

Ergänzende Untersuchung zur Ansiedlung eines Famila Verbrauchermarktes im Gewerbegebiet An der Autobahn in 23858 Reinfeld

erstellt für: Stadt Reinfeld
Paul-von-Schoenaich-Straße 14
23585 Reinfeld

Projekt-Nr.: 104775

Hamburg, 30. September 2010

Moorfuhrweg 13
22301 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22-0
Fax (040) 42 32 22-12
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
1 AUSGANGSSITUATION UND AUFGABENSTELLUNG	1
2 BERECHNUNG UMSATZPOTENZIAL	3
2.1 Zusätzliches Umsatzpotenzial Markant GE-Gebiet	3
2.2 Zusätzliches Umsatzpotenzial durch die Schließung LM-Markt im Zentrum	3
3 ABLEITUNG VERKAUFSFLÄCHENPOTENZIAL	5
3.1 Eigengenutzte Verkaufsflächen	5
3.2 Konzessionärsflächen	5
3.3 Verlagerung des bestehenden Aldi Marktes	7
4 KAUFKRAFTBINDUNG UND UMBERTEILUNG	8
5 FAZIT UND BEWERTUNG	9

1 AUSGANGSSITUATION UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Reinfeld beabsichtigt - gemäß Einzelhandelskonzept 2009 - den Einzelhandel im Stadtzentrum Reinfeld aufzuwerten sowie die Lebensmittelversorgung durch die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes im Gewerbegebiet auszubauen.

Bereits im Einzelhandelskonzept wurde die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes im Gewerbegebiet An der Autobahn geprüft. Konkrete Betreiber standen zum Zeitpunkt der Analyse noch nicht fest. Als maximale Verkaufsfläche wurde eine Größenordnung von 2.500 qm unter folgenden Prämissen als noch verträglich eingestuft:

- Es bestehen konkrete Entwicklungsperspektiven für ein Aufwertung des Angebotes im Ortszentrum, idealerweise Ersatz der beiden veralteten Lebensmittelmärkte im Stadtzentrum, sprich Überführung der beiden unterdimensionierten Supermärkte in einen marktgängigen Verbrauchermarkt in einer Größenordnung von mindestens 1.500 qm Verkaufsfläche, optimaler 2.000 qm sowie Ansiedlung eines vollsortierten Drogeriemarktes, Discounters oder auch Kaufhauses.
- Keine Zulassung weiterer Ansiedlungen von Lebensmittelmärkten, insbesondere Discountmärkten, außerhalb des Stadtzentrums.

Zwischenzeitlich führt die Stadt Reinfeld Verhandlungen mit der Fa. Bartels-Langness aus Kiel als potenzielle Betreiberin für das Planvorhaben. Bartels-Langness ist Eigentümerin und Betreiberin je eines Markant Lebensmittelmarktes im Gewerbegebiet als auch im Zentrum von Reinfeld.

Im Zuge der Neuplanung ist vorgesehen, dass sich die Fa. Bartels-Langness mittels eines städtebaulichen Vertrages verpflichtet, den bestehenden Markant Markt im Gewerbegebiet zu schließen und eine zukünftige Nutzung durch Lebensmittel- oder Drogeriemärkte sowie Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen. Dies wird als zwingende Prämisse für die folgende Kaufkraftstrommodellrechnung unterstellt und kann nur durch die Eigentümerin Bartels-Langness garantiert werden.

Weiterhin ist die Realisierung eines Famila Marktes im Gewerbegebiet an die Zusicherung des Weiterbetriebes sowie einer Aufwertung des unter "Markant" firmierenden Supermarktes im Ortszentrum gebunden. Dies kann in eigener Regie oder auch durch den Nachweis einer langfristigen Vermietung an einen einschlägigen Betreiber erfolgen. Die Stärkung des Stadtzentrums genießt gegenüber allen weiteren Vorhaben Priorität. Zielsetzung ist es, im Stadtzentrum einen Vollsortimenter zu schaffen, welcher hinsichtlich seines Gesamtauftrittes (u. a. Verkaufsflächendimensionierung, Ladengestaltung, Parkplatzsituation, Außenwirkung) für die Zukunft attraktiv und nachhaltig positioniert ist.

