



# DIEPHOLZ – AUFSTELLUNG DES VORHABENBEZOGENEN BEBAUUNGSPLANES NR. 94 "GROWEG"

Stellungnahme zu dem Gutachten von  
Lademann & Partner

Kunde           Familia Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG,  
Kiel

Datum:           28. Dezember 2018



## Inhalt

<b>0</b>	<b>Ausgangslage und Aufgabenstellung.....</b>	<b>3</b>
<b>1</b>	<b>Stellungnahme.....</b>	<b>3</b>
1.1	Beschreibung des Vorhabens (Kapitel 2.1)	3
1.2	Mikro-Standort (Kapitel 2.2)	3
1.3	Makro-Standort (Kapitel 3)	4
1.4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial (Kapitel 4)	6
1.5	Untersuchungsbefunde zur Angebotsstruktur (Kapitel 5)	6
1.6	Analyse der städtebaulichen Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen (Kapitel 5.2)	8
1.7	Marktanteils- und Umsatzprognose (Kapitel 6.1)	9
1.8	Wirkungsprognose (Kapitel 6.2)	9
1.9	Bewertung des Vorhabens (Kapitel 7)	12

### Disclaimer:

Die GfK GeoMarketing GmbH hat diese Stellungnahme für die Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG, Kiel, erstellt. Dritte können daraus keine Rechte oder Ansprüche herleiten.



## 0 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG, Kiel, plant in der niedersächsischen Kreisstadt Diepholz die Errichtung eines Famila Verbrauchermarktes (3.220 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), ggfs. arrondiert mit Schank- und Speisewirtschaften sowie Dienstleistungs- und Handwerksbetrieben mit einer Grundfläche von bis zu 300 m<sup>2</sup>.

Für die raumordnerische Beurteilung dieses großflächigen Einzelhandelsvorhabens in Rahmen der Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 94 "Groweg" haben wir, die GfK GeoMarketing GmbH, Hamburg, eine Wirkungsanalyse erarbeitet (aktuellste Fassung vom 14. Mai 2018).

Zu diesem Vorhaben hat das Büro Dr. Lademann & Partner, Hamburg, im Oktober 2018 ein Verträglichkeitsgutachten im Auftrag des Einkaufszentrums Immega, Diepholz (Betreiber des Edeka Centers), vorgelegt. Damit soll eine im Februar 2015 (vor Erscheinen der ersten Fassung unseres Gutachtens) vorgelegte Fassung aktualisiert werden.

Ein konkreter Bezug zu den Analysen und Schlussfolgerungen unserer Ausarbeitungen wird nicht hergestellt, allerdings kommt Dr. Lademann & Partner (im Folgenden DLP) zu teilweise abweichenden Analyseergebnissen und Beurteilungen.

Zu den Studienergebnissen nehmen wir im Folgenden Stellung. Wir orientieren uns im Aufbau an der Gliederung der DLP-Studie.

## 1 Stellungnahme

### 1.1 Beschreibung des Vorhabens (Kapitel 2.1)

DLP beschreibt das Vorhaben zutreffend.

Im ursprünglichen Gutachten vom Februar 2015 war DLP von einem Verbrauchermarkt mit 3.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ausgegangen, der durch einen Technikmarkt (nicht Gegenstand der seinerzeitigen Ausarbeitung) ergänzt werden sollte.

### 1.2 Mikro-Standort (Kapitel 2.2)

DLP bewertet die Erreichbarkeit des Mikro-Standortes mit dem Pkw als gut und mit öffentlichen Verkehrsmitteln als sehr gut. Den diesbezüglichen Ausführungen von DLP ist hinzuzufügen, dass der Bahnhof nicht nur von Regionalbahnen angefahren wird, sondern auch über einige IC-, EC- und - seit Dezember 2018 - ICE-Verbindungen verfügt.

DLP bewertet die Lage des Vorhabengrundstücks wie folgt: *„Die Bahnlinie selbst stellt innerhalb der Siedlungsstruktur eine deutliche Zäsur dar, wodurch der Vorhabenstandort vom Kernstadtgebiet abgekoppelt wirkt. Das Stadtgebiet von Diepholz hat sich in der Vergangenheit insbesondere westlich der Bahn entwickelt.“* (DLP, Seite 5)

Weiterhin heißt es: *„Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich ist die Innenstadt von Diepholz, dessen Ausläufer sich in rd. 700 m Entfernung zum Vorhabenstandort befinden.“* (DLP, Seite 5)



Diese Ausführungen sind wortwörtlich aus der Studie 2015 übernommen. Bei der eindeutig als falsch zu identifizierenden Aussage bezüglich der Entfernung zum nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich wird ignoriert, dass der Rat der Stadt Diepholz mit Beschluss vom 10.12.2015 (öffentliche Bekanntmachung am 14.01.2017) den sich westlich der Bahntrasse bis einschließlich Bahnhof erstreckenden zentralen Versorgungsbereich der Stadt Diepholz sowie den „Zentralen Versorgungsbereich Innenstadterweiterung Ost“ (Vorhabenstandort) festgelegt hat.

DLP lässt von daher die u.a. auch im 2016 eingeleiteten Verfahren zu Erstellung eines integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (ISEK) formulierten stadtplanerischen Zielsetzungen der Stadt Diepholz in Hinblick auf eine Stärkung und Belebung der Bahnhofstraße und die Einbeziehung des Bahnhofes mit seinem Umfeld in die Zentrenentwicklung völlig außer Acht. Zutreffend ist zwar die Feststellung, dass sich *„das Stadtgebiet von Diepholz [...] in der Vergangenheit insbesondere westlich der Bahn entwickelt“* hat. Nicht berücksichtigt wird hier aber, dass das stadtplanerische Ziel einer Entwicklung der östlich der Bahntrasse gelegenen Gebiete erst mit der Ende 2010 dem Verkehr übergebenen Bahnunterführung, die nunmehr eine adäquate Erschließung dieser Gebiete ermöglicht und zudem so ausgebaut ist, dass die trennende Wirkung der Bahntrasse weitgehend aufgehoben ist, in den Fokus gerückt ist. Dieses wird auch deutlich in der bereits erfolgten und noch geplanten Weiterentwicklung des von DLP nicht erwähnten Siedlungsgebietes östlich des Mikro-Standorts, für das der geplante Verbrauchermarkt eine wichtige Nahversorgungsfunktion übernehmen wird.

