



Auswirkungsanalysen im Spannungsfeld zwischen Gefälligkeitsgutachten und sachgerechter Entscheidungsgrundlage

Vortrag beim gif-Webinar am Mittwoch, 01. Juni 2021 zur neuen Richtlinie „Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten“ in Kooperation mit TaylorWessing und Stadt+Handel

Inhalt

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

ecostra GmbH

Analysen und Strategien
für Märkte und Standorte
in Europa





1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Was sind Gutachten?



- *„Das Gutachten ist eine in bestimmter Weise auszuwertende (schriftliche) Aussage eines bzw. einer Sachverständigen in einem Prozess bzw. bei einem bestimmten Vorhaben o.Ä.“*
Quelle: Duden
- *„Ein Gutachten enthält eine allgemein vertrauenswürdige Beurteilung eines Sachverhalts im Hinblick auf eine Fragestellung oder ein vorgegebenes Ziel. Es tritt als verbindliche (z. B. bezeugte oder unterschriebene) mündliche oder schriftliche Aussage eines Sachverständigen oder Gutachters auf. Die allgemeine Vertrauenswürdigkeit wird gegebenenfalls durch Akkreditierung des Gutachters durch ein vertrauenswürdiges Verfahren der Zertifizierung mit der für die Fragestellung oder das Ziel erforderlichen Allgemeingültigkeit erreicht.“*

Der Begriff „Gutachten“ ist weder eine geschützte Bezeichnung, noch hat er eine besonders herausgehobene prozessrechtliche Bedeutung.“

Quelle: Wikipedia

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



GUTACHTER

und Planungsbüros für Einzelhandels- Entwicklungskonzepte bzw. für die Beurteilung der möglichen Auswirkungen von Einzelhandels-großprojekten im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) 1990

Die IHK Hannover übernimmt keine Garantie für die Vollständigkeit der Anbieter-Liste. Die Liste wird ergänzt, sobald eine solche Ergänzung gewünscht wird. Nach schriftlichem Eingang des Ergänzungswunsches erfolgt die Eintragung in die Liste in der alphabetischen Reihenfolge. Die alphabetisch geordnete Übersicht lässt keine Rückschlüsse auf die Qualität der Gutachterleistung zu. Auftraggebern empfehlen wir die Abfrage einer Referenzliste bei den in eine Auswahl einbezogenen Gutachtern.

BBE Handelsberatung GmbH (Zentrale)

Briener Str. 45
80333 München
Tel.: 040 8955118-144
Fax: 040 8955118-153
E-Mail: info@bbe.de
Internet: <http://www.bbe.de/>

Bulwiengesa AG

Moorfuhrweg 13
22301 Hamburg
Tel.: 040 423222-0
Fax.: 040 423222-12
E-Mail: info@bulwiengesa.de
Internet: <http://www.bulwiengesa.de>

CIMA-Beratung + Management GmbH

München – Stuttgart – Forchheim – Köln – Leipzig – Hannover – Berlin – Lübeck
Berliner Allee 12
30175 Hannover
Tel.: 0511-220079-50
Fax: 0511-220079-99
E-Mail: cima.hannover@cima.de
Internet: <http://www.cima.de>

IHK Hannover, Dipl.-Geogr. Jochen Janßen, Schiffgraben 49, 30175 Hannover
Tel.: (0511) 3107-276, Fax.: (0511) 3107-430
E-Mail: janssen@hannover.ihk.de, Internet: www.hannover.ihk.de

Stand: 28. September 2020

Seite 1/5

- Lt. Liste der IHK Hannover ca. 20 Institute in Deutschland
- Zahllose „Einzelkämpfer“ und nebenberuflich tätige Gutachter

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Welche Studie ist korrekt? Welche falsch?



Mindener Tageblatt
UNABHÄNGIGE, ÜBERPARTeilICHE ZEITUNG
01. Oktober 2010

Gutachter mit gegensätzlichen Aussagen

Entwicklung der alten Glashütte Gerresheim / CIMA warnt vor schwerem Fehler - GMA sieht nur geringfügige Probleme

VON HANS-JÜRGEN AMTAGE

Minden (mt). Zwei Gutachter, zwei Meinungen. Auch nach stundenlanger Beratung ist die Mindener Politik in Sachen Entwicklung der alten Glashütte Gerresheim keinen Schritt weiter gekommen.

Eine gemeinsame Sitzung von Hauptausschuss und Bauausschuss bildet in der Geschichte der Mindener Kommunalpolitik eher die Ausnahme. Doch ein Themenkomplex schien so wichtig, dass sich die Ausschüsse am Mittwochabend im FH-Campus Minden zusammenfanden. Im Mittelpunkt stand das Einzelhandelskonzept der Stadt Minden und speziell auch das ehemalige Glashüttengelände an der Friedrich-Wilhelm-Straße.

Hier "baggern" auf der einen Seite vor allem die Stadtverordneten vom Rechten Weserufer, um zur Ausweitung der Nahversorgung die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel anzustoßen. Auf der anderen Seite stehen die Stadtverwaltung und die Industrie- und Handelskammer, die ausdrücklich davor warnen, an dieser Stelle innenstadtrelevante Sortimente anzusiedeln.

23. September 2008

Wird nicht... (handwritten text)

Von Thomas SCHMITT

... (handwritten text)



... (handwritten text)

... (handwritten text)

