

Ergebnis-Zusammenfassung

Gutachterliche Kurzstellungnahme zur geplanten Erweiterung des
prospektiven Netto-Lebensmittel-Markendiscounters
in der Petkumer Straße, Emden

Erarbeitet im Auftrag der aurelis Real Estate GmbH & Co. KG, Region Nord – Büro Hamburg¹

Mit der gutachterlichen Kurzstellungnahme sollte zu der Frage, ob durch die vorgesehene Verkaufsflächenerweiterung des geplanten Netto-Lebensmittel-Markendiscounters in der Petkumer Straße um **150 qm** eine Gefährdung der Emdener Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich im periodischen Bedarfsbereich zu erwarten steht, Stellung genommen werden.

Im Ergebnis der Recherchen bleibt festzustellen, dass dieses Vorhaben nach gutachterlicher Einschätzung als **unbedenklich** einzustufen ist.

Hiefür sprechen insbesondere folgende Gesichtspunkte:

- Im Gegensatz zu den so genannten ‚Hard-Discountern‘ ist die Angebots- und Sortimentsstruktur von Netto an die Standards von Lebensmittel-Vollsortimentern und Supermärkten angelehnt (hohe Artikelanzahl, Frische- und Markenbetonung, niedriger Anteil von Non-Food-Sortimenten) und insofern eindeutig nahversorgungsorientiert. Die Erweiterungsfläche soll zum Ausbau des Frischesortimentes genutzt werden und dient damit der Stabilisierung und **Stärkung** der **Nahversorgungsfunktion** des Marktes.
- Die **Flächenproduktivität** von Netto (rd. 4.100 €/qm VKF) liegt z.T. deutlich **unter** den Raumleistungen typgleicher **Wettbewerber** (Penny rd. 4.600 €, Aldi-Nord rd. 5.500 €, Lidl rd. 5.900 €).
- Der Projekt-Standort ist **städtebaulich integriert**. Die Verkaufsflächenerweiterung bietet die Chance, die gleichwohl vorhandenen leichten ‚Standort-Handicaps‘ (Situierung in „2. Reihe“, einzelhändlerische Solitär-lage) zu kompensieren.
- Der Netto-Markt ist in eine **rege Wettbewerbslandschaft** eingebunden, wobei der innerstädtische Haupteinkaufsbereich und die Strukturen in Borssum die maßgeblichen Wettbewerbsstandorte darstellen. Die Wettbewerber von Netto

¹ Der ausführliche Untersuchungsbericht liegt dem Fachdienst Bauaufsicht der Stadt Emden vor.

agieren dort jeweils im Verbund mit weiteren Anbietern/Angeboten und können insofern auf besondere Agglomerations- und Synergieeffekte reflektieren.

Die Erweiterung der Verkaufsfläche bietet von daher die Möglichkeit, die gegebenen Wettbewerbsnachteile etwas zu kompensieren. Sie dient damit zum einen der Stabilisierung der Position des zukünftigen Nahversorgers Netto und zum anderen durchaus auch der Verbesserung der Versorgungssituation in diesem städtischen Teilraum.

- Hinsichtlich des zukünftigen Einzugsgebietes ist von einer **nahversorgungsorientierten Ausstrahlung** auszugehen, d.h. der Netto-Markt wird in erster Linie Versorgungsbedeutung für die im unmittelbaren, näheren und etwas weiteren Umfeld lebende Wohnbevölkerung haben.

Es steht nicht zu erwarten, dass das Einzugsgebiet durch die Erweiterung der Verkaufsfläche ausgedehnt wird.

- Das rechnerische **Umsatz-Plus** des Netto-Marktes dürfte sich durch die Verkaufsfächenerweiterung auf rd. 0,6 Mio. € p.a. oder etwa 16% belaufen.
Hinsichtlich der notwendigen Kaufkraftabschöpfungsquote im zurechenbaren Einzugsgebiet errechnet sich dadurch ein moderates Plus von lediglich rd. 1,3 Prozentpunkten.
- Für den um 150 qm VKF erweiterten Netto-Markt ist von einem perspektivischen **Brutto-Zielumsatz** von rd. 4,3 Mio. € p.a. (nach der Anlaufphase) auszugehen.

Im Fall der Etablierung eines flächenkleineren **Hard-Discounters** dürften die entsprechenden **Zielumsätze** – und damit auch die **Umsatz-Umverteilungen** – im Übrigen **deutlich höher** ausfallen:

für einen rd. 900 qm VKF großen Discounter vom Typ Aldi-Nord dürfte der Zielumsatz bei etwa 4,95 Mio. € p.a. liegen (Mehr-Umsatz 650.000 € oder 15%);
für eine 900 qm VKF großen Lidl-Markt wäre von einem Zielumsatz in der Größenordnung von rd. 5,3 Mio. € p.a. auszugehen (Plus 1 Mio. € oder 23%).

Hamburg, im Oktober 2011

Wolfgang Naber
Researcher & Consultant