

BBE DUE DILIGENCE

MARKET DUE DILIGENCE

ARGUMENTATIONSLEITFADEN ZU DEN MÖGLICHEN AUSWIRKUNGEN DES GEPLANTEN FOC IN NEUMÜNSTER AUF DIE REGIONALE HANDELSLANDSCHAFT IN DEN MARKTSEGMENTEN BEKLEIDUNG, SCHUHE UND SPORT

BBE Unternehmensberatung GmbH, Köln
Klaus Peter Teipel - Dr. Susanne Eichholz-Klein

BBE Unternehmensberatung GmbH
Agrippinawerft 30
50678 Köln

Phone +49 (0)221 / 93655-01
Fax +49 (0)221 / 93655-101
www.bbeberatung.com



Wir entwickeln Potenziale.

BBE
UNTERNEHMENSBERATUNG



A

Vorwort

B

Der Markt für Bekleidung, Schuhe und Sport in Deutschland

C

**Auswirkungen des FOC auf die Handelslandschaft im
Umfeld von Neumünster**

- Die BBE Unternehmensberatung GmbH, Köln, versteht die **Sicherung und den Ausbau Ihres unternehmerischen Erfolgs** als eine anspruchsvolle Herausforderung und stellt Ihnen auf Basis einer ganzheitlichen strategischen Betrachtung aussagekräftige, **systematische Informationen** zu Ihren Absatzmärkten zur Verfügung.
- Wir bieten Ihnen:
 - Eine **fundierte Bewertung von Markt, Wettbewerb und Unternehmensressourcen**.
Im Rahmen der Market Due Diligence analysieren wir die wesentlichen Steuergrößen des Unternehmenserfolgs.
 - Hilfe zur **Vermeidung von Risiken** und Fehlentscheidungen.
 - Eine **optimale Orientierung** am Markt auf Basis von durchgängigen Vergleichen zwischen unternehmerischer Performance und Marktentwicklungen.
 - Beantwortung Ihrer individuellen Fragestellungen und **Beseitigung von Informationsdefiziten**.
 - **Bewertung strategischer Optionen** im Hinblick auf **Durchsetzbarkeit** und vorhandenen **Umsatz- bzw. Ertragschancen** nach unterschiedlichen Szenarien.
 - Unterstützung bei der Entscheidungsfindung und **Erarbeitung von strategischen Lösungsansätzen**.
- Unser Leistungsangebot im Bereich unserer **vertriebs- und absatzorientierten Beratungsdienstleistungen** definiert sich aus **Bausteinen**, die nicht nur als ganzes sondern auch immer als einzelnes Modul abgefragt werden können.

- Als **Spezialist** für den Bereich **Consumer Goods & Retail** verfügt die BBE über ein umfassendes und tiefgehendes Beratungs-Know-how. **Jährlich** werden allein **mehr als 50 Studien** zu unterschiedlichen Themenfeldern und Branchen von der BBE veröffentlicht. Eine **eigene Research-Abteilung** steht für eine qualifizierte und kontinuierliche Beobachtung und Analyse der einzelnen Konsumgütermärkte. Entscheidend für die Qualität unserer Arbeit sind jedoch **Beratungsmandate bei Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen** (überwiegend Auftraggeber aus dem Finanzsektor & Investorengruppen), in denen unser Wissen praxis- und erfolgsorientiert eingesetzt wird.
- Ziel unserer Market Due Diligence ist es immer, die **vorhandenen Leistungspotenziale** des Unternehmens aus Marktsicht auch mit Blick über den Tellerrand des betroffenen Unternehmens und der Branche konkret zu **identifizieren und zu bewerten** ohne dabei die Kostenseite aus den Augen zu verlieren.
- Wir gleichen dabei die internen marketingrelevanten Bereiche mit den Kundenbedürfnissen und Aktivitäten der Wettbewerber ab und schaffen somit eine fundierte Grundlage zur **Beurteilung der strategischen Ausrichtung** des Zielunternehmens.
- **Marktstellung und Zukunftsentwicklung**: Die BBE-Market Due Diligence beurteilt sowohl aktuelle strategische Aspekte wie die Qualität des Stammgeschäfts, Stellung innerhalb der Branche und Selling Proposition wie auch andererseits die **zukünftigen Entwicklungen** des **Marktes** sowie die sich daraus für das Zielunternehmen ergebenden **Chancen und Risiken**.