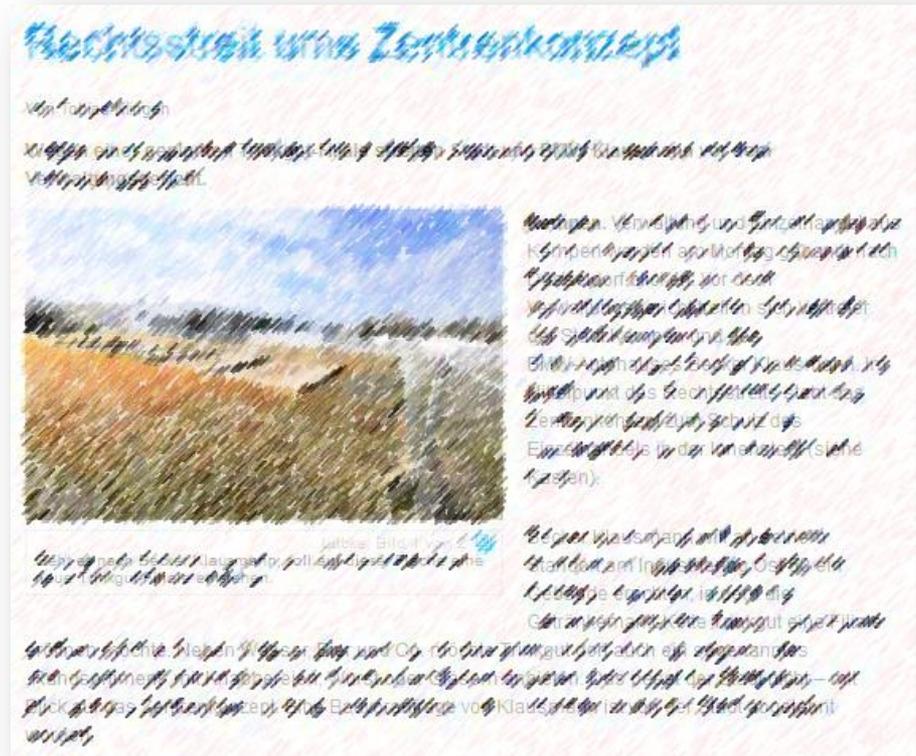
... (handwritten text)

... (handwritten text)

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



General-Anzeiger, 03.03.2015



Westdeutsche Zeitung, 30.01.2015

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Die Füllmenge des Glases: Halbvoll... oder halbleer? oder ganzleer?



1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Darf ein Gutachter Mitglied eines Verbandes sein?



Allgemeine Zeitung

ALTSTADT

ECE-Gutachten „für die Tonne“

17.10.2011 - ALTSTADT

(red). Die Altstadt-SPD begrüßt, dass Baudezernentin Marianne Grosse (SPD) ein zweites Gutachten zum ECE-Einkaufszentrum verbindlich zusagt. Dieses soll das erste jedoch ersetzen und nicht ergänzen, denn das erste Gutachten sei wertlos; es gehöre „in die Tonne getreten“, heißt es in einer Presseerklärung. „Kritik und Misstrauen“ bezüglich des ersten BulwienGesA-Gutachtens begründe sich in erster Linie „auf die wirtschaftliche Nähe des Gutachters zum Investor ECE“, aber nicht nur: auch das „große Engagement“ der Gutachterfirma BulwienGesA beim Lobbyverband der Shopping-Center „German Council of Shopping Centers e.V.“, dessen Vorstand wiederum zwei Manager von ECE angehören, nähre die Bedenken. „Für uns steht die Nähe von BulwienGesA zu ECE außer Frage“, so Andreas Behringer, Vorsitzender der Altstadt-SPD, „die Unabhängigkeit der Gutachterfirma hätte vor Auftragsvergabe durch das Wirtschaftsdezernat geprüft werden müssen.“

 Förderndes Mitglied der gif e. V.,  Member of Plan 4 21,  Member of GCSC e. V.,  RICS

BulwienGesA AG
research • analysis • consulting

POTENZIALANALYSE

für ein innerstädtisches Einkaufszentrum
an der Ludwigsstraße in Mainz



Charlottenbüro HBB 95407 B • Hbb-Vereinbarung München • Konto 441 043 30 58 • Bl Z 700 202 70
Vorstand: Ralf-Peter Koschny, Andreas Schullten, Thomas Voßkamp • Vorsitzender des Aufsichtsrates: Hans-Joachim
 Förderndes Mitglied der gif e. V.,  Member of Plan 4 21,  Member of GCSC e. V.,  RICS

Nymphenburger Straße 5
80335 München
Tel. (089) 23 23 76-0
Fax (089) 23 23 76-76
info@bulwiengesA.de
www.bulwiengesA.de

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

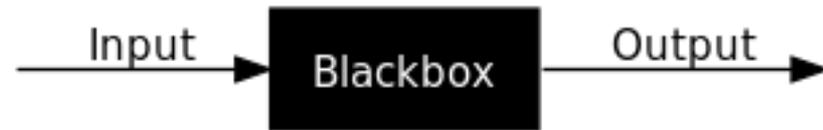
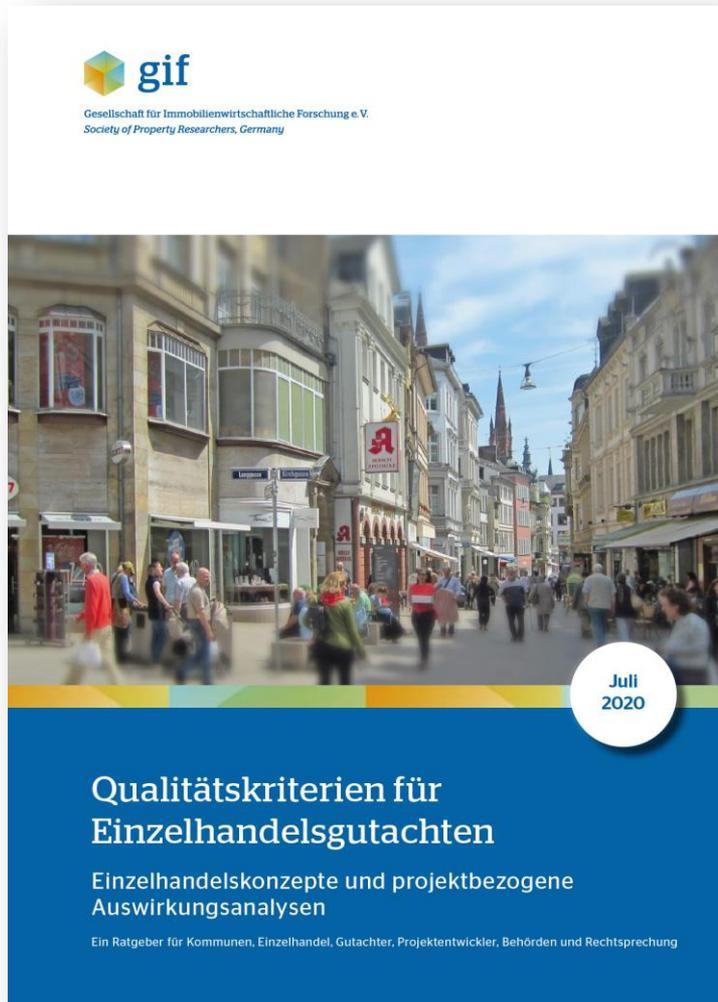
„Parteibuch“ oder Fachkenntnisse – was wird benötigt?



