

Ein Unternehmen der
Wüstenrot & Württembergische AG

**GMA – Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg
Dresden, Hamburg, Köln, München, Salzburg

Büro Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln
Tel. +49 (0) 221 – 989438-0
Fax +49 (0) 221 – 989438-19
eMail office.koeln@gma.biz
http://www.gma.biz

GMA · Siegburger Straße 215 · 50679 Köln

Stadt Lüdinghausen
Herrn Richard Borgmann
Borg 2
59348 Lüdinghausen

per Email:

borgmann@stadt-luedinghausen.de; gantefort@stadt-luedinghausen.de;
blick@stadt-luedinghausen.de; heitkamp@stadt-luedinghausen.de

Unser Zeichen	Durchwahl	eMail	Datum
WA/aw	0221 – 989438-0	birgitt.wachs@gma.biz	1. Dezember 2011

**Eingabe zur Ansiedlung eines Gartencenters in Lüdinghausen auf dem alten Ziegelei-
gelände Pilgrim
hier: GMA-Stellungnahme**

Sehr geehrter Herr Borgmann,

im Rahmen der Diskussion um die geplante Ansiedlung eines Gartencenters in Lüdinghausen haben die örtlichen Gärtnereibetriebe eine Eingabe eingereicht. Nachfolgend werden wir zu den die GMA betreffenden Aussagen (Einzelhandelskonzept und Auswirkungsanalyse) Stellung nehmen:

▪ **zu Punkt 2: Branchenbezogene Betrachtung der Verkaufsflächen in Lüdinghausen:**

Die Stellungnahme stellt die aktuelle Verkaufsflächenausstattung gemäß GMA-Einzelhandelskonzept in den Branchen Blumen / zoologischer Bedarf und Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf dar. Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den GMA-Vergleichswerten um durchschnittliche Verkaufsflächenausstattungskennziffern für Kommunen mit 20.001 – 30.000 Einwohnern handelt. Es ist somit kein bundesweiter Durchschnittswert über alle Städte und Gemeinden. Gleichwohl ist in der Tat festzustellen, dass die aktuelle Verkaufsflächenausstattung in den o. g. Branchen in Lüdinghausen bereits über der GMA-Kennziffer liegt. Dies ist im Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf insbesondere auf den Bau- und Heimwerkerbereich zurückzuführen. Dieser stellt in der branchenunbereinigten Betrachtung, welche dem Einzelhandelskonzept zugrunde liegt, einen Verkaufsflächenanteil von rd. drei Viertel in der Gesamtbranche dar. Demzufolge ist das Segment Gartenbedarf mit rd. einem Viertel der Verkaufsfläche deutlich geringer ausgeprägt und hat sich seit Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes rückläufig entwickelt. So sind sowohl die Gärtnerei Kortmann als auch der Gartendiscountmarkt McGarden (zusammen rd. 3.700 m² Verkaufsfläche) nicht mehr ansässig. Demzufolge weist

das Gartensegment als ein Teil des Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarfs eine geringere Ausstattung auf.

Neben der rein quantitativen Betrachtung, die nur einen Teil einer gutachterlichen Bewertung darstellt, sind auch qualitative Aspekte von Bedeutung wie z. B. Anbieterstruktur, Betriebstypenbesatz, Größenverhältnisse und Sortimentsaspekte. Hierbei wird deutlich, dass das Gartensegment im Wesentlichen durch die Gartenmarktabteilungen der Bau- und Heimwerkermärkte toom und Hagebaumarkt Jütte geprägt wird. Raiffeisenmärkte und mehrere Gärtnereien sind darüber hinaus ansässig. Ein Gartencenter, wie z. B. in Dülmen (Gartencenter Lohmann) ist in Lüdinghausen derzeit nicht vorhanden. Unter qualitativen Aspekten und vor dem Hintergrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion Lüdinghausens und der Angebotsvielfalt wäre ein Ausbau in diesem Segment durchaus wünschenswert. Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass Kennziffern generell nur einem Vergleich dienen können und einen Anhaltspunkt zur Bewertung in einzelnen Branchen liefern. Wie im Einzelhandelskonzept ausgeführt, ist die quantitative Analyse durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden kann. Die Kennziffern stellen damit Orientierungswerte dar, aber keine Zielgrößen, so dass bei einem überdurchschnittlichen Wert nicht automatisch ein Überangebot abgeleitet werden kann.