- In Neumünster ist die Ansiedlung eines Factory Outlet Centers (FOC) mit einer Verkaufsfläche von 20.000 qm in einer ersten Bauphase geplant. Eventuell kommt eine Erweiterung auf ca. 38.000 qm VKF in einer zweiten Ausbauphase hinzu.
- **Factory Outlet Center** sind Einkaufszentren in verkehrsgünstigen Lagen auf der „Grünen Wiese“, mit ausreichendem Parkraum, in denen Geschäfte angesiedelt sind, die überwiegend nur eine Marke führen. Unter einheitlicher Planung, Finanzierung und Management nutzen Hersteller der Branchen Textilien/ Bekleidung, Schuhe, Lederwaren/ Accessoires, Schmuck, Sportartikel und GPK/Hausrat den gemeinsamen Standort um Produktionsüberhänge, Musterkollektionen und Zweite-Wahl-Artikel mit deutlichen Preisnachlässen zu verkaufen. Durch die Standortagglomeration verschiedener Hersteller (Marken) erhöht sich der Anreiz für die Konsumenten solche FOC zu frequentieren.
- Der geplante Standort liegt im Industrie- und Gewerbegebiet Süd, südlich der Innenstadt von Neumünster und ist mittels B205 an die A7 angebunden. Damit sind lt. vorliegendem Gutachten von Junker + Kruse innerhalb einer Isochrone
 - von 30 Minuten Fahrzeit 540.000 Einwohner in Neumünster, Kiel, Rendsburg, Bad Segeberg, Kaltenkirchen
 - von 60 Minuten Fahrzeit 3,5 Mio. Einwohner einschl. Hamburg, Itzehoe, Lübeck, Eutin und Plön erreichbar und
 - innerhalb einer 90-Minuten Isochrone weitere 1 Mio. Einwohner.

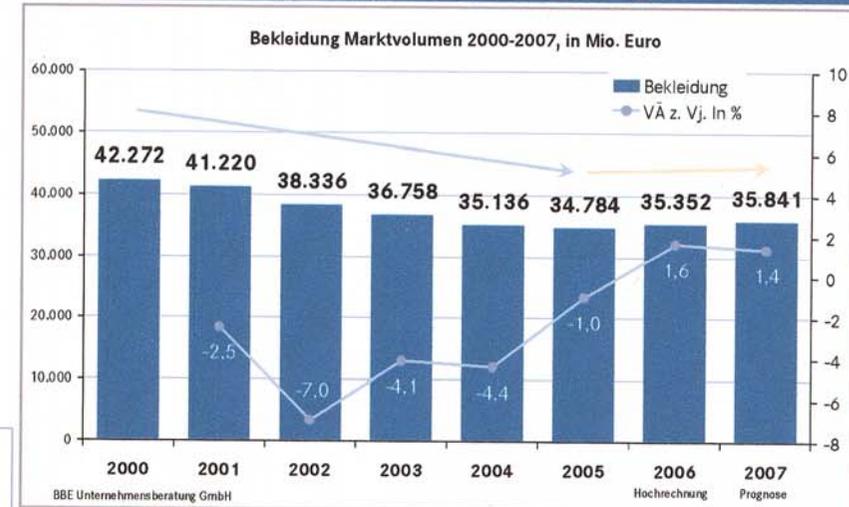
- Eine solches FOC hat angesichts eines **Umsatzpotenzials** von **72 – 82 Mio. EUR** nach Berechnungen eines Erstgutachtens von Junker und Kruse und einem abweichenden Umsatzpotenzial von **91,4 – 102,4 Mio. EUR** nach Berechnungen eines Gegengutachtens der CIMA Auswirkungen auf den örtlichen Handel – auch wenn nicht das gesamte Kunden- und Umsatzpotenzial aus dem Nahbereich kommt.
- Das FOC soll als sogenanntes **Designer Outlet Center** angelegt werden. Design Outlet Center sind eine Form des FOCs, die den Anspruch erheben, einen Angebotsschwerpunkt im Bereich des hochwertigen Sortiments aufzuweisen. Durch die Konzentration auf Premium- bzw. Luxusmarken, die überwiegend nicht in der Mittelstadt Neumünster gekauft werden (können), würde der Kaufkraftentzug im Nahbereich weiterhin geschmälert – so die Argumentation des potenziellen Betreibers Mc Arthur Glenn.
- Die Angebotsstruktur bestehender FOC – auch solcher die als Design Outlet Center vermarktet werden, zeigen in der Umsetzung in der Regel jedoch eine Konzentration auf die mittleren Preislagen. Angesichts eines Umsatzanteils des Luxussegmentes von 8-10% am gesamten deutschen Handel bzw. eines Gesamtmarktes Luxus von 11,3 Mrd. EUR über alle Warengruppen (davon 25% Bekleidung) erscheint eine reine Konzentration auf Luxusmarken eher nicht plausibel. Analog zum Gutachten der CIMA gehen wir davon aus, dass sich die Markenstruktur zu 80% auf Mittemarken und lediglich zu 20% auf Luxus- und Premiummarken bezieht, was einer bereits einer 10%igen Abweichung zugunsten der Premiummarken entspricht.