- Sind Gutachter „unabhängig“?
 - Kaum objektiv zu beantworten!
 - Die Annahme, ein Gutachter wäre unabhängig weil er ausschließlich für die öffentliche Hand tätig ist, ist ein Irrtum.
 - Im Grunde ist die „Unabhängigkeit“ eines Gutachters auch völlig irrelevant!
- Wer beauftragt?
 - Die Akzeptanz der Ergebnisse des Gutachtens in der Öffentlichkeit ist bei einer Beauftragung durch die öffentliche Hand meist höher
 - Sind die Gutachten im Auftrag der öffentlichen Hand deswegen aber objektiver bzw. sachlich richtiger?
- **Fazit:** Eigentlich sollte es völlig irrelevant sein, wer ein Gutachten beauftragt und wer es anfertigt. Vielmehr ist wichtig, dass die Datengrundlagen transparent aufbereitet wurden und dass methodische Standards eingehalten werden.

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Brauchen wir Qualitätskriterien für Auswirkungsanalysen?



„Der Begriff Black Box (engl. schwarze Kiste) stammt ursprünglich aus der militärischen Fernmeldetechnik und bezeichnete erbeutetes Feindgerät, das wegen der möglicherweise darin enthaltenen Sprengladung nicht geöffnet werden durfte.“

Quelle: wikipedia

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



- **Konzentrationsgebot**
 - Konzentration auf die Auftragsinhalte und Verzicht auf weitschweifende Erläuterungen ohne nennenswerten Informations- und Erkenntniswert
- **Kompetenzeinhaltungsgebot**
 - Voraussetzung für die Auftragsannahme ist fachliche Kompetenz, d.h. Kenntnis von Strukturen und Entwicklungen im Handel, dem Einkaufsverhalten von Konsumenten sowie ein Verständnis von Wettbewerb und Planung in einer Marktwirtschaft
- **Sachaufklärungsgebot**
 - Offenlegung von Datenquellen und ggf. Aussagenreichweite und Qualität der Daten
- **Sorgfaltspflicht**
 - Ausgangsdaten („Anknüpfungstatsachen“) sind kritisch auf Richtigkeit und Widerspruchsfreiheit zu überprüfen. Verzicht auf das leichtfertige Arbeiten mit Annahmen und der Verwendung von Fremddaten.
- **Begründungsgebot**
 - Das Gutachtenergebnis und dessen Herleitung müssen nachvollziehbar und überprüfbar sein.
- **Objektivitätsgebot**
 - Pflicht zur unparteiischen Gutachtenerstellung (unabhängig von der Frage, wer ein Gutachten beauftragt und wer es bezahlt).



- Klarheitsgebot
 - Verwendung einer klaren, präzisen und verständlichen Sprache. Vermeidung unnötiger Fachbegriffe
- Höchstpersönlichkeitsgebot
 - Gutachten sind von einem Sachverständigen höchstpersönlich zu erstellen. Deswegen sind im Berichtsband auch die Verfasser zu nennen.
- Weitere formale Anforderungen:
 - Orientierung an den Vorgaben für wissenschaftliches Arbeiten, d.h.
 - Gutachten brauchen einen Titel, Datum der Abgabe, Angabe des Verfassers & Auftraggebers etc.
 - Saubere Verwendung der Begrifflichkeiten; sofern erforderlich Darstellung der Definitionen
 - Dokumentation der Primärdaten
 - Vollständige Quellenangaben und „sauberes“ Zitieren
 - Beschreibung und Visualisierung von räumlichen Erhebungs- und Bezugseinheiten (z.B. Einzugsgebiet, zentrale Versorgungsbereiche)
 - Dokumentation von Expertengesprächen
 - Dokumentation der Form der Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und Gutachter

„Scoping-Termine“ zur Festlegung des Untersuchungsrahmens



- Vor Beginn der Arbeiten an einer Auswirkungsanalyse findet verschiedentlich ein sog. „Scoping-Termin“ statt. Was ist das?
 - Teilnehmer sind meist Vertreter
 - des Projektwerbers
 - der planenden Gemeinde (Stadtplanung, Wirtschaftsförderung)
 - des Regierungspräsidiums / der Bezirksregierung
 - der IHK
 - des Einzelhandelsverbandes
 - Bei diesem Termin soll das Arbeitsprogramm abgestimmt werden, um ggf. zusätzliche Aufwendungen bzw. Verzögerungen durch nicht behandelte / offene Fragen zu vermeiden.
- Allerdings greifen manche dieser „Scoping-Termine“ verschiedentlich deutlich weiter in die Gutachtenerstellung ein. So werden Vorgaben u.a. dahingehend getroffen,
 - welches Einzugsgebiet der Gutachter zugrunde zu legen hat.
 - mit welchen Flächenproduktivitäten (ggf. auch Bandbreiten) der Gutachter zu rechnen hat.

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

„Scoping-Termine“ – Qualitätskriterium oder Beeinflussung des Ergebnisses?



Achtung
Stellschrauben

Abstimmungsprozesse mit dem Auftraggeber oder weiteren „Dritten“ vor Fertigstellung des Gutachtens bieten grundsätzlich die Gefahr einer Einflussnahme. Insofern kann ein projektbegleitender Arbeitskreis oder dergleichen zwar ein Merkmal für die Qualität des Gutachtens sein, es kann aber auch das Gegenteil der Fall sein.