- **zu Punkt 3: Zentralitätskennziffer**

Von den Autoren der Stellungnahme wird von einer Zentralitätskennziffer für Lüdinghausen von 119,7 ausgegangen. Dabei wird auf eine Standortanalyse durch die Landwirtschaftskammer NRW Bezug genommen. Leider wurde keine Quellen- und Jahresangabe für die Zentralitätskennziffer benannt. Unsere Recherchen haben ergeben, dass die GfK im Jahr 2007 für die Gesamtstadt Lüdinghausen eine Zentralitätskennziffer von 119,7 ausgewiesen hat. Wir gehen daher davon aus, dass es sich bei dem Wert um einen gesamtstädtischen Zentralitätswert handelt, welcher nicht für das Gartensegment gilt. Auch bei der Zentralitätskennziffer ist darauf hinzuweisen, dass hier eine rein quantitative Betrachtung zugrunde liegt, die ebenfalls um qualitative Aspekte zu ergänzen ist. Eine Zentralitätskennziffer von über 100 deutet auf eine überörtliche Ausstrahlung eines Einzelhandelsstandortes bzw. einer Branche hin, was im Fall eines Mittelzentrums wie Lüdinghausen nicht nur wirtschaftlich gewünscht, sondern auch gemäß zentralörtlicher Versorgungsfunktion zugewiesen ist.

- **zu Punkt 3.1: Personenbefragung Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung**

Die Autoren der Stellungnahme beziehen sich hier auf die von der GMA durchgeführte Passantenbefragung von 398 Personen in der Lüdinghauser Innenstadt. Dabei wurde u. a. die Frage nach vermissten Sortimenten und Angeboten in Lüdinghausen gestellt. Es handelt sich um eine offene Frage, so dass keine Antwortvorgaben gemacht wurden. Im Ergebnis haben fünf Personen Baumarkt- / Kfz-Zubehör und weitere drei Personen Blumen als vermisstes Sortiment angegeben. Dies lässt u. E. jedoch keine Rückschlüsse auf einen möglichen Ausbau des Gartenmarktsegmentes zu, da erfahrungsgemäß bei solchen Befragungen i. d. R. nur die Sortimente genannt werden, in denen aktuell de facto kein Angebot bzw. eine Verbesserung des Angebotes, z. B. in Teilsegmenten (wie Junge Mode oder Herrenbekleidung in der Branche Oberbekleidung allgemein) vorliegt.

- **zu Punkt 4: Gegenüberstellung des Marktvolumens des geplanten Gartencenters**

Zunächst verbitten wir uns den Vorwurf, eine „bestellte Auswirkungsanalyse“ angefertigt

zu haben. Die Auswirkungsanalyse ist Bestandteil des Bauleitplanverfahrens und wurde von der Stadt Lüdinghausen als Träger der Bauleitplanung in Auftrag gegeben. Von Bestellung kann daher insofern nur die Rede sein, wenn es um den Auftrag geht, nicht aber um die Inhalte.

Hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzleistung ist darauf hinzuweisen, dass im Rahmen einer Auswirkungsanalyse stets der so genannte „worst-case“ anzusetzen ist. Das bedeutet, dass insbesondere die Umsatzleistungen des Planvorhabens entsprechend höher, als sie vermutlich in der Realität eintreten wird, einzuschätzen ist. Demzufolge wurde auch in der GMA-Auswirkungsanalyse eine leicht über dem Bundesdurchschnitt der Gartenmärkte liegende Flächenproduktivität zugrunde gelegt. Gegenüber der Umsatzleistung des Anbieters Sagaflor, zu welchem der Betreiber Florapark gehört, ist sogar von einer deutlich überdurchschnittlichen Flächenproduktivität ausgegangen worden (+ 22 %).