- Alle genannten Faktoren weisen darauf hin, dass die Realisierung eines solchen FOC durch entsprechende Kaufkraftbindung Auswirkungen auf den ortsansässigen Einzelhandel haben wird.
- Aufgabe der BBE ist die Erstellung eines Argumentationsleitfadens, der sich damit beschäftigt, wie sich dieser Kaufkraftentzug auf die ortsansässigen Einzelhändler und in der Konsequenz auf die regionale Einzelhandelsstruktur auswirken wird. Hierfür bedient sich die BBE folgender Untersuchungsmethode:
 - Darstellung der Gesamtmarktentwicklung der „Hauptbranchen“ Bekleidung, Schuhe und Sportartikel
 - Darstellung des Distributionsanteil des Fachhandels, differenziert nach Größenklassen
 - Betriebswirtschaftliche Analyse des Fachhandels nach Größenklassen
 - Berechnung des Kaufkraftvolumens der Einzugsbereiche des geplanten FOC (Isochrone 1-3)
 - Ermittlung der Umsatzabflüsse (Best- und Worst Case, analog zu den Gutachten von Junker und Kruse sowie CIMA)
 - Darstellung der Fachhandelsstruktur und Größenklassen des Fachhandels in den betroffenen Regionen
 - Auswirkung der Umsatzverdrängung mit Hilfe einer Betriebswirtschaftlichen Modellrechnung (Best und Worst Case) des Fachhandels in den betroffenen Regionen (Zeitzone des Einzugsgebietes)

Der deutsche Markt für Bekleidung

Markt für Bekleidung unter Druck

- Marktvolumen verliert in 6 Jahren um mehr als 16 Prozent.
- Seit 2006 Jahren vorsichtige Trendwende.
- Mengenrückgang 2006 deutet auf steigendes Qualitätsinteresse.
- Konsumenten zeigen wieder verstärkte Orientierung an Qualität und Marke.