Vgl. Seite 17

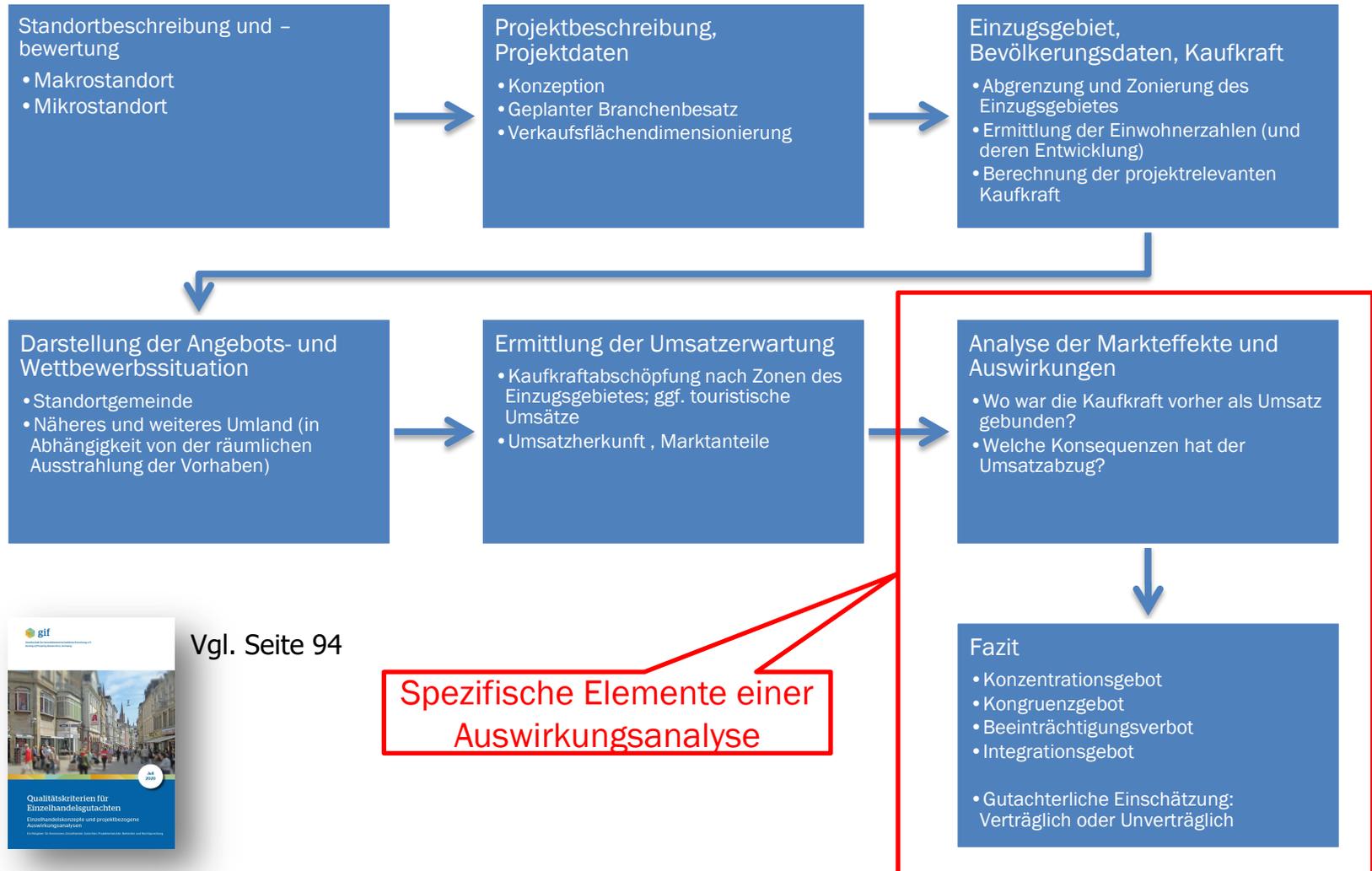
1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Idealtypischer Aufbau von Auswirkungsanalysen



Vgl. Seite 94

Spezifische Elemente einer Auswirkungsanalyse

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Der erforderliche Detaillierungsgrad von Projektdaten



- Projektdaten in Abhängigkeit des Planungsstandes
 - Gesamte Verkaufsflächengröße des Projekts
 - Anzahl der Geschäfte (bei Centern)
 - Größenstrukturen / Magnetbetriebe (soweit bekannt)
 - Geplanter Branchenbesatz (VK-Größen nach Sortimenten)
 - Vorgaben sind (zunächst) die geplanten B-Plan-Festsetzungen bzw. Vereinbarungen in ergänzenden städtebaulichen oder raumordnerischen Verträgen
- Wie detailliert müssen die Angaben zum Branchenbesatz bzw. zur Sortimentsstruktur sein?
 - Aufgliederung nach
 - Kern- / Randsortimente
 - Hauptwarengruppen / Warengruppen
- Wenn keine detaillierte Projektplanung vorliegt, muß der Gutachter Annahmen auf Basis von Vergleichsobjekten treffen.
- Ist das Baurecht „betreiberblind“ und muß deswegen ausgeblendet werden, ob es sich bei dem geplanten LM-Discounter um einen Aldi oder um einen Norma handelt?

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



Achtung
Stellschrauben

/ Da das Baurecht „betreiberblind“ ist, besteht für einen Gutachter grundsätzlich die Möglichkeit bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes und der Bestimmung der Umsatzerwartung vom leistungsfähigsten Betreiber der jeweiligen Branche auszugehen und dies mit dem „Worst Case“ zu begründen. Damit werden aber bei der Ansiedlung eines weniger leistungsfähigen Betreibers (z. B. Norma statt Aldi) die möglichen Auswirkungen z. T. deutlich überschätzt und so ggf. eine eigentlich verträgliche bzw. sogar städtebaulich und raumordnerisch zielführende Entwicklung verhindert.



Empfehlung

/ Ist die Betreiberfrage offen – d. h. ist es unklar, ob z. B. ein Lebensmittelmarkt später von Aldi oder Norma betrieben werden wird – wäre bei der Analyse von einem in etwa durchschnittlich leistungsfähigen Anbieter auszugehen. Auf Grundlage der diesbezüglichen Ergebnisse sollte durch den Gutachter dann eine Einschätzung vorgenommen werden, welche Auswirkungen bei einem deutlich weniger bzw. bei einem deutlich leistungsfähigeren Betreiber zu erwarten sein werden.