Im Weiteren errechnen die Autoren der Stellungnahme auf Basis von Pro-Kopf-Ausgaben und Kaufkraftwerten die erreichbaren Umsätze des Vorhabens. Dabei beziehen sie sich auf Kaufkraftwerte, von der ZMP Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH aus dem Jahr 2007 für die Sortimente Baumschulgehölze, Stauden und Beet- und Balkonpflanzen. In der Summe für das genannte Warensortiment werden € 48,00 Pro-Kopf-Kaufkraft angeführt. Bei den genannten Sortimenten handelt es sich allerdings nur um Teilsortimente des Gartencenters, da weder Zimmerpflanzen, Freipflanzen, Erde, Dünger, Zubehör, Gartenbedarf (Möbel, Geräte, Kleinteile, Brunnen, Teiche), Blumentöpfe noch die Randsortimente enthalten sind. Somit ist die Grundgesamtheit der verwendeten Kaufkraft nicht mit dem Planvorhaben vergleichbar. Wie in der GMA-Auswirkungsanalyse dargestellt, sind im Kernsortiment Garten / Pflanzen in Lüdinghausen Marktanteile von 22 – 23 % und in Zone II (überörtliches Einzugsgebiet) Marktanteile von 12 – 13 % zu erwarten. Insgesamt (über alle untersuchungsrelevanten Sortimente des Planvorhabens) ist aus dem Einzugsgebiet ein Umsatz von ca. 5,0 Mio. € zu rekrutieren, dies entspricht einem Marktanteil von ca. 12 % im gesamten Einzugsgebiet. Von einer Überschreitung der Kaufkraft im Einzugsgebiet (und auch in Lüdinghausen) alleine durch das Planvorhaben kann daher keine Rede sein. Das Marktpotenzial Pflanzen, wie von den Autoren der Eingabe formuliert, wird damit ebenfalls nicht komplett vom Gartencenter abgeschöpft, da diese Segmente gar nicht in den o. g. Pro-Kopf-Ausgabebeträgen enthalten sind.

▪ **zu Punkt 5: Wettbewerbssituation in Lüdinghausen**

Die Veränderungen der Wettbewerbssituation wurden im Rahmen der Analyse berücksichtigt, die Schließung des Gartendiscounters McGarden wurde in dem Zusammenhang erwähnt, dass sich ebenfalls die Verkaufsflächen- und Umsatzsituation seit der Analyse im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes verändert hat. Demzufolge reduziert sich auch die Verkaufsflächenausstattung in diesem Segment, da der Gartendiscounter im Einzelhandelskonzept noch Berücksichtigung fand. Hinsichtlich der Schließungen kann keine gutachterliche Bewertung hinsichtlich der Ursachen erfolgen. Das die weitere Versorgung in diesem Stadtgebiet durch die Anbieter Struck und Thies in direkter Nachbarschaft mehr als gegeben ist, ist ein Argument, welches nicht im Rahmen einer Auswirkungsanalyse anzuführen ist. Die Auswirkungsanalyse hat die Aufgabe, im „worst-case“ die voraussichtlichen ökonomischen Auswirkungen eines Planvorhabens zu prognostizieren und auf dieser Basis zu prüfen, ob ggf. versorgungsstrukturelle oder städte-

bauliche Auswirkungen eintreten können. Ein Eingriff in die Wettbewerbs- und Marktsituation ist dabei nicht der Bewertungsmaßstab. Einfach gesagt geht es nicht darum, ob Wettbewerb stattfindet, sondern wo Wettbewerb stattfindet (an welchen Standorten).

▪ **zu Punkt 6: Nichtauflistung von Anbietern**

Es wird kritisiert, dass die Verkaufsflächen in Zone II (überörtliches Einzugsgebiet) bezüglich der Gartenbaubetriebe sehr lückenhaft sind. Im Rahmen des Ergebnisberichtes wurden tabellarisch nur die wesentlichen projektrelevanten Wettbewerber mit den größten Sortimentsüberschneidungen gegenüber dem Planvorhaben (vgl. Tabelle 4) dargestellt. In der Gesamtverkaufsfläche sind darüber hinaus auch kleinere Anbieter enthalten, die jedoch tabellarisch nicht aufgeführt sind.