### 1.3 Makro-Standort (Kapitel 3)

Neben generellen Ausführungen zum Makro-Standort Diepholz widmet sich DLP insbesondere der Bevölkerungsentwicklung, die maßgeblich ist für die Berechnungen zur relevanten Nachfragebasis und mittelbar auch für die Berechnungen zur Umsatzumverteilung des geplanten Verbrauchermarktes.

DLP konstatiert zutreffend eine positive Bevölkerungsentwicklung für die Stadt (lt. Angaben der Stadt Diepholz zum 12. November 2018 17.424 Einwohner; allerdings sind die Daten nur bedingt vergleichbar mit den Fortschreibungsdaten des statistischen Landesamtes) und den Landkreis Diepholz.

Für die Prognose bezieht sich DLP gemäß Fußnote 2, Seite 7 auf das *Landesamt für Statistik Niedersachsen: „Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die Jahre 2016 und 2021“*. Auf der Basis von 16.521 Einwohnern (Stand 31.12.2016) und offenbar selbst errechneten Wachstumsraten unter Berücksichtigung des Prognosewertes von 17.090 Einwohnern zum 31.12.2021 gibt DLP nachvollziehbar den Prognosewert für das von DLP gewählte Analysejahr 2020 mit *„etwa 16.800 Einwohnern“* an (DLP, Seite 8).

Im Folgenden heißt es: *„Für den Landkreis insgesamt gehen die Einwohnerprognosen allerdings von einem leichten Bevölkerungsrückgang aus.“* (DLP, Seite 8). Das ist aus der genannten Quelle, die auch für die Prognose der Stadt Diepholz herangezogen wird, nicht abzuleiten.



Der folgende Auszug aus der am 03.12.2018 unter <http://www.statistik.niedersachsen.de/themenbereiche/bevoelkerung/bevoelkerungsvorausberechnungen/themenbereich-bevoelkerung---bevoelkerungsvorausberechnungen-90671.html> abgerufenen Excel-Datei Niedersachsen\_BevProg\_K011010\_2016 (laut Dateinformation erstellt von Haertelt, Sabine (LSN) am 07.06.2018 08:09 Uhr) zeigt ein anderes Bild.

Zwar wird von DLP in der Tabelle auf Seite 7 die auch der Aufstellung des Landesamtes für Statistik Niedersachsen zu entnehmende Einwohnerzahl per 31.12.2016 von 215.082 genannt. Allerdings liegen in der offiziellen Tabelle die Einwohnerzahlen für den 31.12.2021 bei 220.021 (+2,3% gegenüber dem Ursprungswert) und für den 31.12.2026 bei 224.960 Einwohnern (+4,6% gegenüber dem Ursprungswert).

© Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) 2018. Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

**Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die Jahre 2021 und 2026**

Kennung	Verwaltungseinheit (Gebietsstand: 1.11.2016)	Lfd. Nr.	Alter von ... bis unter ... Jahre	Basis 31.12.2016			Vorausschätzung 31.12.2021			Vorausschätzung 31.12.2026		
				insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich
K011010	03251 Diepholz	1	Insgesamt	215082	106869	108213	220021	109812	110209	224960	112755	112205
K011010	03251 Diepholz	2	0 - 5	9157	4721	4436	9549	4938	4611	9549	4938	4611
K011010	03251 Diepholz	3	5 - 15	19790	10244	9546	20204	10433	9771	21182	10900	10282
K011010	03251 Diepholz	4	15 - 25	23208	12294	10914	21484	11562	9922	19115	10472	8643
K011010	03251 Diepholz	5	25 - 45	46417	23400	23017	49663	25426	24237	53635	27833	25802
K011010	03251 Diepholz	6	45 - 65	69186	34967	34219	67338	33744	33594	62497	31077	31420
K011010	03251 Diepholz	7	65 und älter	47324	21243	26081	51783	23709	28074	58982	27535	31447
K011010	03251007 Bassum,Stadt	1	Insgesamt	15737	7808	7929	15949	7958	7991	16161	8108	8053
K011010	03251007 Bassum,Stadt	2	0 - 5	651	332	319	685	349	336	685	349	336
K011010	03251007 Bassum,Stadt	3	5 - 15	1412	721	691	1517	778	739	1612	807	805
K011010	03251007 Bassum,Stadt	4	15 - 25	1707	924	783	1427	758	669	1234	676	558
K011010	03251007 Bassum,Stadt	5	25 - 45	3243	1634	1609	3456	1798	1658	3694	1954	1740
K011010	03251007 Bassum,Stadt	6	45 - 65	5261	2628	2633	5026	2518	2508	4466	2229	2237
K011010	03251007 Bassum,Stadt	7	65 und älter	3463	1569	1894	3838	1757	2081	4470	2093	2377
K011010	03251012 Diepholz,Stadt	1	Insgesamt	16521	8156	8365	17090	8590	8500	17659	9024	8635
K011010	03251012 Diepholz,Stadt	2	0 - 5	803	432	371	815	439	376	815	439	376
K011010	03251012 Diepholz,Stadt	3	5 - 15	1559	798	761	1687	852	835	1813	943	870
K011010	03251012 Diepholz,Stadt	4	15 - 25	1918	1031	887	1943	1097	846	1912	1062	850
K011010	03251012 Diepholz,Stadt	5	25 - 45	3892	1990	1902	4184	2171	2013	4494	2403	2091
K011010	03251012 Diepholz,Stadt	6	45 - 65	4864	2412	2452	4643	2327	2316	4343	2200	2143
K011010	03251012 Diepholz,Stadt	7	65 und älter	3485	1493	1992	3818	1704	2114	4282	1977	2305

Damit wird unsere Bewertung („zu pessimistisch“; GfK, Seite 8) der für unser Gutachten vom Mai 2018 herangezogenen Prognose (die hier zitierte Bevölkerungsvorausberechnung vom Juni 2018 lag noch nicht vor), die sinkende Einwohnerzahlen auf der Grundlage überholter Ausgangsdaten voraussagte, gestützt. Hingegen sind sämtliche Berechnungen von DLP, die sich auf eine nicht durch Prognosen belegte Annahme zur Einwohnerentwicklung beziehen (z.B. Berechnung des Einwohnerpotenzials 2020; DLP, Seite 11) und die darauf basierenden Analysen und Schlussfolgerungen eindeutig fehlerhaft.