Vgl. Seite 103

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Der erforderliche Detaillierungsgrad von Wettbewerbsdaten



(3) Gemeinde XY E-Center Rottorfer Straße 2
Verbrauchermarkt, ca. 2.700 m² VK – davon ca. 210 m²
VK Drogeriewaren, 8 Kassen, ca. 190 PKW-Parkplätze mit



● Untersuchungsstandort
● Wettbewerber (Nummerierung siehe Text)
□ Stadtteile von [redacted]
Kartengrundlage: opentopomap.org
1:47.500



(4) Gemeinde XY



(5) Gemeinde XY



Karte 23: Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Hilden



Quelle: BBE UNTERNEHMENSBERATUNG GmbH: Einzelhandels- und Nahversorgungs-konzept für die Stadt Hilden. Köln, 2005; ecostra-Darstellung

Ab Höhe des Marktplatzes beginnt in Richtung Osten die Haupteinkaufslage. Der Einzelhandel zeigt hier eine Mischung aus größeren Filialbetrieben, welche meist räumlich konzentriert auftreten und auch relativ viele inhabergeführte Fachgeschäfte. Es gibt ein durchaus attraktives Einzelhandelsangebot im Bereich Mode mit Anbietern, wie z.B. P&C, C&A, Deichmann, Cecil, H&M, New Yorker, Gerry Weber, Triumph, Intersport oder Vero Moda. Hinzukommen weitere attraktive Fachgeschäfte und Boutiquen, wie z.B. das Modefachgeschäft Holzhausen, die Boutique Stilraum oder MS Mode. Die Angebote im Textilbereich bewegen sich insgesamt im niedrigen bis mittleren Preissegment. Neben dem Kernsegment Mode fällt das umfangreiche Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich (u.a. zwei Rewe-Supermärkte, Penny, dm, Rossmann, Thalia, verschiedene Bäcker und Metzger) in der Mittelstraße auf.

- Wettbewerbsdaten stehen in Abhängigkeit von Branche, Betriebstyp und räumlicher Ausstrahlung, z.B.
 - im LEH möglichst Einzelanlistung mit detaillierter Beschreibung jedes Wettbewerbers
 - bei weiträumig ausstrahlenden Shoppingcenter ist eine Aggregation der Wettbewerber auf Ebene von Geschäftslagen (ggf. Innenstadt, Haupteinkaufslagen) möglich.

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Der erforderliche Detaillierungsgrad von Wettbewerbsdaten



Achtung
Stellschrauben

- / Besonderen Spielraum zur Beeinflussung des Untersuchungsergebnisses bieten Projekte im Planungsstadium und Angaben zu deren Markteintritt. Dasselbe gilt auch für Betriebe, mit deren Marktaustritt in Auswirkungsanalysen gerechnet wird. Häufig beinhalten solche Angaben einen hohen Spekulationsgrad. Aus diesem Grunde sollten nur Projekte in die Marktanalyse einbezogen werden, welche sich im Baustadium befinden. Über andere Veränderungen sollte nur ergänzend berichtet werden.



Empfehlung

- / Parameter wie Flächenproduktivität und ggf. Modifikationsfaktoren sind realistisch und nachvollziehbar anzusetzen.
- / Agglomerationseffekte (durch benachbarte Geschäfte oder andere Frequenzbringer) sind bei der Umsatzschätzung zu berücksichtigen.
- / Der Internet-Handel ist als Wettbewerber zu berücksichtigen¹, gegebenenfalls auch andere, nicht stationäre Vertriebswege.



Vgl. Seiten 126, 129

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



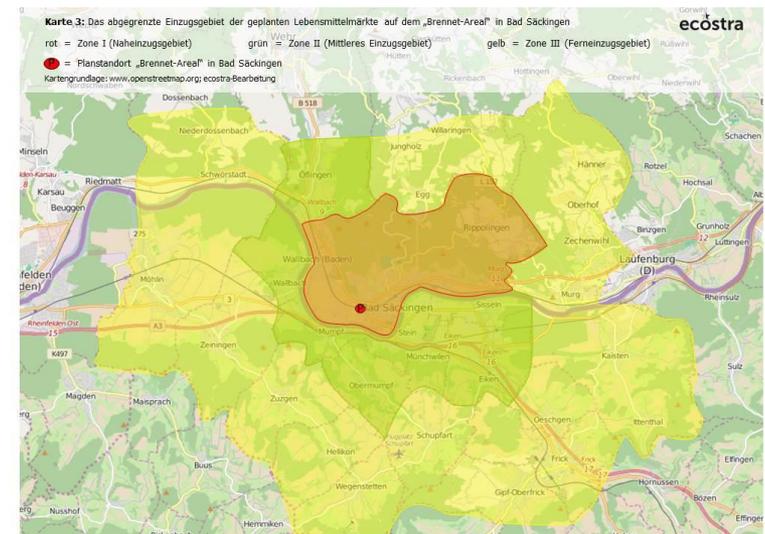
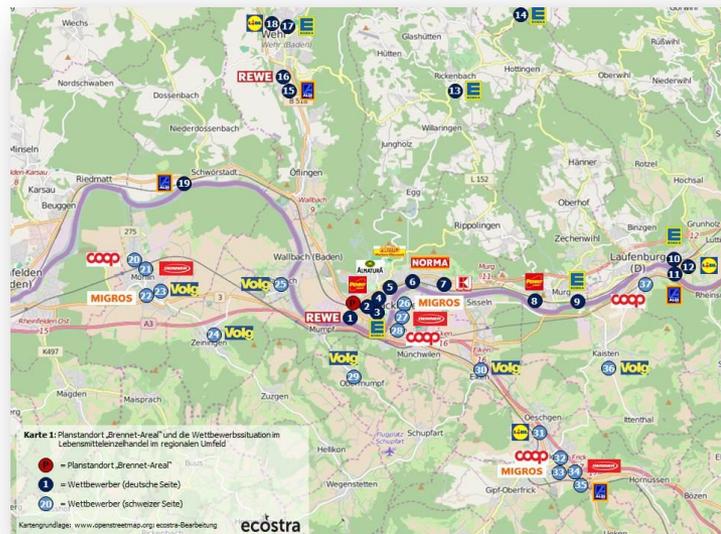
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Abgrenzung und Darstellung des Einzugsgebiete in einer Auswirkungsanalyse

Wie werden Einzugsgebiete in einer Auswirkungsanalyse abgegrenzt und zониert?

