

ANLAGE 1 zu TOP 4.0 vom 20.1.2009

FREIE DEMOKRATISCHE PARTEI

RATSFRAKTION MEERBUSCH

FDP

Die Liberalen

FDP Meerbusch Ratfraktion Meerbuscher Str. 47 · 40670 Meerbusch

Geschäftsstelle:

An den Vorsitzenden des Ausschusses für
Planung, Wirtschaftsförderung & Liegenschaften
der Stadt Meerbusch
Herrn Leo Jürgens
Rathaus
40667 Meerbusch

Meerbuscher Str. 47
40670 Meerbusch (Osterath)
Tel. 0 21 59/47 09 0
Fax 0 21 59/81 52 05
E-Mail:
fdp-meerbusch@t-online.de
Internet:
www.fdp-meerbusch.de

per Fax: 02150/916-321/320

22.09.08

Anfrage zu den Berechnungen im Einzelhandelsgutachten der GfK vom Juli 2007 zur Ansiedlung des Frischemarktes auf dem Ostara- Gelände in Meerbusch-Osterath.

Sehr geehrter Herr Jürgens,

In Tabelle 2 (Seite 41) des oben genannten Gutachtens wird für den Laden- Einzelhandels-relevanten Pro-Kopf-Ausgabebetrag 2296 € für Nahrungs- und Genussmittel angesetzt, in Tabelle 5 auf Seite 49 nur 2078 €. Dies hat erhebliche Auswirkungen auf einige darauf basierende Ergebnisse und Schlussfolgerungen. Wir bitten um Aufklärung dieser Diskrepanz.

Begründung:

Im Gutachten wird auf Seite 42 ausgeführt, dass der Einzelhandelszentralitätsindex in Meerbusch beim periodischen Bedarfsbereich (= Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege) bei 52,8% liegt, und daraus im Umkehrschluss gefolgert, dass fast die Hälfte des periodischen Bedarfs außerhalb der Stadtgrenze erworben wird/werden muss.

Diese Aussage beruht auf folgenden Informationen (vgl. Tabelle 2, Seite 41):

Spalte	1	2	3	4
Warengruppe	Laden- Einzelhandels- relevante Pro-Kopf-Ausgabebeträge in €	Nachfragevolumen 2006 in Mio € ¹	Einzelhandelsumsatz 2006 in Mio € ²	Einzelhandels-zentralitätsindex ³
Nahrungs- und Genussmittel	2296	127,2	70,3	56,3
Gesundheit und Körperpflege	603	33,4	14,5	43,4
Gesamt Periodischer Bedarf	2898	160,6	84,8	52,8

1= Die Ergebnisse in Spalte 2 (gerundet) ergeben sich aus Multiplikation der Werte in Spalte 1 mit 55412, der Einwohnerzahl Meerbusch mit Stand 1.1.2006 (vgl. Tabelle 1 des Gutachtens).

2= Die Ergebnisse aus Spalte 3 beruhen offenbar auf Erhebungen der GfK vor Ort.

3= Die Ergebnis aus Spalte 4 ergeben sich durch Division der Werte aus Spalte 3 durch die aus Spalte 2.

Die Angaben in Spalte 1 entstammen (vgl. Tabelle 2, Legende) aus der GfK Marktforschung 2007 sowie GfK- eigenen Berechnungen; Details werden nicht genannt, sind jedoch essentiell, wie im folgenden dargelegt wird.

Für **Osterath** ergibt sich bei rund 12836 Einwohnern, einer jährlichen pro-Kopf-Ausgabe von 2898 € und einem Einzelhandelsumsatz von 28.1 Mio € ein Einzelhandelszentralitätsindex von 75.5 für den gesamten periodischen Bedarf, wie der Tabelle 3 (Seite 42) des Gutachtens zu entnehmen ist.

In Tabelle 5 des Gutachtens werden demgegenüber die in Spalte 1 der in der nachfolgenden Tabelle genannten Pro-Kopf-Ausgabebeträge angesetzt, die deutlich niedriger sind als die oben genannten.