Im Rahmen der Anpassung des Gutachtens (November 2011) wurde eine erneute Vor-Ort-Erhebung durchgeführt, in der auch Betriebe mit Teilflächen der untersuchungsrelevanten Sortimente aufgenommen wurden. Insgesamt beläuft sich die untersuchungsrelevante Verkaufsfläche im überörtlichen Einzugsgebiet damit auf rd. 21.100 m², davon im Kernsortiment Garten / Pflanzen ca. 18.700 m². Hier sind nicht nur die wesentlichen Systemwettbewerber, sondern alle untersuchungsrelevanten Anbieter enthalten, so dass eine umfassende Datengrundlage verwendet wird.

Die Anregung der IHK und der Autoren der Stellungnahme, auch die Auswirkungen auf Dülmen und Haltern darzustellen, wurde von der GMA aufgegriffen und in ihrem aktuellen Bericht von November 2011 dargestellt. Darin ist auch die geplante Erweiterung des Gartencenters Lohmann in Dülmen thematisiert, wobei dies nur qualitativ erfolgen kann, da eine summierte Betrachtung von zwei Planvorhaben (zumal in zwei unterschiedlichen Kommunen) nicht im Rahmen der Bauleitplanung zulässig ist. Hinsichtlich des Gartencenters Haunert in Haltern ist darauf hinzuweisen, dass die Verlagerung und Erweiterung des Gartencenters bereits realisiert ist; die von den Autoren der Eingabe genannte Verkaufsfläche > 5.500 m² ist jedoch gutachterlich – zumindest für die Einzelhandelsfläche – nicht zu bestätigen, die alleine Grundlage für die Wirkungsanalyse ist.¹

▪ **zu Punkt 6.1: Überprüfung der GMA-Auswirkungsanalyse durch Herrn Steuerberater Werner Moos**

Herr Moos prüft im Wesentlichen die Plausibilität des Marktanteilkonzeptes und des Umsatzumverteilungsmodells der GMA. Einen Erklärungsbedarf sieht Herr Moos in der Differenz zwischen dem im Marktanteilkonzept dargestellten Umsatz aus Zone I (Lüdinghausen) für den Gartenmarkt insgesamt von 1,8 Mio. € und der zu erwartenden Umsatzumverteilung in der Stadt Lüdinghausen in Höhe von 2,6 Mio. €.

Die GMA ermittelt durch das Marktanteilkonzept die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens, differenziert nach Einzugsgebietszonen. Das Marktanteilkonzept verdeutlicht damit, aus welchen Teilräumen die Kaufkraft der Endverbraucher zum Vorhaben fließen wird. Die Bezugsgröße stellt somit das Kaufkraftvolumen (projektrelevantes Nachfragepotenzial) dar. In einem zweiten Schritt werden aus dem Marktanteilkonzept die voraussichtlichen Umsatzumverteilungen ermittelt. Da Lüdinghausen bereits aktuell Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland generiert, werden neben den zu erwartenden 1,8 Mio. € weitere ca. 0,8 Mio. € in Lüdinghausen wettbewerbswirksam; d. h., dass es sich hierbei um die Umsatzumverteilung handelt, die zu Lasten der bestehenden Einzel-

¹ ggf. ist hier die Gesamtfläche des Neubaus inkl. Einzelhandel, Großhandel und Büro / Verwaltung enthalten.

handelsbetriebe gehen wird. Es handelt sich somit um Kaufkraft, die bereits heute aus Zone II bzw. von Gebieten außerhalb des Einzugsgebietes nach Lüdinghausen fließt und bei Realisierung des Planvorhabens innerhalb der Zone I umverteilungswirksam wird.