- Genauso wie in einer Standortanalyse oder Machbarkeitsstudie unter Einbezug
 - Qualität des Planstandortes
 - Betriebstyp und Flächengröße des Planobjektes
 - Leistungsfähigkeit des Betreibers
 - Wettbewerbssituation
 - Verkehrliche Infrastruktur
 - Topographische und naturräumliche Grenzen
 - Administrative Grenzen



1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Gibt es „Potenzialreserven“ und „offene Ansiedlungspotenziale“?



- *„Auf der Basis der Kaufkraftkennziffern und unter Berücksichtigung eines prognostizierten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgabebetrages von 2.100,-- Euro p.a. sowie einer 15%igen Potentialreserve errechnet sich für das vorstehend skizzierte Einzugsgebiet ein ladeneinzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in Höhe von rd. 3,15 Mrd. Euro p.a.“*

Quelle: Studie eines bekannten Instituts

- *„Generell ergeben sich offene Ansiedlungspotenziale an einem Standort, wenn das zu Verfügung stehende Marktpotenzial aus dem Nahmarktgebiet (in der Regel das gemeindliche Marktpotenzial bei Mittelzentren) und das bindungsfähige Umsatzpotential (Nahmarktgebiet + weiteres Einzugsgebiet = Fernmarktgebiet) nicht vollständig durch Angebotsflächen (über)gedeckt ist. Mit unter ergeben sich auch durch rechnerisch unterdurchschnittliche Raumleistungen in manchen Branchen letztendlich zusätzliche Flächen. Es handelt sich bei diesen Betrachtungen immer um theoretische Angaben, nur in wenigen Fällen liegen Echtzahlen zu den Umsätzen der Betriebe in einer Kommune vor.“*

Quelle: Auswirkungsanalyse eines anderen bekannten Instituts zur Ansiedlung eines Verbrauchermarktes

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Wie wird der Umsatz eines Planobjektes realitätsnah ermittelt?



- So vielleicht...

Tabelle 3: Veränderungen bei chenspezifische Verkaufsflächen und Vorhabensumstände in Varianten

Anbieter / Warengruppe	Untersuchungsrelevante Verkaufsfläche (km²)	Händler Case Study		Multiplikatoren für Umsatz	
		Handelsproduktivität (Euro/m²)	Umsatz (Mio. Euro)	Flächenproduktivität (Euro/m²)	Umsatz (Mio. Euro)
Verbrauchermarkt*	2.400	4.300	10,3	3.670	8,8
Discount*	730	5.500*	4,0	5.470*	4,0
Getränkemarkt	399	3.000	1,2	2.500	1,0
Randsortimentsangebote	74	4.500	0,3	4.000	0,3
Nahrungsmittel und Genussmittel	3.800	10.440	15,5	10.390	14,1
Drogeriemarkt	540	5.000	2,7	3.750	2,0
Apothek	45	4.800	0,2	4.800	0,2
Randsortimentsangebote	175	4.500	0,8	3.750	0,7
Gesundheit und Körperpflege	710	10.490	3,7	10.390	2,9
Bekleidung / Wäsche	400	3.200	2,2	3.100	2,2
Schuhe / Lederwaren	300	2.100	0,9	2.000	0,9

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis verschiedener Kennwerte
 * EHI Retail Institute, Handel Aktuell 2009/2010, Köln, Oktober 2009; S. 184 # 8. 300)

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Wie wird der Umsatz eines Planobjektes realitätsnah ermittelt?



- ...oder doch so?

Tabelle 5: Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung des in [REDACTED] geplanten Supermarktes mit insgesamt ca. 1.500 m² VK

	Nahrungs- & Genussmittel			Non-Food			Insgesamt		
	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Ab-schöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Ab-schöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Ab-schöpfung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	9,1	25	2,3	2,9	14	0,4	12,0	22 – 23	2,7
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	10,5	19	2,0	3,3	9	0,3	13,8	17	2,3
Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)	19,6	22	4,3	6,2	12 – 13	0,7	25,8	19 – 20	5,0
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	14,5	11	1,6	4,6	6 - 7	0,3	19,1	10	1,9
Zonen I – III (Einzugsgebiet insge- samt)	34,1	17	5,9	10,8	9 – 10	1,0	44,9	15 – 16	6,9
Streuumsätze	--	--	0,3	--	--	n.n.	--	--	0,4
Umsatzerwartung insgesamt	--	--	6,2	--	--	1,1	--	--	7,3

KK= Kaufkraft
n.n.= nicht nachweisbar / unterhalb einer rechnerischen Nachweisschwelle
Quelle: ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



Achtung
Stellschrauben

Die Umsätze eines Planobjektes lassen sich allein durch die Multiplikation der Verkaufsflächengröße mit einer branchen- und betriebstypenbezogenen durchschnittlichen Flächenproduktivität nicht seriös ermitteln, da die Umsatzgröße durch diverse weitere Faktoren wesentlich beeinflusst wird (z. B. Wettbewerbssituation, Kaufkraftpotenziale, Standorteigenschaften, spezifisches Konzept und Leistungsfähigkeit des Betreibers).



Empfehlung

Die Umsatzgröße eines Planobjektes, welche durch die Multiplikation der Verkaufsflächengröße mit Benchmarks zur Flächenproduktivität ermittelt wurde, kann als Vergleichswert herangezogen werden, mit dem aufgezeigt wird, wie stark der auf Grundlage anderer methodischer Ansätze (siehe hierzu Kap. 3.5.2-3.5.4) ermittelte Umsatz eines Planobjekts von einer solchen Durchschnittsgröße abweicht, wobei dann diese mehr oder weniger starke Abweichung vom Gutachter begründet werden muss.