Spalte	1	2	3	4
Warengruppe	Laden- Einzelhandels- relevante Pro-Kopf-Ausgabebeträge in € ¹	Nachfragevolumen 2006 in Mio € in Osterath ²	Einzelhandelsumsatz 2006 in Mio € in Osterath ³	Einzelhandelszentralitätsindex für Osterath
Nahrungs- und Genussmittel	2078	28.7	23.7	88.8
Gesundheit und Körperpflege	640	6.9	4.4	63.8
Gesamt Periodischer Bedarf	2818	33.6	28.1	83.6

1= aus Tabelle 5 des Gutachtens

2= Spalte 1 * 12836 Einwohner in Osterath

3= siehe Tabelle aus Abschnitt 4.2.1 des Gutachtens

Danach ergibt sich für Osterath ein Einzelhandelszentralitätsindex von 83.6 für den gesamten periodischen Bedarf, und sogar von 88.8 für den Bereich der Nahrungs- und Genussmittel von 88.8 !

Dabei ist die Zahl 2078 € zentral: sie bedeutet einen Ausgabebetrag von 173.20 € pro Kopf und Monat für Nahrungs- und Genussmittel, und ist insofern interessant, als in der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 2003 des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik des Landes NRW bei der Analyse der Konsumausgaben privater Haushalte für Nahrungs- und Genussmittel 175 € pro Kopf und Monat eruiert wurden (Quelle siehe unten). Dieser Betrag gilt für Erwachsene; für Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren ergab sich ein Betrag von 100 € pro Monat. Wenn man berücksichtigt, dass ca. 1/5 der Einwohner Meerbuschs <19 Jahre alt sind, geht der Einzelhandelszentralitätsindex für Nahrungs- und Genussmittel noch ein Stück höher.

Das bedeutet, dass für **Osterath fast eine Vollversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln** gegeben und somit der Frische-Markt für Osterath nicht erforderlich ist. Es ist unumstritten, dass sich in den anderen Stadtteilen die Situation nicht so positiv darstellt, selbst wenn man auf der Basis von 2078 € rechnet: wenn uns also die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung am Herzen liegt, so sind entsprechende Entwicklungen in den anderen Stadtteilen anzustoßen.

Die Berechnungen für die anderen Ortsteile und für Gesamt- Meerbusch sind von dem unterschiedlichen Ansatz für die Pro-Kopf-Ausgabebeträge natürlich genauso betroffen (z.B. steigt der Einzelhandelszentralitätsindex für Nahrungs- und Genussmittel für Gesamt- Meerbusch von 55.3 auf 61.1).

G. Wellhausen

Gesine Wellhausen
(Fraktionsvorsitzende)



GfK GeoMarketing GmbH • Hans-Henny-Jahnn-Weg 53 • D-22085 Hamburg

Per E-mail (KkCarat@aol.com)

Herrn Bernd-Martin Koch

c/o **Carat GmbH + Co. KG**

Kirchhellener Straße 269

46145 Oberhausen

Datum

16. Dezember 2008

Stellungnahme GfK GeoMarketing zur Anfrage der FDP-Meerbusch zu den Berechnungen im Einzelhandelsgutachten zur Ansiedlung des Frischemarktes auf dem Ostara-Gelände in Meerbusch-Osterath

Sehr geehrter Herr Koch,

wie freuen uns, Ihnen heute unsere Stellungnahme zu der Anfrage zu den Berechnungen der GfK GeoMarketing von der FDP-Meerbusch vom 22.09.08 zu übersenden.

Diese Stellungnahme können Sie selbstverständlich gerne der Stadt MEERBUSCH, dem Ausschuss für Planung, Wirtschaftsförderung & Liegenschaften der Stadt MEERBUSCH, der FDP und anderen interessierten Parteien weiterreichen bzw. in der öffentlichen Diskussion zitieren.