## 1.4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial (Kapitel 4)

Nach einleitenden Bemerkungen zur Methodik widmet sich DLP zunächst den wettbewerblichen Gegebenheiten, die bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes zu berücksichtigen sind. Insbesondere heißt es hier: „Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen/typähnlichen Super- und Verbrauchermärkten“ (DLP, Seite 9). Entsprechend werden wesentliche Wettbewerbsstandorte genannt und die Schlussfolgerung gezogen: „Insgesamt ist die vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Raum als intensiv zu bewerten“ (DLP, Seite 10). Das entspricht dem Ergebnis unserer Analyse.

Die Einzugsgebietsabgrenzung nimmt DLP etwas konservativer vor als wir und kommt daher auch zu einem geringeren Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet von 39.756 Einwohnern im Jahr 2018 und - aufgrund der falschen Bevölkerungsprognose - etwas geringeren 39.720 Einwohnern im Prognosejahr 2020. Zum Vergleich: Wir haben in dem von uns abgegrenzten, vom DLP-Ansatz abweichenden Einzugsgebiet ein Bevölkerungspotenzial von 45.838 Einwohnern ermittelt.

Im primär vorhabenrelevanten periodischen Bedarf wird für das Prognosejahr 2020 ein Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet von €128,6 Mio. angenommen, wobei laut DLP (Seite 13) „...angesichts der prognostizierten leichten Bevölkerungsrückgänge (im Umland von Diepholz) von einer geringfügigen Reduzierung des Nachfragepotenzials auszugehen“ ist. Vergleicht man diesen Wert mit der Prognose des DLP-Gutachtens aus dem Jahr 2015 für das Jahr 2017, so stellt man fest, dass der seinerzeitige Prognosewert von €111,8 Mio. erheblich von dem nunmehr angenommenen Wert, der ja etwas unter dem Ist liegen soll, abweicht. Das heißt, dass die Prognose 2015 den tatsächlichen Wert 2017 nicht annähernd getroffen hat. Eine derart hohe Abweichung stellt den methodischen Ansatz von DLP, die Berechnungen auf Prognosen statt auf Ist-Werten (Methodik GfK) aufzubauen, erheblich in Frage.

## 1.5 Untersuchungsbefunde zur Angebotsstruktur (Kapitel 5)

DLP gibt an, „im September 2018 [...] eine vollständige, aktualisierende Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens durchgeführt“ zu haben (DLP, Seite 14). „Unter Nahversorgung werden die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Pflegeartikel und Tiernahrung zusammengefasst.“ (DLP, Seite 14, Fußnote 6).

In der Übersicht „Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels im Einzugsgebiet des Vorhabens“ (DLP, Seite 14) fällt auf, dass auch der Standort des Auftraggebers von DLP (E-Center Immega) genannt wird; dies war in der ursprünglichen Studie aus 2015 nicht der Fall. Laut Tabelle verfügt der „Sonderstandort E-Center“ über vier Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Angeboten, die sich auf 1.985 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit einem Umsatz von €8,6 Mio. summieren sollen. Weitere Angaben zu diesem Standort werden in der DLP-Studie nicht gemacht.

Hierzu ist folgendes festzustellen: Die Handelsdatenbank TradeDimensions, ein Unternehmensbereich des weltweit führenden Marktforschungsunternehmens Nielsen, listet das E-Center seit Jahren konstant mit einer Verkaufsfläche von 3.800 m<sup>2</sup>. Diese Größe für den Verbrauchermarkt einschließlich Vorkassenbereich korrespondiert mit unseren eigenen Erhebungen aus den Jahren 2015 und 2018. Bestätigt wird diese Größenordnung zudem durch einen Presseartikel der Kreiszeitung aus dem Jahr 2014. Hier heißt es: „Stephan Immega ist geschäftsführender Inhaber im



*E-Center. Auf einer Verkaufsfläche von rund 4000 Quadratmetern hat das Unternehmen an der Thüringer Straße rund 40000 Artikel im Sortiment, darunter viele Lebensmittel.“* (Quelle: <https://www.kreiszeitung.de/lokales/diepholz/diepholz-ort28581/passiert-lebensmitteln-keiner-kaufaktionstag-4145063.html>). Hinzu kommen die Flächen von Zoo & Co., der mit dem Segment Tierfutter in der Erhebung von DLP enthalten sein sollte, der Bekleidungsdiscounter Kik und der Familienmodeladen Ernsting's, der bereits bei unserer Aktualisierungserhebung von Februar/März 2018 seinen Standort aus der Innenstadt zum E-Center verlegt hatte. Das findet bei der von Immega beauftragten DLP-Studie allerdings keine Erwähnung.

Bei dem Verbrauchermarkt überwiegt im Sortiment eindeutig der periodische Bedarfsbereich. Werden nicht-periodische Sortimente im Verbrauchermarkt sowie im Vorkassenbereich abgezogen (u.a. gastronomische Nutzungen, Non-Food-Angebote des Tchibo-Shops und Dienstleistungen), ergibt sich allein für das E-Center mit den zusätzlichen periodischen Angeboten von u.a. Tchibo und der Bäckerei Schäfers eine Verkaufsfläche in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von fast 3.000 m<sup>2</sup>. Hinzu kommt in der DLP-Systematik noch die anteilige Tierfutterfläche von Zoo & Co. Selbst unter vollständigem Abzug der Mallflächen bzw. Wegeflächen im Vorkassenbereich und des Windfangs ist noch von mindestens 2.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im periodischen Bedarfsbereich auszugehen, was damit erheblich über dem von DLP genannten Wert liegt. Das hat unmittelbaren Einfluss auf den in der Wirkungsanalyse angenommenen Umsatz des E-Centers, der in der DLP-Analyse ohnehin sehr konservativ angesetzt ist und die tatsächliche Bedeutung dieses Standortes für die Versorgung der Stadt und des Umlandes signifikant unterzeichnet. So wird in Verbindung mit der für das Famila-Vorhaben von DLP vorgenommenen Umsatzschätzung der Eindruck erweckt, dass das E-Center Immega der deutlich schwächere Standort ist. Bei insgesamt mehr als 4.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, einschließlich eines Anteils von zentrenrelevanten Sortimenten aus dem aperiodischen Bedarf, der diesen Standort zu einem deutlich stärkeren Wettbewerber für die Diepholzer Innenstadt macht, als es der am Groweg geplante Verbrauchermarkt sein kann. Ohne Zweifel handelt es sich bei dem E-Center Immega um den in Diepholz mit Abstand führenden Anbieter im periodischen Bedarfsbereich, dessen Umsatzleistung im periodischen Bedarfsbereich nach unserer Einschätzung in der Ausarbeitung von DLP um mindestens 40% unterzeichnet wird.