Diese Möglichkeit besteht nicht am Standort Sky in der Raiffeisenpassage, wohl aber am Standort Markant in der Bahnhofstraße. Aus diesem Grunde ist die Stadt Reinfeld auf Bartels-Langness als Eigentümerin des Markant Marktes zugegangen, da nur sie die Aufwertung und langfristige Betreibung eines Vollsortimenters im Stadtzentrum über einen städtebaulichen Vertrag zusichern kann.

Somit besteht für die Stadt Reinfeld die Möglichkeit, über einen städtebaulichen Vertrag mit der Fa. Bartels-Langness sowohl die Aufwertung und Erweiterung des Lebensmittelmarktes im Stadtzentrum als auch die Aufgabe des bestehenden Markant Marktes im Gewerbegebiet zu abzusichern.

Aus vorgenannter Situation ergibt sich folgende neue Fragestellung:

- Welches verdrängungsneutrale zusätzliche Umsatzpotenzial würde sich aus der Ablösung des Markant Marktes im Gewerbegebiet für den projektierten Famila Verbrauchermarkt ergeben und um wie viel größer könnte dieser werden, als bisher im Einzelhandelskonzept empfohlen?

Aus dem berechneten zusätzlichen Umsatzpotenzial wird ein Flächenpotenzial abgeleitet, welches über das im Einzelhandelskonzept als vertretbar dargestellte Flächenvolumen hinaus darstellbar wäre.

Ferner hat sich zwischenzeitlich eine Wettbewerbsveränderungen ergeben (Eröffnung eines Norma-Marktes im südlichen Stadtgebiet), welche in der folgenden Marktverteilungsrechnung berücksichtigt wird.

Hinsichtlich des Ortszentrums gilt als Prämisse, dass dort auch künftig ein Lebensmittel-Vollsortimenter wirtschaftlich tragfähig bleiben soll. D. h., dass die mögliche Schließung des Standortes Raiffeisenpassage als mögliche Projektfolge akzeptiert würde, sofern der Ausbau und Weiterbetrieb des zweiten Supermarktes in der Bahnhofstraße durch den Eigentümer Bartels-Langness sichergestellt werden kann.

Aus diesem Anlass erteilte die Stadt Reinfeld am 24.08.2010 der BulwienGesa AG, Hamburg, den Auftrag einer ergänzenden Kurzanalyse zum Einzelhandelskonzept, welche die o. g. Fragestellung bearbeiten soll.

Basis für die aufbauende Analyse stellt das Einzelhandelskonzept vom 31.07.2009 dar. Der Datenkranz des Konzeptes, sprich Einwohnerstand, Nachfragevolumen sowie Marktvolumen, werden aus dem Einzelhandelskonzept übernommen und somit konstant gehalten.

2 BERECHNUNG UMSATZPOTENZIAL

2.1 Zusätzliches Umsatzpotenzial Markant GE-Gebiet

Das zusätzliche Umsatzpotenzial im periodischen Bedarf wird über die Aktualisierung der Marktverteilungsrechnung abgeleitet. Gemäß Modellrechnung im Einzelhandelskonzept beläuft sich das Umsatzvolumen des Markant Marktes, welches nach der avisierten Ansiedlung eines Verbrauchermarktes mit 2.500 qm VKF und den unterstellten Umverteilungswirkungen verbleibt, auf rund 1,9 Mio. Euro p. a. im periodischen Bedarfsbereich (siehe folgende Tabelle).

Modellrechnung: Freisetzung von Umsatzvolumen durch Markant-Schließung im GE-Gebiet Reinfeld			
Projektbausteine	Umsatz periodisch	Umsatz aperiodisch	Umsatz gesamt
	in Mio. Euro p. a.		
Markant Umsatz aktuell (Schätzung)	4,4	0,1	4,5
Markant Umsatz gemäß Berechnung EH-Konzept unter Berücksichtigung der Umverteilungseffekte durch geplanten VM mit 2.500 qm VKF	1,9	0,1	1,9
* Rundungsdifferenzen in der Darstellung möglich Quelle: Eigene Berechnungen BulwienGesa AG			

