

Tel 040/227 112-0
Fax 040/227 72 82
Mail raimund.ellrott@gfk-prisma.de

ppa. Udo Radtke

Tel 040/227 112-0
Fax 040/227 72 82
Mail udo.radtke@gfk-prisma.de

Anlage

Kopie des Schreibens an:

Herrn Wolfgang Galler, Stadt Garbsen
Herrn Prof. Axel Priebs, Region Hannover
Herrn Sven H. Röbling, Goldbeck Projekt GmbH
Herrn Dieter Menzel, Menzel Immobilien
Herrn Hartmut Schmedes, Schmedes Projektentwicklung