Diese Falscheinschätzung hat in der Modellierung der lokalen und regionalen Kaufkraftströme, deren Veränderung durch das Famila-Projekt zu den rechnerischen Umsatz-Umverteilungen führen, erhebliche Konsequenzen, da die relative Ausstrahlungskraft des E-Centers deutlich unterschätzt und die von Famila deutlich überschätzt wird. In der Konsequenz ergibt sich sowohl eine deutliche Überschätzung der erzielbaren Marktanteile/Umsatzleistung von Famila als auch der lokalen und regionalen Auswirkungen.

Unplausibilitäten ergeben sich in Hinblick auf die von DLP errechneten Zentralitäten. So wird ausgeführt: *„Die nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität in Diepholz liegt aktuell bei rd. 135 % und deutet damit auf erhebliche Nachfragezuflüsse aus umliegenden Gemeinden hin. Für das Einzugsgebiet insgesamt ergibt sich eine durchschnittliche nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität von rd. 101 %.“* (DLP, Seite 19)

Für die Stadt Diepholz sind das 4 Prozentpunkte mehr als in der DLP-Studie aus 2015 (Zentralität von 131). Für das Einzugsgebiet insgesamt ergibt sich hingegen eine Differenz von 16 Prozentpunkten; 2015 wurde noch von einer Zentralität von 117 ausgegangen. Während die Differenz für die Stadt Diepholz in einem Rahmen möglicher Schwankungsbreiten liegt, erfordert die erhebliche Differenz für das gesamte Einzugsgebiet eine Erklärung, insbesondere auch, weil sich die DLP-



Studie 2018 als Aktualisierung der Ausarbeitung aus 2015 versteht. Von Bedeutung ist das insofern, als sich aus der Leistungsstärke der Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum, für die die Zentralität als eine Bewertungsgröße herangezogen werden kann, Konsequenzen für die Berechnung möglicher Marktanteile, Umsatzerwartungen und Umsatzumverteilungen ergeben.

## **1.6 Analyse der städtebaulichen Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen (Kapitel 5.2)**

DLP ignoriert in der Beschreibung der Innenstadt Diepholz weiterhin den vom Rat der Stadt Diepholz beschlossenen zentralen Versorgungsbereich. (DLP, Seite 20)

Ohnehin scheint sich DLP mit der aktuellen Situation in Diepholz nur ungenügend auseinanderzusetzen, da sich die Verfasser augenscheinlich auf ein ‚copy & paste‘ aus der Untersuchung von 2015 beschränken und z.B. die Anbieter Ernsting’s Family (verlagert um den Jahreswechsel 2017/2018 zum E-Center Immega), Esprit (im Februar 2018 ersatzlos geschlossen) und Deichmann (im August 2016 verlagert an den Standort Carl-Schwarze-Straße) bereits zum Zeitpunkt unserer Erhebung vom Frühjahr 2018 - und damit deutlich vor der Analyse durch DLP - nicht mehr an den ursprünglichen Standorten existent waren.

DLP beansprucht, eine städtebauliche Analyse vorzunehmen, um die Auswirkungen des Familien-Vorhabens bewerten zu können, befasst sich aber nicht mit der konkreten Ausgangslage, zu der auch zumindest eine Erwähnung der Strukturen in der Bahnhofstraße zählt, die seitens der Stadt Diepholz als eine wichtige Entwicklungsachse zwischen der Fußgängerzone als unbestrittenem Kern des innerstädtischen Einkaufsbereiches und dem Bahnhof gesehen wird. Insbesondere eine Darstellung der aktuell nicht unproblematischen Entwicklung im Bereich der Lange Straße wäre wohl auch nicht im Sinne des Auftraggebers der DLP-Studie, der mit der Verlagerung von Ernsting’s Family aus der Lange Straße zu seinem Objekt einen mehrjährigen Leerstand wieder vermieten konnte.

Zweifel ergeben sich auch aus der Beschreibung des im weiteren Verlauf der Ausarbeitung besonders herausgestellten Standortes „Ortskern Rehden“. Hier sind die Texte aus 2015 zwar ergänzt worden, allerdings findet sich in der Studie vom Oktober 2018 auch noch die bereits 2015 vorgenommene Beschreibung: *„Um den Edeka-Markt gruppieren sich neben einer Volksbank und einer Apotheke noch zwei kleine Betriebe des Lebensmittelhandwerks.“* (DLP, Seite 24). Für 2015 können wir das mit der Bäckerei Ihmels und der Fleischerei Gieseke nachvollziehen. Bei unserer Erhebung vom Februar/März 2018 war jedoch die Bäckerei Ihmels geschlossen. Laut Pressemeldungen sollte hier ein Pizza-Service eröffnen, allerdings können wir die Neueröffnung eines anderen Betriebs des Lebensmittelhandwerks im Umfeld des Edeka Marktes, der die Lagebeschreibung von DLP verifizieren würde, nicht nachvollziehen. Wir schließen daher nicht aus, dass auch hier eine fehlerhafte Darstellung seitens DLP erfolgt.

Von Bedeutung ist die von uns geteilte Bewertung zum Ortskern Rehden: *„Aufgrund der räumlichen Nähe zu Diepholz ist die Versorgungsfunktion des Grundzentrums auf Nahversorgungsaufgaben beschränkt.“* (DLP, Seite 24) Darauf wird später noch einzugehen sein.