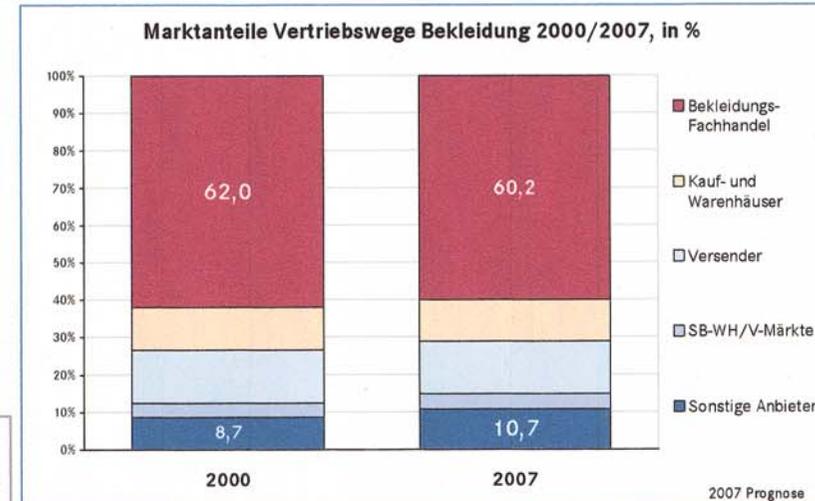
Warengruppen zeigen ähnliche Tendenzen

- Der Abschwung und vorsichtiger Wiederaufschwung ist in allen Warengruppen erkennbar.
- Casualisierung der Mode unterstützt grundsätzlich den Preisverfall. Aber: kontinuierlicher Verbesserungsprozess erkennbar.
- 2006 erstmals wieder leichtes Wachstum.

Der deutsche Markt für Bekleidung

Preisaggressive Verkaufsformen gewinnen

- Bekleidungsfachhandel ist immer noch der wichtigste Distributeur, aber verliert, ebenso wie Kauf- und Warenhäuser.
- Gewinner sind die Sonstigen (preiswerten) Anbieter: Partiediscounter (Tchibo), Hard Discounter des Lebensmittelmarktes, u.a.
- Wachstumsraten im Preismarkt nehmen ab.

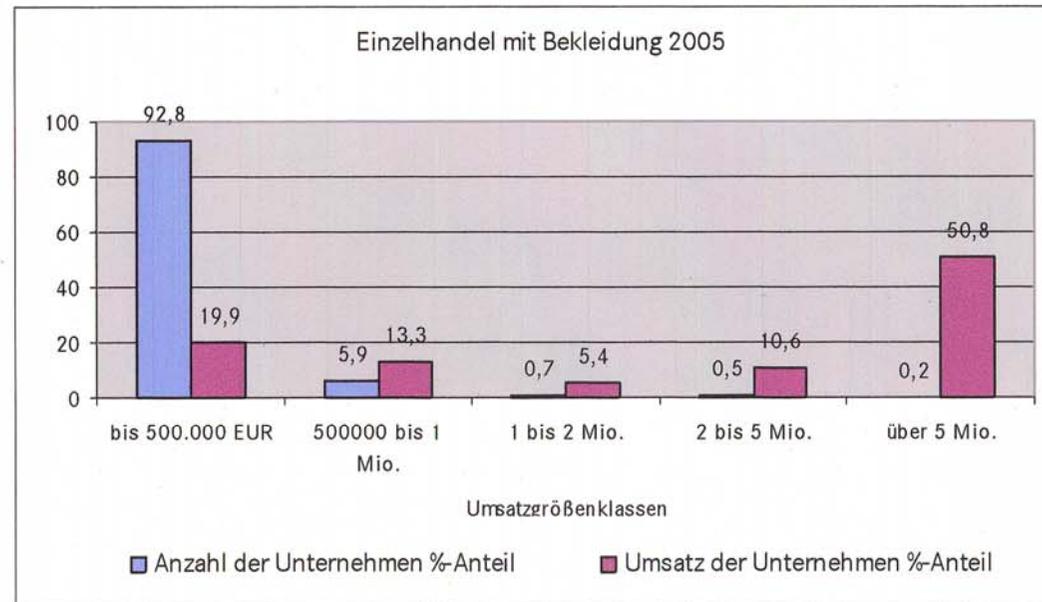
Im Rahmen des Fachhandels gewinnen
Systemanbieter

- Fachhandel ist - mit vorsichtiger Trendwende 2006 - insgesamt im Abschwung.
- Vertikale spielen Beschaffungskompetenz und Prozesseffizienz aus und gewinnen mit attraktiveren Preisen, größerer Flexibilität und höherer Aktualität.