Herr Steuerberater Moos stellt des Weiteren eine Berechnung bezüglich der voraussichtlichen Umsatzsituation in Lüdinghausen dar. Er kommt zu dem Schluss, dass eine Umsatzumverteilungsquote von 8 – 9 % (gemäß GMA) einem Umsatz von 28,89 – 32,5 Mio. € ergibt. In diesem Zuge ist darauf hinzuweisen, dass in der GMA-Analyse irrtümlicherweise auch projektfremde Umsätze (insbesondere beim Bau- und Heimwerkermarktsegment) enthalten waren, die sich auf z. B. Kernflächen in den betroffenen Betrieben (wie Bau-, Heimwerker-, Gartenmärkte) beziehen. Dieser Aspekt wurde in der Aktualisierung der Auswirkungsanalyse korrigiert, so dass sich insgesamt eine höhere Umsatzumverteilungsquote ergibt.

Die weiteren Ausführungen von Herrn Steuerberater Moos sind für die GMA nicht nachvollziehbar. Richtigerweise stellt er fest, dass die Kaufkraft in Lüdinghausen im projektrelevanten Segment bei 9,5 Mio. € liegt. Allerdings stellt er die ermittelte Umverteilungsquote von ca. 8 – 9 % in Relation zur Kaufkraft (28,89 – 32,5 Mio. €). Hier ist wahrscheinlich ein Fehler unterlaufen, da es nicht Kaufkraft, sondern Umsatz heißen muss. Die Kaufkraft liegt – wie dargestellt – bei 9,5 Mio. €, bei einem Marktanteil von 18 – 19 % ergibt sich ein Umsatz aus Lüdinghausen in Höhe von 1,8 Mio. €. Die ermittelte Umsatzumverteilungsquote stellt dagegen den zu erwartenden Umsatzrückgang im Einzelhandel dar, so dass diese Werte nicht ins Verhältnis zur Nachfragesituation (Kaufkraft) gesetzt werden können. Demzufolge ist die Ableitung von Herrn Moos, das bei einer Kaufkraft von 32,5 Mio. € (GMA-Anmerkung: Die Kaufkraft liegt bei 9,5 Mio. €) und einem Marktanteil von 18 – 19 % eine Umverteilung von knapp 6,2 Mio. € zu erwarten ist, damit methodisch und inhaltlich falsch. Dieses Missverständnis kann ggf. auch durch die fehlerhaften Ausweis der GMA (s. o.) eingetreten sein, wofür wir uns hiermit ausdrücklich entschuldigen.

▪ **zu Punkt 7: Innenstadt**

Die Autoren der Stellungnahme weisen auf die Schutzwürdigkeit der Lüdinghauser Innenstadt mit den kleinen Einzelhandelsgeschäften hin. Aus ihrer Sicht wird durch ein Gartencenter mit 560 m² Verkaufsfläche in zentrenrelevanten Sortimenten Kaufkraft aus der Lüdinghauser Innenstadt abgezogen.

Im Rahmen der Aktualisierung der GMA-Auswirkungsanalyse wurde ein modifiziertes Sortimentskonzept geprüft. Dies umfasst 460 m² zentrenrelevante Randsortimente, darunter Geschenkartikel mit einer maximalen Verkaufsfläche von 200 m². Insgesamt wurden die zentrenrelevanten Sortimente in ihrer Fläche reduziert. Der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente umfasst damit 8 %, je Einzelsortiment wird nur im Segment Geschenkartikel die Obergrenze von 200 m² Verkaufsfläche erreicht. Wie bereits in der Auswirkungsanalyse von April 2011 dargestellt, sind keine wesentlichen Wirkungen städtebaulicher Art auf die Innenstadt von Lüdinghausen festzustellen. Infolge der Reduzierung in den Einzelsortimenten ergeben sich aktuell absolut gesehen geringere Umsatzumverteilungseffekte. Im Ergebnis ist ein Umschlagen der Umsatzumverteilungen in städtebauliche Beeinträchtigungen für die Lüdinghauser Innenstadt nicht abzuleiten.

Sehr geehrter Herr Borgmann, wir hoffen, die v. g. Ausführungen stellen in Verbindung mit der aktualisierten Auswirkungsanalyse eine Grundlage für die weitere Diskussion und das Verfahren dar. Bei Fragen stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH
Büro Köln

Wachs
ppa. Birgitt Wachs
Niederlassungsleiterin

Mathia
Christoph Mathia
Dipl.-Geogr.