## 1.7 Marktanteils- und Umsatzprognose (Kapitel 6.1)

DLP ermittelt die Umsatzerwartung des Vorhabens ausschließlich über potenziell erreichbare Marktanteile. Bei einem Vorhaben, dessen Betreiber nicht feststeht, wäre das legitim. Da es sich hier aber um einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan handelt, der ausschließlich den Betreiber Famila unterstellt, greift diese Vorgehensweise zu kurz, da die spezifische Leistungsfähigkeit des Betreibers nicht berücksichtigt wird. Insofern müssten die Ergebnisse der Marktanteilsberechnung mit den generellen betreiberspezifischen Umsatzperspektiven des Unternehmens Famila in Einklang gebracht werden, was hier nicht erfolgt. Deshalb ist die Umsatzprognose selbst als Worst Case zu hoch angesetzt und liegt erheblich über dem, was Famila mit anderen Standorten in Niedersachsen erreicht. Das wurde auch mit dem Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz im Kontext des Untersagungserlasses vom 30.03.2017 und dem Änderungsanlass vom 31.07.2018, mit dem das B-Planverfahren mit den bekannten Änderungen wieder aufgenommen werden konnte, erörtert.

Auch im Vergleich mit dem heute in Diepholz eindeutig führenden Anbieter E-Center Immega ist die Umsatzprognose für Famila nicht plausibel. So geht DLP für den über Jahrzehnte hervorragend in Diepholz und seinem Umland etablierten Anbieter aus der in Deutschland mit Abstand marktführenden Edeka-Gruppe von lediglich €8,6 Mio. auf einer Verkaufsfläche von 1.985 m<sup>2</sup> aus. Das entspricht einer Raumleistung von etwa 4.300 €/m<sup>2</sup>, wie sie sich laut DLP auch für die Neuentwicklung Famila errechnet. DLP geht also von der Annahme aus, dass sich ein in der Region unbekannter Anbieter mit einem Verbrauchermarkt aktuellen Zuschnitts (also gegenüber älteren Konzepten z.B. vergleichsweise großzügiger Warenpräsentation, breiteren Gängen, geringeren Regalhöhen - was alles raumleistungsmindernd wirkt) auf Anhieb auf das Niveau des Marktführers in Diepholz katapultiert. Das widerspricht allen unseren Erfahrungen aus der Bewertung von mehreren hundert Lebensmittelmärkten allein in der jüngeren Vergangenheit.

Zur Umsatzrekrutierung aus den Zonen des Einzugsgebiets wird im Kontext der Bewertung des Vorhabens (Kapitel 1.9) noch Stellung genommen.

## 1.8 Wirkungsprognose (Kapitel 6.2)

Hinsichtlich der von DLP durchgeführten Wirkungsprognose ist zunächst insbesondere auf die bereits vorstehend dargestellten Kritikpunkte hinsichtlich der nicht zutreffenden Bevölkerungsprognose, der Unterzeichnung des Hauptwettbewerbers E-Center in Hinblick auf die relevante Verkaufsfläche und den Umsatz und der Umsatzannahme für den geplanten Famila Verbrauchermarkt hinzuweisen. Schon diese Punkte reichen aus, die Qualität der Berechnungsergebnisse und Aussagen von DLP in Hinblick auf die zu erwarteten Umsatzumverteilungen in Zweifel zu ziehen.

DLP stellt die Vorgehensweise zur Ermittlung der Umsatzumverteilungen grundsätzlich nachvollziehbar dar. Für plausibel halten wir die Ergebnisse - zusätzlich zu den vorstehend vorgebrachten Einwänden - dennoch nicht.

Hierzu zunächst einige Grundzüge der Methodik einer Wirkungsanalyse, die in der Regel auf der Basis eines Huff-Modells erfolgt. Dieser prognostische Ansatz wurde entwickelt, um Einzugsgebietsabschätzungen vornehmen zu können (gravitationstheoretischer Ansatz der Social Physics). Unter Berücksichtigung der Distanzen zwischen dem Standort, dessen Einzugsgebiet geschätzt werden



soll, und seinen Wettbewerbsstandorten sowie der jeweiligen Attraktivität der in das Modell einbezogenen Standorte wird die Wahrscheinlichkeit ermittelt, mit der ein Einwohner in der Umgebung des zu untersuchenden Standortes diesen aufsucht. Neben der Entfernung (gemessen in Geh-/Fahrdistanzen, also Meter/Kilometer, oder Geh-/Fahrzeiten, z.B. in Minuten) spielt die Attraktivität der Standorte in der Modellierung eine große Rolle. Hier können in einem einfachen Modell Indikatoren wie die Verkaufsfläche (klassischer Ansatz des Huff-Modells) oder die Umsatzleistung herangezogen werden. Allerdings greift dieser Ansatz in der Realität zu kurz, denn im Einzelhandel bedienen unterschiedliche Einzelhandelskonzepte oft unterschiedliche Kundengruppen oder haben unterschiedliche Versorgungsbedeutung. Ein handwerklich betriebener Bio-Bäcker bedient ein anderes Marktsegment als ein industriell produzierender Bäckereidiscount; ein an die umfassende Bedarfsdeckung größerer Gebiete ausgerichteter Verbrauchermarkt hat eine andere Versorgungsbedeutung als ein Lebensmitteldiscounter mit eingeschränktem Sortimentspektrum oder ein der Grundversorgung dienender Nahversorger.

In ein erweitertes Huff-Modell muss also einfließen, was offenbar auch DLP anerkennt, wie wir bereits unter 1.4 zitiert haben: „Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen/typähnlichen Super- und Verbrauchermärkten“ (DLP, Seite 9). Je ähnlicher sich zwei Einzelhandelskonzepte sind, desto mehr nähern sich auch die Werte für die Attraktivität an.