Der verbleibende Rest-Umsatz des Markant Marktes generiert sich aus folgenden Bindungsquoten im Einzugsgebiet: 3 % in der Zone 1a (Reinfeld Nord), 6 % in der Zone 1b (Reinfeld Süd), 4 % in der Zone 2 (EZG-Mittelbereich) und 2 % in der Zone 3 (EZG-Randbereich). Hinzu kommen externe Zuflüsse in Höhe von 10 Tsd. Euro p. a. Unterstellt man die Ablösung des benachbarten Markant Marktes durch den projektierten Famila Verbrauchermarkt, ergeben sich fol-

gende Abschöpfungsquoten für Famila: 16,5 % aus der Zone 1a, 21 % aus der Zone 1b, 18 % aus der Zone 2 und 12 % aus der Zone 3. Dies entspricht einer durchschnittlichen Abschöpfung über das gesamte Einzugsgebiet von 16,5 %, was ein Umsatzvolumen von knapp 8,6 Mio. Euro darstellt.

Hinzu kommen externe Zuflüsse in Höhe von ca. 1,65 Mio. Euro, so dass sich der Umsatz mit Gütern des periodischen Bedarfes gemäß angepasster Umsatzschätzung auf ca. 10,2 Mio. Euro erhöht (siehe folgende Umsatzschätzung).

Hinzu kommt das Umsatzpotenzial für die aperiodischen Sortimentsanteile.

2.2 Zusätzliches Umsatzpotenzial durch die Schließung LM-Markt im Zentrum

Das Umsatzvolumen, welches als Projektfolge durch die Schließung des Lebensmittelmarktes in der Raiffeisenpassage freigesetzt würde, wird auf minimal 2,3 Mio. Euro eingeschätzt. Vgl. Umsatzschätzung Seite 6.

Geht man davon aus, dass sich der Anteil der PKW-Kunden zukünftig mehrheitlich auf den Verbrauchermarkt im Gewerbegebiet orientieren würde und diese Kunden überdurchschnittliche Einkaufsbeträge ausgeben, errechnet sich für das Projektvorhaben ein zusätzlicher maximaler Umsatzspielraum von ca. 1,2 Mio. Euro.

Unter dieser Voraussetzung ließe sich für den geplanten Famila Markt auf Basis der Berechnung unter Abschnitt 2.1 ein erhöhter Umsatz von 11,4 Mio. Euro mit periodischen Sortimenten zzgl. Nonfood-Aufschlag darstellen.

Umsatzschätzung Famila Verbrauchermarkt im GE-Gebiet An der Autobahn in Reinfeld PRÄMISSE: Ablösung Markant im GE-Gebiet						
Zone	Einwohner Stand 30.06.2008	Ausgabenvol. Mio. Euro p. a.	Abschöpfung %	Umsatzchance Mio. Euro p. a.	Umsatz- zusammensetzung %	
					Herkunft	Anteil Period./ Aperiod.
1a	6.572	18,9	16,5	3,1	30,4	28,3
1b	1.886	5,4	21,0	1,1	11,1	10,3
2	5.943	17,0	18,0	3,1	29,8	27,8
3	3.687	10,6	12,0	1,3	12,5	11,6
EZG	18.088	51,9	16,5	8,6	83,9	78,0
plus externer Zufluss				1,7	16,1	15,0
Umsatz periodischer Bedarf p. a.				10,2	100,0	93,0
zzgl. Gebrauchsgüteranteil				0,8		7,0
Gesamtumsatz p. a.				11,0		100,0
Dimensionierung und Auslastung						
Sortiment			Umsatz Mio. Euro p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung Euro/qm p. a.	
Periodischer Bedarf			10,2	2.800	3.650	
Gebrauchsgüter			0,8	300	2.600	
Eigennutzung			11,0	3.100	3.550	
Quelle: Eigene Berechnungen BulwienGesa AG; Rundungsdifferenzen in den Berechnungen möglich						

Dies entspricht einer durchschnittlichen Abschöpfung über das gesamte Einzugsgebiet von 16,5 % (siehe folgende Umsatzschätzung).

Gleichzeitig würde sich das Umsatzpotenzial für den verbleibenden Vollsortimenter im Stadtzentrum sowie in geringerem Umfang auch für die Discounter in verkehrsorientierter Lage erhöhen, wobei sich dies wiederum durch Umverteilungseffekte mindert.