Der deutsche Markt für Bekleidung

Der Textilfachhandel ist von vielen kleineren Unternehmungen dominiert

- 92,8% der Betriebe liegen in der Umsatzgrößenklasse bis 500.000 EUR Jahresumsatz. Weitere 6% liegen in der Umsatzgrößenklasse bis 1 Mio. EUR.
- Diese 98,7% der Betriebe bis 1 Mio. EUR Umsatz realisieren nur 33,2% des Fachhandelsumsatzes, stehen aber für die Angebotsvielfalt in der Branche.



Der deutsche Markt für Bekleidung

Betriebswirtschaftliche Performance Fachhandel

- Die Angebotstruktur des Textileinzelhandels wird von mehr als 23.000 Unternehmungen in der Größenklasse bis 500.000 EUR geprägt. Diese realisieren nur ein Vorsteuerergebnis von 24.000 EUR.

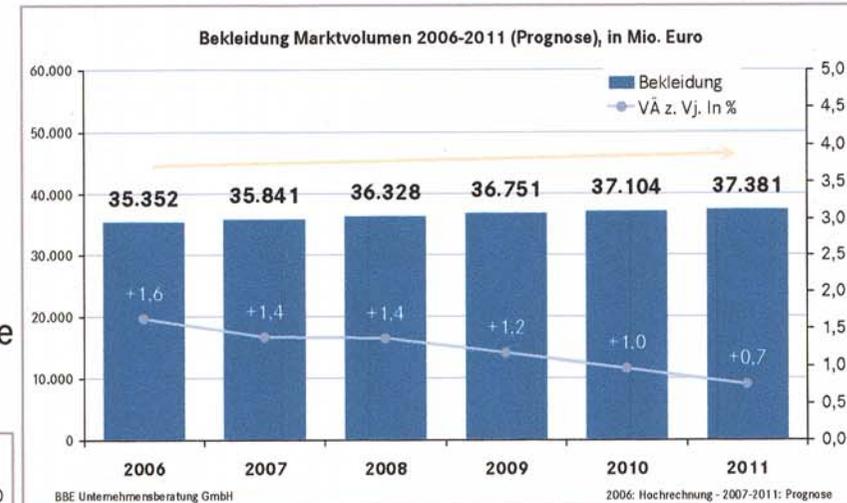
Textileinzelhandel	Gesamt	< 500.000 EUR	500.000 < 1 Mio. EUR	1 Mio. < 1,5 Mio. EUR	1,5 Mio. - < 5 Mio. EUR	> 5 Mio. EUR
Durchschnittsumsatz (2005)	2.976.951	316.464	767.735	1.263.002	2.053.710	9.943.283
Umsatz je Kunde (EUR)	97	69	251	51	165	53
Kosten in % des Gesamtumsatzes (einschl. MWST)						
Personalkosten ohne Unternehmerlohn	17,2	14,5	16,0	20,7	18,8	19,2
Personalkosten einschl. Unternehmerlohn	22,4	23,2	21,7	24,4	22,4	20,8
Raumkosten	8,0	7,9	10,0	6,9	6,6	7,2
Kosten für Werbung	2,6	2,7	2,1	2,9	3,3	2,6
Kfz-Kosten	0,4	0,7	0,2	0,5	0,5	0,5
Zinsen für Fremdkapital	1,2	1,2	1,6	0,8	1,2	1,1
Abschreibungen	1,9	2,2	1,2	1,7	2,0	2,5
Sonstige Kosten	3,2	3,7	3,1	3,1	3,2	2,8
Summe Kosten (vor Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	34,9	33,6	34,5	36,9	35,4	35,8
Summe Kosten (einschl. Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	40,1	42,3	40,3	40,7	39,0	37,4
Betriebshandelsspanne	39,1	41,2	39,0	32,9	41,6	39,4
Betriebswirtschaftliches Ergebnis vor U-lohn	4,2	7,6	4,5	-4,1	6,3	3,6
Vorsteuereinkommen	125.032	24.097	34.365	-51.188	128.470	359.067
Betriebswirtschaftliches Ergebnis nach U-lohn	-1,0	-1,1	-1,3	-7,8	2,7	2,0