Darüber hinaus berücksichtigt das Huff-Modell auch die Tatsache, dass Kunden für unterschiedliche Einkaufsmotivationen auch unterschiedliche Zeit-Distanzaversionen haben (dargestellt durch den Distanzparameter  $\lambda$ ). Das bedeutet, dass die Bereitschaft, eine bestimmte Distanz für die Bedarfsdeckung zurückzulegen, in Abhängigkeit vom Einkaufsmotiv variiert. So nimmt man z.B. für kleine oder häufig erforderliche Versorgungseinkäufe (z.B. das Frühstücksbrötchen oder den schnellen Einkauf auf dem Arbeitsweg) nur vergleichsweise kurze Wege in Kauf, während für den Einkauf besonderer oder höherwertiger Produkte (z.B. das Bio-Fleisch vom Hofladen), bzw. größere Versorgungseinkäufe (z.B. Wocheneinkauf) vergleichsweise weite Wege zurückgelegt werden.

Das sei im Folgenden am Beispiel des ZVB Ortskern Rehden im Vergleich zum Sonderstandort E-Center dargestellt (periodischer Bedarf).

Für den Standort in Rehden weist DLP eine Verkaufsfläche von 830 m<sup>2</sup> und einen Umsatz von €4,4 Mio. aus (Raumleistung von ca. 5.300 €/m<sup>2</sup>, bei der wohl auch in der DLP-Analyse die dortige Apotheke und der Fleischer über diesem Durchschnitt und Edeka unter diesem Durchschnittswert liegen dürften).

Für den Standort E-Center Diepholz weist DLP eine Verkaufsfläche von 1.985 m<sup>2</sup> und einen Umsatz von €8,6 Mio. (Raumleistung von ca. 4.300 €/m<sup>2</sup>). Realitätsnäher sind aber - wie bereits ausgeführt - deutlich höhere Werte. In dieser Betrachtung gehen wir dennoch zunächst von den unterzeichneten Werten der DLP-Studie für das E-Center aus, da sich die grundsätzlichen Effekte in der Modellierung der Kaufkraftströme und ihrer Veränderungen durch das Famila-Vorhaben auch mit diesen Werten darstellen lassen.

Für das Vorhaben Famila geht DLP von 2.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem Umsatzvolumen von €12,4 Mio. aus, was ebenfalls einer Raumleistung von etwa 4.300 €/m<sup>2</sup> entspricht.

Die Distanz vom Projektstandort zum E-Center beträgt etwa 3 Kilometer, die Fahrzeit ca. 7 Min. und vom Projektstandort zum ZVB Ortskern Rehden etwa 8 Kilometer, die Fahrzeit beträgt ca. 9 Min.; hierbei ist zusätzlich zu berücksichtigen, dass sich das E-Center und das Vorhaben im gleichen Siedlungsgebiet befinden, was für die Einkaufsorientierungen ebenfalls von Bedeutung ist.

In Hinblick auf die Einkäufe der Einwohner in der Samtgemeinde Rehden, die wir als maßgebliches Kundenpotenzial für den ZVB Ortskern Rehden sehen, gibt es im Segment der großen Supermärkte



und Verbrauchermärkte eine Reihe von Einkaufsalternativen (Distanz und Fahrzeit gemessen ab ZVB Ortskern Rehden), insbesondere: K+K Schömastraße (7 km, 8 Min.), ZVB Innenstadt Diepholz/Combi (8,3 km, 11 Min.) E-Center Immega (je nach Strecke 10 km, 11 Min. bzw. 9 km, 13 Min.), Wagenfeld (10 km, 10 Min.) und Barnstorf (12,5 km, 12 Min.).

Unter diesen Standorten profitiert z.B. das E-Center Immega von Verbundeffekten mit den angegliederten Fachmärkten, was auch auf die westliche Innenstadt von Diepholz, einschließlich des Ergänzungsbereichs um Lidl, zutrifft. Solche Standorte verfügen generell über eine höhere Anziehungskraft als Standorte ohne arrondierende Angebote (z.B. Famila).

Für den ZVB Ortskern Rehden gehen wir davon aus, dass sich der Großteil des Umsatzes (bei DLP €4,4 Mio.) aus der Samtgemeinde Rehden rekrutiert, die aktuell über ein Marktvolumen im periodischen Bedarfsbereich von knapp €16,3 Mio. verfügt. Darüber hinaus dürfte infolge der Lage an der B214 ein Teil der Umsatzleistung aus weiträumigeren Einkaufsbeziehungen resultieren; diesen Anteil schätzen wir aber als relativ gering ein und vernachlässigen ihn in der weiteren Betrachtung. Weitere Umsatzanteile (z.B. die Apothekenumsätze) sind von dem Famila-Vorhaben praktisch nicht berührt. Unter Vernachlässigung von sporadischen, weiträumigen Einkaufsbeziehungen entspricht der Umsatz von €4,4 Mio. einer Kaufkraftabschöpfung in der Samtgemeinde Rehden von rd. 27 %. Festzustellen ist zunächst, dass diese Umsätze erzielt werden, obwohl sich der ZVB Ortskern Rehden in dem aufgezeigten Wettbewerbsumfeld mit einer Vielzahl von Verbrauchermarktstandorten in Fahrzeitdistanzen um etwa 10 Minuten befindet, darunter einigen, die durch Standortverbundeffekte eine gesteigerte Attraktivität aufweisen, aber z.B. auch der K+K Markt an der Schömastraße in Diepholz, der trotz der vergleichsweise geringen Distanz von dem Potenzial der Samtgemeinde Rehden nur wenig profitieren dürfte. Das resultiert vor allem aus der spezifischen Besuchsmotivation der Kunden, die den ZVB Ortskern Rehden aufsuchen, weil er nahe an ihrem Wohnort ist (Nahversorgungsmotiv) und - neben dem Pkw, der an diesem Standort das bevorzugte Verkehrsmittel für den Einkaufsbesuch sein dürfte - auch mit dem Fahrrad und (in sehr geringem Umfang) zu Fuß aufgesucht werden kann. Für die entsprechende Bedarfsdeckung ist ein Grundsortiment erforderlich, das Kleinkäufe wie die tägliche Bedarfsdeckung umfasst. Diese Nahversorgungsfunktion und die daraus resultierenden Einkaufsbeziehungen sind vergleichsweise robust gegenüber Wettbewerbsentwicklungen in einem anderen Marktsegment, wie es Verbrauchermärkte im Format Famila oder E-Center, aber - in Hinblick auf das Preisgefüge - z.B. auch Lebensmittel-discounter darstellen. Einkäufe, die auf eine eher umfassende Bedarfsdeckung (Großeinkäufe) oder auf speziellere Produkte reflektieren, werden hingegen schon heute überwiegend außerhalb von Rehden getätigt (siehe die vorstehend aufgezeigten Einkaufsalternativen). So kann Famila für Rehden keinesfalls als Nahversorger fungieren, da die Distanzen der Nahversorgung überschritten werden, ist aber als zusätzliches Einkaufsziel für die umfassende Bedarfsdeckung zu sehen. Daher bestehen prospektive Konkurrenzbeziehungen für Famila vor allem mit umliegenden Nahversorgern - nicht aber mit Nahversorgern, die mehr als etwa 5 Pkw-Fahrminuten entfernt sind - sowie mit typgleichen/typähnlichen Anbietern. Das sind in Diepholz vor allem das E-Center, die K+K Märkte und Combi, sowie die Verbrauchermärkte in den übrigen Umlandgemeinden.