3 ABLEITUNG VERKAUFSFLÄCHENPOTENZIAL

3.1 Eigengenutzte Verkaufsflächen

Basierend auf einem Zielumsatz von 11,4 Mio. Euro mit periodischen Bedarfsgütern und einem Aufschlag für Umsätze mit aperiodischen Gütern von 8 Prozent am Gesamtumsatz, entsprechend knapp 1 Mio. Euro, ergibt sich für den Verbrauchermarkt im Gewerbegebiet eine Umsatzchance von knapp 12,4 Mio. Euro pro Jahr (siehe Umsatzschätzung auf der folgenden Seite).

Legt man die Raumleistung von ca. 3.500 Euro/qm VKF zu Grunde, welche in der Modellrechnung im Einzelhandelskonzept errechnet wurde (und sich aufgrund der vorhandenen Wettbewerbssituation eher im unteren Bereich bewegt), ergibt sich

- unter der Prämisse, dass der Markt im Gewerbegebiet geschlossen wird sowie
- unter der Worst-case-Annahme, dass der Lebensmittelmarkt in der Raiffeisenpassage geschlossen würde, der zweite Supermarkt jedoch tragfähig und im Bestand gesichert bleiben soll

für das Planvorhaben eine vertretbare Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.500 qm. Die Fläche inkludiert eine Getränkeabteilung respektive einen integrierten Getränkemarkt.

Dies entspricht einer Erhöhung der Verkaufsfläche um 1.000 qm, sprich 40 Prozent gegenüber der im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Obergrenze von 2.500 qm VKF.

Was die Flächenrelation von periodischem zu aperiodischem Sortimentsanteil betrifft, sollte ein Anteil von ca. 10 % so genannter zentrenrelevanter Randsortimente an der Gesamtverkaufsfläche nicht maßgeblich überschritten werden. Andernfalls wären negative Auswirkungen auf den bestehenden Facheinzelhandel¹ im Reinfelder Zentrum sowie die Zielsetzung, diesen zukünftig zu stärken und auszubauen, zu befürchten.

Die Modellrechnung geht somit von einem Anteil von 3.100 qm Verkaufsfläche für periodischen Bedarf und maximal 400 qm VKF für zentrenrelevante aperiodische Sortimentsbausteine aus. Hiervon sollte kein Einzelsortiment einen Flächenumfang von mehr als 100 qm Verkaufsfläche betragen.

3.2 Konzessionärsflächen

Die Betreuung von Konzessionärsflächen in der Mallzone von Verbrauchermärkten ist marktüblich und wird in der Regel vom Kunden erwartet. Sie sollte jedoch nicht über das erforderliche Maß hinausgehen und in Reinfeld keinesfalls eine Einkaufsdestination schaffen, welche das Reinfelder Stadtzentrum ersetzen könnte.

¹ u. a. Elektrofachgeschäfte, Buchhandlung, Spielwarengeschäft, Schuhfachgeschäfte, Foto-fachgeschäft, Fachgeschäfte für Uhren und Schmuck

Umsatzschätzung Famila Verbrauchermarkt im GE-Gebiet An der Autobahn in Reinfeld Szenario: Ablösung Markant im GE-Gebiet, Entfall des Supermarktes in der Raiffeisenpassage						
Zone	Einwohner Stand 30.06.2008	Ausgabenvol. Mio. Euro p. a.	Abschöpfung %	Umsatzchance Mio. Euro p. a.	Umsatz- zusammensetzung %	
					Herkunft	Anteil Period./Aperiod.
1a	6.572	18,9	20,0	3,8	33,2	30,6
1b	1.886	5,4	21,5	1,2	10,2	9,4
2	5.943	17,0	20,0	3,4	29,9	27,5
3	3.687	10,6	12,5	1,3	11,7	10,8
EZG	18.088	51,9	18,6	9,7	85,0	78,2
plus externer Zufluss				1,7	15,0	13,8
Umsatz periodischer Bedarf p. a.				11,4	100,0	92,0
zzgl. Gebrauchsgüteranteil				1,0		8,0
Gesamtumsatz p. a.				12,4		100,0
Dimensionierung und Auslastung						
Sortiment			Umsatz Mio. Euro p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung Euro/qm p. a.	
Periodischer Bedarf			11,4	3.100	3.700	
Gebrauchsgüter			1,0	400	2.500	
Eigennutzung			12,4	3.500	3.500	
Quelle: Eigene Berechnungen BulwienGesa AG; Rundungsdifferenzen in den Berechnungen möglich						

Konzessionärsflächen, wie z. B. ein Bäcker mit Sitzbereich, ein Blumenshop, ein Friseur, ein Schlüsseldienst oder ein Tabakwaren/Zeitschriftenshop, stellen einen üblichen Rahmen dar.