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH nach IfH

Der deutsche Markt für Bekleidung

Prognose Marktvolumen

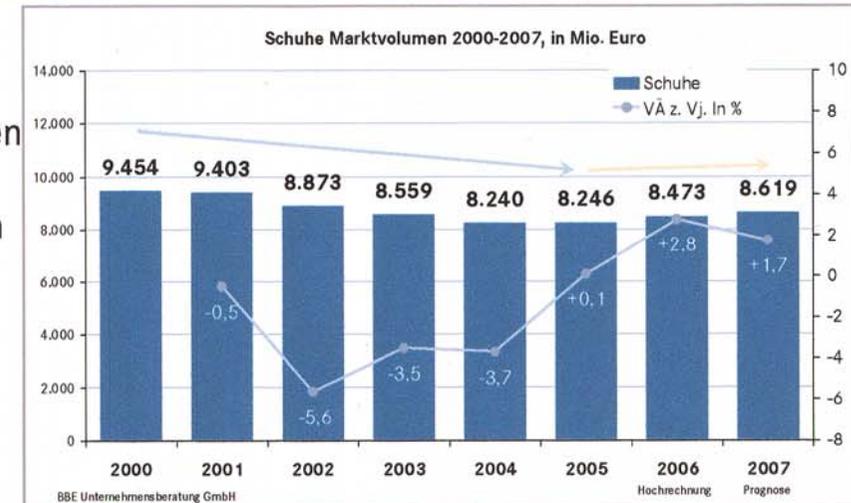
- Im Rahmen der konjunkturellen Erholung wird sich der Markt weiter vorsichtig erholen.
- Auch im Fachhandel zeigen sich insgesamt leichte Erholungstendenzen – die allerdings unter der Marktperformance liegen.
- Verlierer wird aber weiterhin der kleinbetriebliche Fachhandel sein.



Der deutsche Markt für Schuhe

Schuhmarkt unter Druck

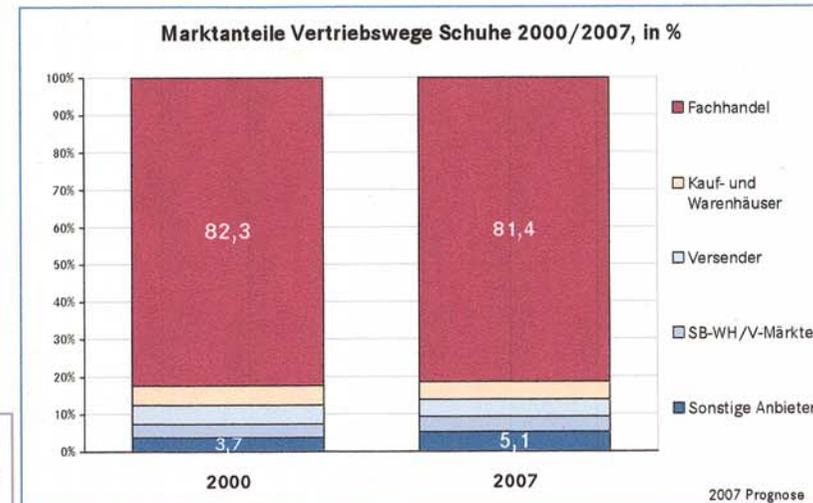
- Das negative Konsumklima der letzten Jahre und die damit zusammenhängende Krise im deutschen Einzelhandel haben auch vor der Schuhbranche nicht Halt gemacht. Das Marktvolumen verliert in 6 Jahren um mehr als 10 Prozent.
- Es wird nicht weniger gekauft, sondern preiswerter.
- Seit 2006 macht sich auch im Schuhmarkt eine vorsichtige Trendwende bemerkbar.
- Die Verbraucher kaufen dabei nicht unbedingt mehr, sondern weniger preisaggressiv.
- Die Verbraucher orientieren sich wieder stärker an Qualität und Marken, wobei gerade im Schuhmarkt die Qualität und Passform eine hohe Bedeutung hat.