Unter diesen Gesichtspunkten ist es unerklärlich, dass bei DLP (Seite 30) die relative Betroffenheit des ZVB Ortskern Rehden mit einer Umsatzumverteilungsquote von 12,0% praktisch auf dem von uns in dieser Größenordnung nicht anzweifelten Niveau des Diepholzer ZVB Innenstadt (13,0%) und des Standortes E-Center (14,0%) liegt. Das ist nur möglich, wenn die unterschiedliche Versorgungsbedeutung (Attraktivität und Distanzaversion) in der Modellierung der Kaufkraftströme völlig außer Acht gelassen und das Modell rein auf der Basis von Distanzen aufgestellt wird. Die absolut richtige



Anmerkung von DLP: „Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen/typähnlichen Super- und Verbrauchermärkten“ (DLP, Seite 9) scheint in der Berechnung der Umsatzumverteilungen daher nicht weiter berücksichtigt zu werden.

Angesichts der erreichten Marktanteile des ZVB Ortskern Rehden, die wir noch als steigerungsfähig erachten, und der spezifischen Anmutung des dortigen Edeka-Marktes, der nicht in der Lage ist, das vorhandene Sortiment auf der begrenzten Fläche attraktiv und für den Kunden bequem zu präsentieren, sehen wir weniger eine Gefährdung durch das Familia-Vorhaben, sondern die grundsätzliche Chance, diesen Standort auszubauen und im Wettbewerb deutlich stärker zu positionieren. Nach aktuellen Pressemeldungen kann dies schon kurzfristig eintreten, da nach einem Inhaberwechsel (der bisherige Inhaber ist in den Ruhestand gegangen) eine Umstrukturierung des Marktes vorgesehen ist, die noch nicht konkretisiert wurde. Allein die Tatsache, dass als neuer Inhaber ein in der Lebensmittelbranche erfahrener Unternehmer aus dem Nachbarort gefunden wurde, verdeutlicht, dass ungeachtet der Familia-Planung auch die Edeka-Gruppe ganz offensichtlich gute Perspektiven für den Supermarkt in Rehden sieht und damit unsere Einschätzung des Standortes, seines Potenzials und seiner Widerstandsfähigkeit gegen die Familia-Planung bestätigt.

## 1.9 Bewertung des Vorhabens (Kapitel 7)

Nach einer Übersicht der Bewertungskriterien (Kapitel 7.1, Seite 32 - 34) prüft DLP in Kapitel 7.2 insbesondere die Einhaltung des Kongruenzgebotes. Hierbei kommt DLP aufgrund der erfolgten Analysen zu folgendem Schluss: „Daraus folgt, dass etwa 61 % des Vorhabenumsatzes mit Kunden generiert werden, die in Diepholz ihren Wohnsitz haben. Die restlichen 39 % des Vorhabenumsatzes rekrutieren sich aus Umlandkunden sowie aus Streukunden (Personen die außerhalb des Einzugsgebiets leben, z.B. Pendler und Durchreisende). Der 70-30 %-Regelvermutung zur Feststellung der Kompatibilität mit dem Kongruenzgebot wird damit nicht entsprochen. Das Vorhaben verstößt gegen das Kongruenzgebot.“ (DLP, Seite 35)

Diese Einschätzung weicht erheblich von unseren Analyseergebnissen ab. Begründet ist dies vor allem in der objektiv zu hohen Umsatzerwartung von DLP für das Vorhaben. Während hierbei die Umsatzrekrutierung aus Diepholz noch fast identisch zu sein scheint (im periodischen Bedarf ca. €7,56 Mio. bei DLP gegenüber €7,58 Mio. bei GfK), weicht die Umsatzrekrutierung aus Gebieten außerhalb des Diepholzer Stadtgebietes deutlich ab (im periodischen Bedarf ca. €4,84 Mio. bei DLP gegenüber €2,82 Mio. bei GfK).

Festzustellen ist allerdings ein methodischer Unterschied, der aus unserer Sicht nicht unerheblich ist: So weist DLP (anders als wir) keinen Wert der Umsatzrekrutierung aus Diepholz explizit aus, sondern errechnet ihn aus Anteilen der Diepholzer Bevölkerung in den nicht gemeindescharf abgegrenzten Einzugsgebietszonen 2 (Einwohneranteil 35 %) und 3 (Einwohneranteil 4 %).

Unberücksichtigt bleibt insofern, dass auch innerhalb einer Einzugsgebietszone die Kaufkraftabschöpfung nicht überall gleich ist und dem ausgewiesenen Durchschnittswert entspricht, sondern in Abhängigkeit von Distanz und räumlichem Bezug um die von DLP ausgewiesenen Marktanteile von 15% in Zone 1, 12% in Zone 2 und 3% in Zone 3 schwankt. Insbesondere bei den Berechnungen zu Zone 2 dürfte das zur Folge haben, dass der überwiegend in relativ geringer Distanz zum engeren Stadtgebiet zählende Bevölkerungsanteil von 35% in der Berechnung zur Umsatzrekrutierung untergewichtet wird und daher die effektiv zu erwartende Umsatzrekrutierung aus Diepholz bei DLP unterzeichnet wird. Demzufolge fiel der Umsatzanteil aus dem Umland entsprechend niedriger aus.