Insgesamt sollten 200 qm Verkaufsfläche nicht überschritten werden.

3.3 Verlagerung des bestehenden Aldi Marktes

Im Einzelhandelskonzept wurde die Stärkung des geplanten Vollsortiments an der Autobahn durch Verlagerung des bestehenden Aldi Discounters und Ausschöpfung der Synergieeffekte empfohlen. Eine Verlagerung und geringe Flächenerweiterung des Aldi Marktes wurde bereits in die Marktverteilungsrechnung eingestellt.

Grundvoraussetzung hierfür ist, dass sichergestellt werden kann, dass auch langfristig keine Nachnutzung der Aldi-Altimmoblie durch einen Lebensmittel- oder Drogeriemarkt erfolgt. Andernfalls bestünde die Gefahr einer weiteren, nicht gewünschten Wettbewerbsverschärfung sowie des Entstehens einer Einzelhandelsagglomeration im Gewerbegebiet in Konkurrenz zum Stadtzentrum Reinfeld.

4 KAUFKRAFTBINDUNG UND UMVERTEILUNG

Die Kaufkraftbindung wird sich in der neuen Modellrechnung gegenüber der Prognosesituation im Einzelhandelskonzept geringfügig erhöhen. Sie steigt insgesamt um 2 Prozentpunkte und liegt in Reinfeld bei 80 Prozent, in der Zone 2 (angrenzende Umlandgemeinden) bei 66 Prozent und der Zone 3 (weitere Umlandgemeinden) bei 43 Prozent (siehe folgende Tabelle sowie Marktverteilungsrechnung in der Anlage 2).

Die zusätzlichen Verkaufsflächenspielflächen für den geplanten Famila Markt ergeben sich nicht über eine Erhöhung der Kaufkraftbindung, sondern zum einen über die Verlagerung von Umsätzen durch die Schließung des Markant Marktes im Gewerbegebiet (Prämisse) sowie zum anderen eine potenzielle Schließung des Lebensmittelmarktes in der Raiffeisenpassage (Projektfolge).

Vergleich: Veränderung der Kaufkraftbindung Periodischer Bedarf im Einzugsgebiet Reinfeld (Realisierung Norma, Ablösung Markant durch Famila und Vergrößerung Vorhaben Famila, Schließung LM-Markt im Zentrum, Verlagerung Aldi)					
	Bindung Prognose EH-Konzept		Bindung modifizierte Prognosesituation		Veränderung
	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.*	%	%
Zone 1a	15,0	79	15,2	80	1,4 %
Zone 1b	4,3	79	4,4	80	1,5 %
Zone 2	10,9	64	11,1	66	2,0 %
Zone 3	4,5	42	4,6	43	3,1 %
EZG gesamt	34,6	66	35,2	68	2,9 %
ext. Zuflüsse	5,9		5,9		

* Rundungsdifferenzen in der Darstellung möglich

Die Umverteilungswirkungen sind gegenüber der Modellrechnung im Einzelhandelskonzept angestiegen, da mittlerweile ein neuer Wettbewerber (Norma) in den Markt eingetreten ist und weitere Umverteilungseffekte induziert hat.

Die prospektive Umverteilung im zentralen Versorgungsbereich beläuft sich gemäß Modellrechnung unter den o. genannten Prämissen auf ca. -7 Prozent. Die anzunehmende Umverteilung in den Streulagen (u. a. Penny, Lidl, Norma) liegt bei rund -10 Prozent.

Diese Größenordnung wäre aus Sicht der Gutachter als noch vertretbar einzustufen, wobei sie nicht weiter überschritten werden sollte, da das Einzelhandelskonzept als originäre Zielsetzung in erster Linie die Stärkung des Stadtzentrums festlegt.

Erst an zweiter Stelle steht der Ausbau des Nahversorgungsnetzes durch einen Verbrauchermarkt außerhalb des Zentrumsbereiches, für welchen in der benötigten Größenordnung keine verfügbaren Flächenspielflächen im Zentrumsbereich bestehen, durch welchen jedoch das Angebotsspektrum in Reinfeld sinnvoll ausgebaut und ergänzt werden könnte.