Insofern erlauben wir uns, Ihnen nachfolgend einige u.E. nach wichtige Anmerkungen bzw. Argumentationen zu skizzieren.

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de
info@gfk-geomarketing.com

Geschäftssitz Bruchsal:
Werner-von-Siemens-Str. 9
Gebäude 6508
D-76646 Bruchsal
Tel + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 100
Fax + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

Standort Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
D-22085 Hamburg
Tel + 49 (0) 40 / 227 112 - 0
Fax + 49 (0) 40 / 227 728 2

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
D-90319 Nürnberg
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:
Olaf Petersen
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Ausgangslage

Die GfK GeoMarketing hat im Auftrag des Projektentwicklers Carat in 2007 eine Wirkungsanalyse zu dem vom Auftraggeber in MEERBUSCH projektierten Einzelhandelsbaustein im Gesamtvorhaben erarbeitet.

Zu dieser hat die FDP-Meerbusch mit Schreiben vom 22.09.08 verschiedene Anmerkungen und Fragen formuliert, auf die mit diesem Schreiben geantwortet werden soll.

Ausgangspunkt ist dabei ein (*angeblich A.d.G.*) unterschiedlicher Pro-Kopf-Ausgabebetrag für Nahrungs- und Genussmittel im Gutachten der GfK GeoMarketing sowie die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Zentralität von Meerbusch bzw. Osterath.

Stellungnahme der GfK GeoMarketing zur der Anfrage der FDP-Meerbusch zu den "Berechnungen im Einzelhandelsgutachten der GfK vom Juli 2007 zur Ansiedlung des Frischemarktes auf dem Ostara-Gelände in Meerbusch-Osterath" vom 22.09.08

Vor dem Hintergrund der aufgeführten Ausgangslage erscheint es zunächst wichtig, den Begriff Zentralität noch einmal genauer zu definieren:

- Mit der **Einzelhandelszentralität** wird das Verhältnis des *am Ort* generierten Einzelhandelsumsatzes in Bezug zu der *am Ort* bestehenden Einzelhandelsnachfrage ausgedrückt.

Im Kontext der Studie heißt das, es wird das Verhältnis des in MEERBUSCH bzw. Osterath generierten Einzelhandelsumsatzes zu dem in MEERBUSCH bzw. Osterath bestehenden Nachfragevolumen aufgezeigt.

Von daher wird in der Tabelle 2 des Gutachtens ein Ladeneinzelhandelsrelevanter Pro-Kopf-Ausgabebetrag von 6.228 Euro p.a. für MEERBUSCH ausgewiesen.

Dieser errechnet sich aus dem durchschnittlichen Ausgabebetrag (Basis: Bundesrepublik gesamt = 100) von 4.798 Euro pro Einwohner p.a. multipliziert mit dem spezifischen ladeneinzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex von MEERBUSCH von 129,8 (*vgl. Tabelle 1, Seite 10 des GfK GeoMarketing Gutachtens*). Insofern ist der genannt Nachfragebetrag von 6.228 Euro pro Einwohner p.a. (= 4.789 Euro p.a. * 1,298) richtig.

Daraus ergibt sich auch der Ausgabebetrag für die Bereiche Nahrungs- und Genussmittel (= 2.296 Euro pro Einwohner in Meerbusch p.a. = 36,9 %) sowie für Gesundheit- und Körperpflege (= 603 Euro pro Einwohner in Meerbusch p.a. = 9,7 %).

Dabei wurde berücksichtigt, das der Anteil des Einkommens der für Nahrungs- und Genussmittel ausgegeben wird mit steigendem Einkommen abnimmt und sich in Richtung längerfristiger Waren und Luxusartikel verschiebt.¹

Insofern sind die **Angaben in Tabelle 2** des Gutachtens **richtig**.

¹ Zum Vergleich: der entsprechende durchschnittliche Anteil für Nahrungs- und Genussmittel liegt bei 39,1 % (bei Index 100) und für Gesundheit und Körperpflege bei 9,4 % (bei Index 100).