Vgl. Seite 143

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



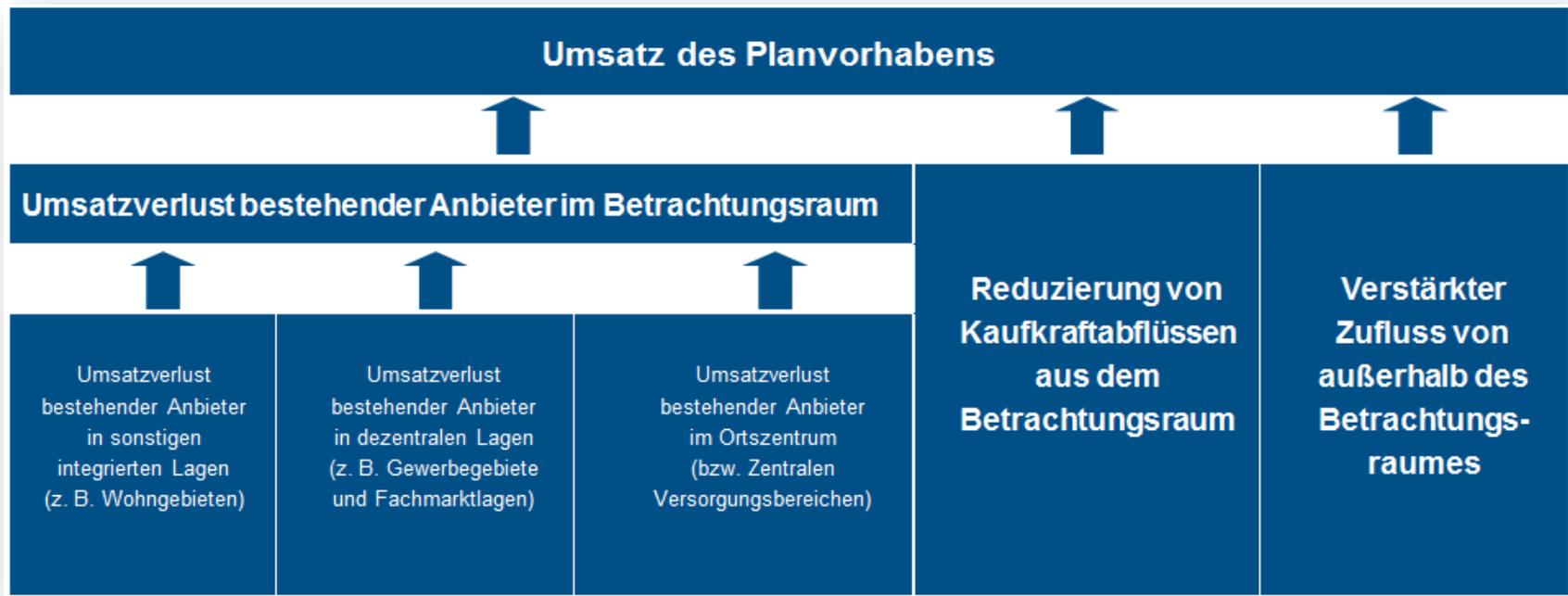
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Analyse der Veränderung von Kaufkraftströmen



- Wie verändern sich Kaufkraftströme im Raum durch die Ansiedlung oder Flächenerweiterung eines Einzelhandelsprojektes?
 - Mit wem macht ein solches Projekt seinen Umsatz?
 - Wo war dieser Umsatz vorher gebunden (d.h. bei welchen bestehenden Einzelhändlern fehlt dieser Umsatz zukünftig in der Kasse)?



Quelle: BBE

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Der „worst case“ – oder wie jedes (!!) Einzelhandelsprojekt unverträglich gerechnet werden kann



Beispiel: Auswirkungsanalyse für einen Lebensmittel-Discounter

- Abgrenzung des Einzugsgebietes
 - Räumliche Ausdehnung wird reduziert (\neq Realität)
- Anteile der Kunden- bzw. Umsatzherkunft nach Zonen des Einzugsgebietes
 - Überzeichnung der Umsatzanteile aus dem Nahbereich (\neq Realität)
- Höhe der Flächenproduktivität (Umsatz / m^2 VK)
 - Überhöhung der möglichen Flächenleistung (\neq Realität)
- Höhe der Flächenproduktivität des bestehenden relevanten Einzelhandels
 - Abschwächung der möglichen Flächenleistung (\neq Realität)
- Umverteilungswirkungen werden auf zentrale Versorgungsbereiche konzentriert
 - Überzeichnung der Umsatzumverteilungswirkungen (\neq Realität)
- *Damit können die möglichen Umsatzumverteilungswirkungen exponential erhöht werden!*



1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Das Killerargument des „worst-case“-Ansatzes



Die Rechtsprechung hat es offensichtlich für erforderlich gehalten, den „worst-case“ um das Adjektiv „realitätsnah“ zu ergänzen:

- Die Verwendung eines „worst-case“-Ansatzes ist nur dann erforderlich, wenn nachvollziehbar dargelegt werden kann, dass nur (!) eine solche Betrachtung im konkreten Einzelfall methodisch einwandfrei ist. Somit sollte ein „worst-case“ nur dann betrachtet werden, wenn andere methodische Ansätze für die Sachverhaltsermittlung offensichtlich unzureichend oder ungeeignet sind.
vgl. hierzu OVG Koblenz, Urteil vom 15.11.2010 – 1 C 10320/09.OVG – juris Rd-Nr. 81ff
- In der Untersuchung der Auswirkungen ist von einem realitätsnahen Maßstab auszugehen, *„der nicht nach theoretischen Möglichkeiten fragt, sondern die konkreten Gegebenheiten im Plangebiet zugrunde legt und auf dieser Grundlage die realistischerweise zu erwartenden Entwicklungen in den Blick nimmt.“*
BVerwG, Urteil vom 27.03.2013, 4 CN 6.11

...aber in vielen Auswirkungenanalysen spielt das Adjektiv „realitätsnah“ keine Rolle.

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungenanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

„Vorschädigung“ durch Covid-19?



Die Auswirkungen der Corona-Pandemie stellen die größte Herausforderung der letzten Jahre für den stationären Handel dar. Kann man da noch über Neuansiedlungen nachdenken?