5 FAZIT UND BEWERTUNG

Die Erhöhung der Verkaufsflächendimensionierung des geplanten Verbrauchermarktes von 2.500 qm VKF auf eine Größenordnung von 3.500 qm VKF liegt an der Grenze des Vertretbaren und errechnet sich auf Basis folgender Annahmen:

- PRÄMISSE: Ablösung des bestehenden Markant Marktes im Gewerbegebiet durch das Projektvorhaben; Ausschluss der Nachnutzung des Objektes durch Lebensmittel- oder Drogeriemärkte sowie Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment.
- PRÄMISSE: Sicherstellung der Weiterbetriebs und Aufwertung des Supermarktes in der Bahnhofstraße durch die Eigentümerin Bartels-Langness, sei es in Eigenregie oder durch eine langfristige Vermietung an einen einschlägigen Lebensmittelmarkt-Betreiber.
- PROJEKTFOLGE: In der Umsatzschätzung und Wirkungsanalyse rechnerisch simuliert ist die Schließung des Lebensmittelmarktes in der Raiffeisenpassage im Stadtzentrum; Umschichtung von mehr als 50 % des frei werdenden Umsatzvolumens auf den geplanten Famila Verbrauchermarkt.

Die Nonfood-Fläche sollte einen Anteil von 10 % an der Gesamtverkaufsfläche nicht maßgeblich überschreiten.

Die Konzessionärszone sollte sich auf für Verbrauchermärkte übliche wesentliche Konzessionäre beschränken und nicht mehr als 200 qm Verkaufsfläche umfassen.

Die Schließung des Lebensmittelmarktes in der Raiffeisenpassage stellt - unter der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes, für die Zukunft einen Lebensmittelmarkt im Stadtzentrum (sprich den Objektstandort von Markant) als Vollsortimenter auszubauen, zu attraktivieren und nachhaltig zu sichern - eine gerade noch vertretbare Projektfolge dar.

Es sollte jedoch bedacht werden, dass eine Betreiberschaft des Vollsortimenters im Stadtzentrum sowie des Verbrauchermarktes im Gewerbegebiet durch den gleichen Betreiber die Wettbewerbsvielfalt in Reinfeld im Supermarkt-Segment zukünftig herabsetzen würde.

Jedoch kann nur die Betreiberin Bartels-Langness als gleichzeitige Eigentümerin beider Markant Märkte eine Erweiterung und Modernisierung des innerstädtischen sowie eine Ablösung des Markant Marktes in Gewerbegebietslage im Zuge der Realisierung des Projektvorhabens zusichern.

ANHANG

Moorfuhrweg 13
22301 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22-0
Fax (040) 42 32 22-12
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

**ANLAGE 1: Marktverteilung, aktualisierte Ausgangslage 2010 nach Eröffnung Norma
Umsätze Periodischer Bedarf im Einzugsgebiet Reinfeld p. a. pro Anbieter nach Zonen**

Wettbewerber	Zone 1a		Zone 1b		Reinfeld ges.		Zone 2		Zone 3		Abschöpfung		ext. Zufluss	Umsatz/Marktvolumen	
	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	Tsd. € p. a.	%
ZVB gesamt	5.660	30,0	637	11,8	6.296	25,9	2.347	13,8	504	4,7	9.147	17,6	759	9.906	26,3
Streulagen Nord gesamt	940	5,0	134	2,5	1.074	4,4	594	3,5	160	1,5	1.827	3,5	129	1.956	5,2
Reinfeld Nord gesamt	6.600	35,0	770	14,2	7.370	30,3	2.941	17,3	664	6,2	10.975	21,1	888	11.863	31,5
GE-Gebiet Autobahn gesamt	3.026	16,0	1.251	23,1	4.278	17,6	3.060	18,0	1.535	14,4	8.872	17,1	1.528	10.400	27,6
Streulagen Süd gesamt	4.521	24,0	2.053	37,9	6.575	27,1	3.912	23,1	1.683	15,8	12.170	23,4	2.507	14.677	38,9
Reinfeld Süd gesamt	7.547	40,0	3.305	61,0	10.852	44,7	6.971	41,1	3.218	30,3	21.041	40,5	4.035	25.076	66,5
Reinfeld gesamt	14.147	74,9	4.075	75,2	18.222	75,0	9.912	58,4	3.882	36,5	32.016	61,7	4.923	36.939	98,0
Zone 2 und 3							339	2,0	393	3,7	733	1,4	37	770	2,0
Einzelhandelsangebot gesamt	14.147	74,9	4.075	75,2	18.222	75,0	10.252	60,4	4.275	40,2	32.749	63,1	4.960	37.709	100,0
Bindung	14.147	74,9	4.075	75,2	18.222	75,0	10.252	60,4	4.275	40,2	32.749	63,1	4.960	37.709	100,0
Abfluss	4.731	25,1	1.342	24,8	6.073	25,0	6.718	39,6	6.359	59,8	19.151	36,9		= Marktvolumen im EZG	
Ausgabenvolumen	18.878	100,0	5.418	100,0	24.296	100,0	16.970	100,0	10.634	100,0	51.900	100,0			