Vom Grundsatz her ist auch die von DLP verwendete Bemessungsgrundlage „Einwohneranteil“ bei der Zuordnung des Diepholzer Potenzials fachlich nicht einwandfrei, da es bei der Umsatzrekrutierung immer um Anteile an der im betreffenden Gebiet lokalisierten Kaufkraft geht, die dem Produkt aus Einwohnerzahl und durchschnittlichem Ausgabebetrag je Einwohner entspricht. Da aber das Kaufkraftniveau in den hier relevanten Gebieten der Stadt Diepholz und ihrem Umland relativ ähnlich ist, dürfte diese methodische Ungenauigkeit nicht sonderlich ins Gewicht fallen.

Entscheidend ist aber vor allem die nach unserer Analyse sehr optimistische Einschätzung von DLP bezüglich der regionalen Ausstrahlungskraft. Diese ergibt sich zwangsläufig aus der von DLP zu hoch angesetzten Umsatzerwartung des Vorhabens.

Wie bereits vorstehend dargestellt, bewegt sich das Vorhaben in einem lebhaften Wettbewerbsumfeld, in dem die für Famila wichtigsten Wettbewerber ihren Standort in der Stadt Diepholz haben. Damit sind die Abschöpfungschancen und die daraus unmittelbar resultierenden Umsatzperspektiven für Famila mit Kunden aus Diepholz limitiert. Zugleich sind die Einkaufsorientierungen aus dem Diepholzer Umland in Hinblick auf größere Lebensmitteleinkäufe sehr stark auf das E-Center sowie den zentralen Versorgungsbereich in Diepholz mit dem starken Verbund von u.a. Combi, Aldi und Rossmann und den unweit hiervon gelegenen Standort mit Lidl und Hol ab Getränkemarkt orientiert. Diese Standorte sind maßgeblich für die deutlich positive Zentralität der Stadt Diepholz im periodischen Bedarfsbereich. Die gefestigten Einkaufsbeziehungen zu diesen Standorten limitieren - neben den ebenfalls guten Ausstattungen der umliegenden Gemeinden, mit Ausnahme von Rehden, nicht zuletzt aufgrund ihrer gegenüber dem Famila-Standort teilweise besseren Anbindung an die überörtlichen Hauptverkehrsachsen (insbesondere die B 51) die Möglichkeiten für Famila, in überdurchschnittlichem Umfang Einkaufsbeziehungen aus dem Umland herzustellen. Das wird von DLP mit der überhöhten Umsatzannahme zu wenig gewürdigt. Daraus resultieren bei DLP die nach unserer Analyse unrealistisch hohen Marktanteile im Diepholzer Umland, die zu einer rechnerischen Verletzung des Kongruenzgebots führen.

In Hinblick auf die Ausführungen im DLP-Gutachten zum Beeinträchtigungsverbot verweisen wir auf unsere Ausführungen unter 1.8.

Aufgrund der nachweislichen inhaltlichen Fehler der Ausarbeitung sowie der offensichtlichen methodischen Mängel erachten wir die Ergebnisse für nicht stichhaltig und nicht geeignet, die Ergebnisse unserer Analyse fundiert in Frage zu stellen.

Auch in Hinblick auf die Bewertung der städtebaulichen Integration des Vorhabenstandortes lässt DLP es an der erforderlichen Sorgfalt mangeln. So heißt es *„Gemäß dieser Ausarbeitung aus dem Jahre 2015 befindet sich der Vorhabenstandort innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs Stadtzentrum/Innenstadt und ist dabei als Innenstadterweiterung Ost eingeordnet. Formal liegt der Standort also innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, womit das Integrationsgebot erfüllt wäre.“* (DLP, Seite 39)

Diese Aussage ist grundlegend falsch. Der Vorhabenstandort befindet sich eben nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum/Innenstadt, sondern schließt sich östlich an diesen an. Dem Einzelhandelsgutachten „Zentrale Versorgungsbereiche in Diepholz und Diepholzer Liste“, GfK, 26. Mai 2015 / 3. November 2015 ist das auf Seite 8 zweifelsfrei zu entnehmen: „Der zentrale Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt umfasst den Haupteinkaufsbereich und erstreckt sich entlang der der Bahnhofstraße, die als Entwicklungsachse zwischen Innenstadtkern und Bahnhof eine besondere Bedeutung hat.“



Der nach Westen anschließende Bereich Carl-Schwarze-Straße ist als typischer Innenstadterweiterungsstandort zu sehen und wird als zentraler Versorgungsbereich berücksichtigt. Perspektivisch gilt dies auch für den Planstandort des Famila Verbrauchermarktes im Osten, der als zentraler Versorgungsbereich Innenstadterweiterung Ost betrachtet wird.“ Mithin hat der Vorhabenstandort nur unter der Prämisse der vorgesehenen Entwicklung durch Famila die Perspektive, als zentraler Versorgungsstandort zu fungieren.



Dieser Bericht wurde für Sie erstellt von:

GfK GeoMarketing GmbH  
[www.gfk.com/geomarketing-de](http://www.gfk.com/geomarketing-de)

Standort Hamburg  
Herrengraben 5  
D-20459 Hamburg

Udo Radtke  
T + 49 40 5701 325 45  
F + 49 40 5701 325 99  
[udo.radtke@gfk.com](mailto:udo.radtke@gfk.com)

Dieser Bericht ist registriert unter der  
Projekt-Nummer 1204 4135 (2019).

Es wird darauf hingewiesen, dass die GfK GeoMarketing GmbH für die Angaben in diesem Gutachten nur der Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG, Kiel, gegenüber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen haftet. Das Gutachten enthält gutachterliche Einschätzungen und wissenschaftlich fundierte Prognosen. Für jede Prognose gilt naturgemäß, dass deren Eintreten nicht garantiert werden kann. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der in dem Gutachten enthaltenen Informationen ausdrücklich ausgeschlossen. Die im Rahmen der Untersuchung erstellten Gutachten, Berichte und sonstigen Unterlagen sind urheberrechtlich geschützt. Weitergabe, Vervielfältigungen, Veröffentlichung und Vertrieb (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars Eigentum der GfK GeoMarketing GmbH.