- Geschäftslagen sind je nach Stadtgröße, Lage im Raum und touristischer Funktion unterschiedlich stark betroffen.
- Vertriebsformen zeigen eine unterschiedliche Betroffenheit, wobei Shoppingcenter zu den Verlierern und das Online-Shopping klar zu den Gewinnern gehört.
- Branchen zeigen eine unterschiedliche Betroffenheit, wobei v.a. Mode & Schuhe zu den Verlierern und Lebensmittel, Sportgeräte (Fahrräder) und DIY-Waren zu den Gewinnern zählen.
- Flächenmietpreise sind unter Druck, fast überall wird nachverhandelt.
- Diverse Filialketten verabschieden sich vom Markt. Andere bereinigen ihre Standortnetze. D.h. nach Corona stößt ein vergrößertes Flächenangebot auf eine geringe Flächennachfrage.
- Covid-19 führt zu einer starken Beschleunigung des Strukturwandels im Handel.
- Sparquote der Verbraucher hat sich fast verdoppelt, d.h. Kaufkraft ist weiterhin da!
- Ein Teil der in's Internet abgewanderten Kaufkraft wird wieder in den stationären Handel zurückfließen, ein nicht geringer Teil aber bei den Internet-Shops dauerhaft verbleiben.
- In der Folge von Covid-19 wird es in den ZVBs voraussichtlich weniger Einzelhandelsbetriebe geben, als noch vor oder während der Pandemie für eine Auswirkungsanalyse erfasst wurden.

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

„Vorschädigung“ durch Covid-19?



Was bedeutet dies für Auswirkungsanalysen?

- Eine betroffene Geschäftslage, deren Besatz durch die Pandemie ausgedünnt ist, muss nicht notwendigerweise sehr viel weniger Umsatz machen, als vor der Pandemie, denn
 - der Marktaustritt von Wettbewerbers eröffnet automatisch auch immer neue Marktchancen für den verbliebenen Bestand.
 - Beispiel: Scheidet ein Betrieb aufgrund eines Umsatzrückganges von 20 % aus dem Markt aus, wovon 5 % auf das Planobjekt und 15 % auf die Corona-Auswirkungen zurückzuführen sind und die 15 % dauerhaft im Internet verbleiben, dann stehen für den verbliebenen Wettbewerb potenziell 80 % des bisherigen Umsatzes des betroffenen Betriebes zur Verfügung.
 - die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Verbraucher ist in wesentlichen Teilen nach wie vor da.
 - Der Markteintritt der meisten größer dimensionierten Einzelhandelsplanungen erfolgt selten innerhalb von ca. 6 Monaten, sondern selbst bei einem „schlanken“ Genehmigungsverfahren erst in 2 – 3 Jahren. Bis dahin sollte sich der Einzelhandelsmarkt – wenn auch ggf. auf anderem Niveau – wieder weitgehend stabilisiert haben.
- Nicht zuletzt: wir werden auch nach Corona weiterhin marktwirtschaftlich organisiert sein, d.h.: Wettbewerb ist auch weiterhin zulässig!

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Gehört zur Transparenz in Einzelhandelsgutachten auch die Öffentlichkeit?



- Copyright-Vorbehalte in Einzelhandelskonzepten und Auswirkungsanalysen

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Der Bericht und sämtliche darin enthaltenen Inhalte sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die Unterlage.

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt. Die Weitergabe, Vervielfältigung oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des Auftraggebers ist erlaubt.

Diese Untersuchung fällt unter §2 Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Auftraggeber. Die Weitergabe, Vervielfältigungen, Veröffentlichungen sind nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Auftraggebers gestattet.

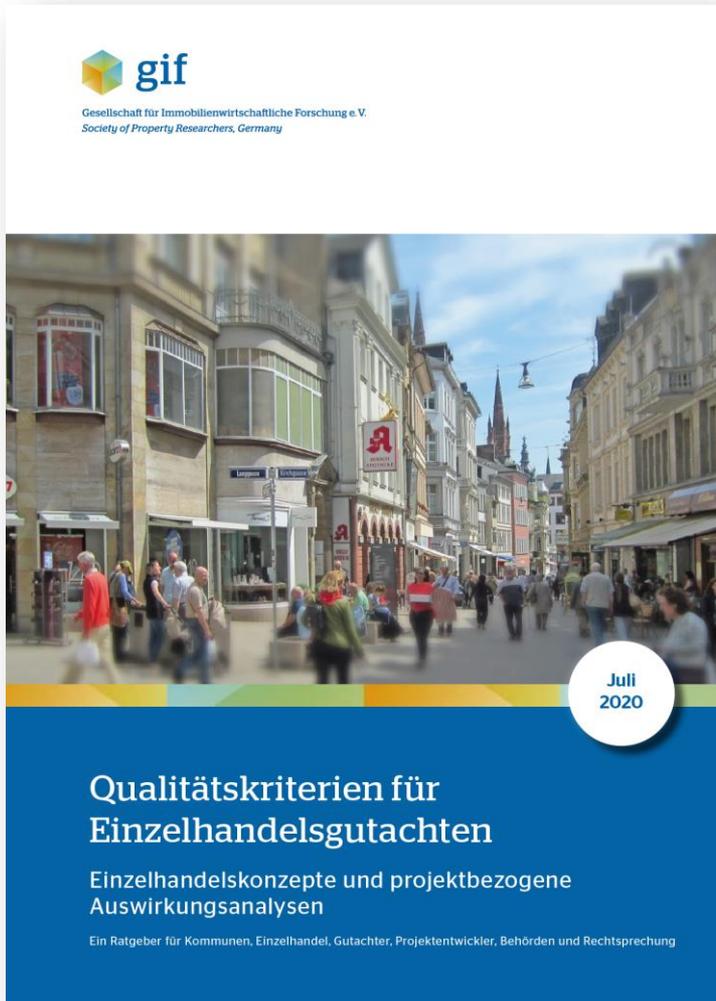
Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der Auftraggeber.

Es wurden ggf. Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Wer diese Unterlage - ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die Auftraggeber von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die Auftraggeber.

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen

Weitere Fragen?



- Mit der neuen gif-Richtlinie steht nun eine detaillierte Informationsgrundlage zur Verfügung.

Bestellung über

<https://www.gif-ev.de/onlineshop/detail/518>

► für gif-Mitglieder: 41,73 €

► für alle anderen: 95,23 €

- Unabhängig davon stehen wir für Rückfragen immer gerne zur Verfügung:

Tel: 0611 – 716 95 74 0

1. Gutachter und der Prozess der Gutachtenerstellung
2. Methodischer Aufbau von Auswirkungsanalysen und erforderliche Datengrundlagen
3. Einzugsgebiet, Kaufkraft und Umsatzerwartung
4. Veränderung der Kaufkraftströme und Ermittlung der Auswirkungen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.