Quelle: Berechnungen BulwienGesa

ANLAGE 2: Marktverteilung, Prognosesituation
nach Schließung Markant im GE-Gebiet, Schließung eines LM-Marktes im Zentrum, Eröffnung Famila und Verlagerung Aldi
Umsätze Periodischer Bedarf im Einzugsgebiet Reinfeld p. a. pro Anbieter nach Zonen

Wettbewerber	Zone 1a		Zone 1b		Reinfeld ges.		Zone 2		Zone 3		Abschöpfung		ext. Zufluss	Umsatz/Marktvolumen		Veränd.
	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	Tsd. € p. a.	%	Soll/Ist
ZVB gesamt	4.699	24,9	525	9,7	5.224	21,5	1.704	10,0	371	3,5	7.299	14,1	667	7.966	19,4	-6,7 %
Streulagen Nord gesamt	919	4,9	129	2,4	1.049	4,3	574	3,4	153	1,4	1.776	3,4	117	1.893	4,6	-3,3 %
Reinfeld Nord gesamt	5.618	29,8	654	12,1	6.273	25,8	2.277	13,4	524	4,9	9.074	17,5	784	9.858	24,0	-6,1 %
Projekt Famila	3.776	20,0	1.165	21,5	4.940	20,3	3.394	20,0	1.329	12,5	9.664	18,6	1.700	11.364	27,6	
GE-Gebiet Autobahn ges.	5.376	28,5	1.804	33,3	7.181	29,6	4.947	29,2	2.196	20,7	14.323	27,6	2.757	17.080	41,5	-1,9 %
Streulagen Süd gesamt	4.172	22,1	1.899	35,1	6.071	25,0	3.555	21,0	1.487	14,0	11.113	21,4	2.313	13.426	32,6	-9,7 %
Reinfeld Süd gesamt	9.549	50,6	3.703	68,4	13.251	54,5	8.502	50,1	3.683	34,6	25.436	49,0	5.070	30.506	74,2	-5,5 %
Reinfeld gesamt	15.167	80,3	4.357	80,4	19.524	80,4	10.779	63,5	4.207	39,6	34.510	66,5	5.854	40.364	98,1	-5,6 %
Zone 2 und 3							339	2,0	393	3,7	733	1,4	37	770	1,9	
Einzelanbieter gesamt	15.167	80,3	4.357	80,4	19.524	80,4	11.119	65,5	4.600	43,3	35.243	67,9	5.891	41.134	100,0	-5,5 %
Bindung	15.167	80,3	4.357	80,4	19.524	80,4	11.119	65,5	4.600	43,3	35.243	67,9	5.891	41.134	100,0	= Marktvolumen im EZG
Abfluss	3.711	19,7	1.060	19,6	4.772	19,6	5.851	34,5	6.034	56,7	16.657	32,1				
Ausgabenvolumen	18.878	100,0	5.418	100,0	24.296	100,0	16.970	100,0	10.634	100,0	51.900	100,0				

Quelle: Berechnungen BulwienGesa

URHEBERRECHTLICHER HINWEIS

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

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Die Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt und bei der BulwienGesa AG registriert. Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Vielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der BulwienGesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der BulwienGesa AG einzuholen.

Hamburg, der 30. September 2010