Diese werden in der Anfrage der FDP-Meerbusch nun den Ergebnissen der Tabelle 5 des Gutachtens gegenüber gestellt.

Die Tabelle 5 stellt aber eine Betrachtung der Nachfrageplattform im Einzugsgebiet des prospektiven Markets dar, das wesentlich über MEERBUSCH hinaus reicht.

Insofern besteht in diesem auch eine andere Einkommensstruktur, die sich in einem anderen Kaufkraftindex (= 115,5) ausdrückt. Dieser ist auf der vorhergehenden Seite in der Tabelle 4 hergeleitet und errechnet sich wiederum aus dem durchschnittlichen Ausgabebetrag (Basis: Bundesrepublik gesamt = 100) von 4.798 Euro pro Einwohner p.a. multipliziert mit dem spezifischen ladeneinzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex im Einzugsgebiet von 115,5 (*vgl. Tabelle 4, Seite 49 des GfK GeoMarketing Gutachtens*).

Insofern sind auch die **Angaben in Tabelle 5** des Gutachtens **richtig**.

Methodisch nicht korrekt ist es hingegen, die Zentralität der Stadt MEERBUSCH bzw. Osteraths mit dem Kaufkraftindex des Einzugsgebietes zu berechnen, da hier unterschiedliche Räume betrachtet werden. Insofern sind auch die **errechneten Zentralitätswerte in der vorliegenden Anfrage methodisch unsauber bzw. falsch berechnet** und die sich daraus ergebenden Schlussfolgerungen nicht zu bewerten.

Nicht nachvollziehen können die Gutachter die Aussage, auf der Grundlage der Verbrauchsstichprobe 2003 des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik des Landes NRW ergebe sich "*für Osterath fast eine Vollversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln*".²

Ausgehend von den genannten Durchschnittswerten für NRW von 2.100 Euro pro Erwachsener und Jahr sowie von 1.200 Euro pro Kind und Jahr ergibt sich folgendes Bild:

Bei 18,3 % Personen unter 18 Jahre sowie 81,7 % darüber, würde sich ein gewichteter Ausgabebetrag von etwa 1.935 Euro pro Einwohner p.a. in NRW ergeben.

² Nur am Rande sei angeführt, dass die Anmerkung des Landesamtes "*Nicht befragt wurden Personen, die in Gemeinschaftsunterkünften leben sowie Bezieher besonders hoher Einkommen*", von denen es in MEERBUSCH wohl einige geben dürfte, ganz offensichtlich 'überlesen' wurde.



Auch hier ist eine Gewichtung der Kaufkraftverhältnisse vorzunehmen, da die spezifische Einkommenssituation in MEERBUSCH ggü. dem Durchschnitt von NRW zu berücksichtigen ist.

Würde dieser Ausgabebetrag mit dem Kaufkraftindex von 129,8 der Stadt MEERBUSCH verrechnet, ergäbe sich ein spezifischer Ausgabebetrag von rd. 2.512 Euro pro Einwohner und Jahr für Nahrungs- und Genussmittel. Dieser läge somit sogar deutlich über dem von GfK GeoMarketing aufgezeigten Ausgabebetrag von 2.296 Euro pro Einwohner p.a.

Die Zentralität von Meerbusch würde in dieser Betrachtung insofern sogar noch geringer ausfallen!

Sehr geehrter Herr Koch,

wir hoffen, mit diesen Ausführungen zur Klärung der Situation beigetragen zu haben und stehen für Rückfragen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

GfK GeoMarketing GmbH

Olaf Petersen
Tel. +49 (0)40 / 227 112-0
Fax +49 (0)40 / 227 72 82
Mail o.petersen@gfk-geomarketing.com

Leif Kraegenau
Tel. +49 (0)40 / 227 112-0
Fax +49 (0)40 / 227 72 82
Mail l.kraegenau@gfk-geomarketing.com