Der deutsche Markt für Schuhe

Schuhfachhandel dominant

- Der Fachhandel dominiert nach wie vor den Schuhmarkt.
- Verbraucher wünschen beim Schuhkauf Beratung und Service im Geschäft. Daher werden noch 71,6% aller Schuhkäufe im Schuhfachhandel getätigt. Dennoch hat der Fachhandel an preis-aggressive Vertriebsformen verloren.



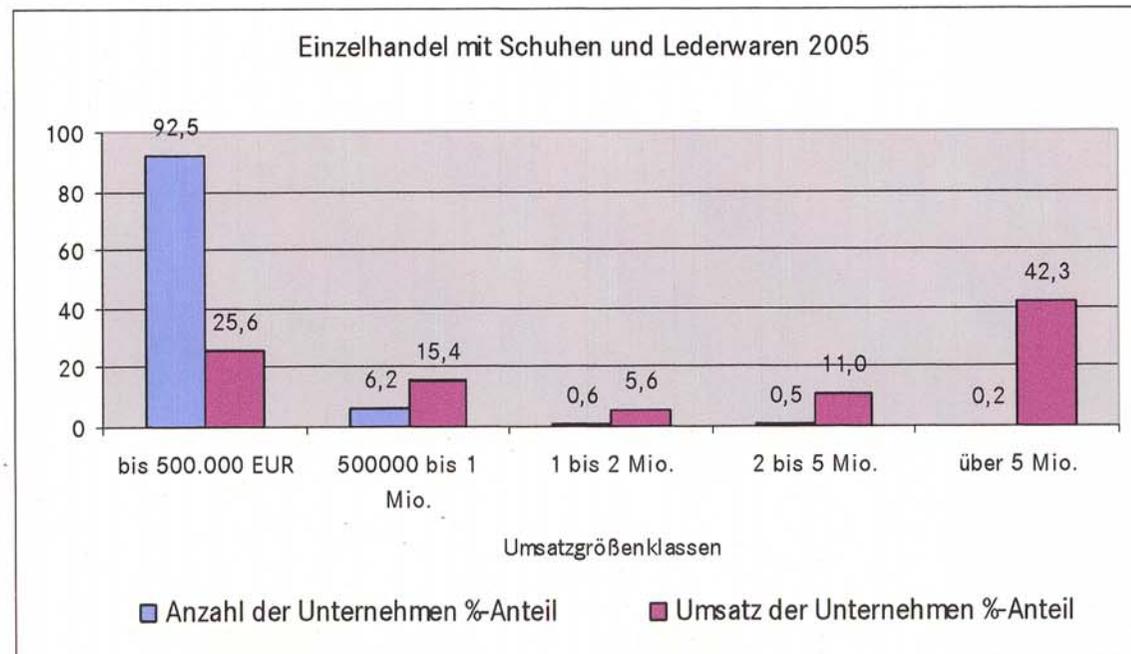
Nach Abschwung, Trendwende

- Wie in der Bekleidungsbranche auch, zeigen sich jedoch seit 2006 Erholungstendenzen, die im Schuhmarkt für den Fachhandel deutlich stärker „ausschlagen“ als im Bekleidungsfachhandel.

Der deutsche Markt für Schuhe

Größenklassen

- Von den mehr als 6000 Schuhfachhändlern liegen 98,7% in der Größenklasse bis 1 Mio. EUR Umsatz. Diese erwirtschaften allerdings nur 40,8% des Fachhandelsumsatzes. Die meisten Fachhändler sind Kooperationen angeschlossen und stellen die Anbietervielfalt des Marktes.



Der deutsche Markt für Schuhe

Betriebswirtschaftliche Performance Fachhandel

- Das Vorsteuerergebnis der Schuhfachhändler bis 1 Mio. EUR Umsatz, die die Branche dominieren, liegt zwischen 15.660 EUR in der Größenklasse 200.000 – 500.000 EUR und bei 19.796 EUR in der Größenklasse 500.000 EUR bis 1 Mio.

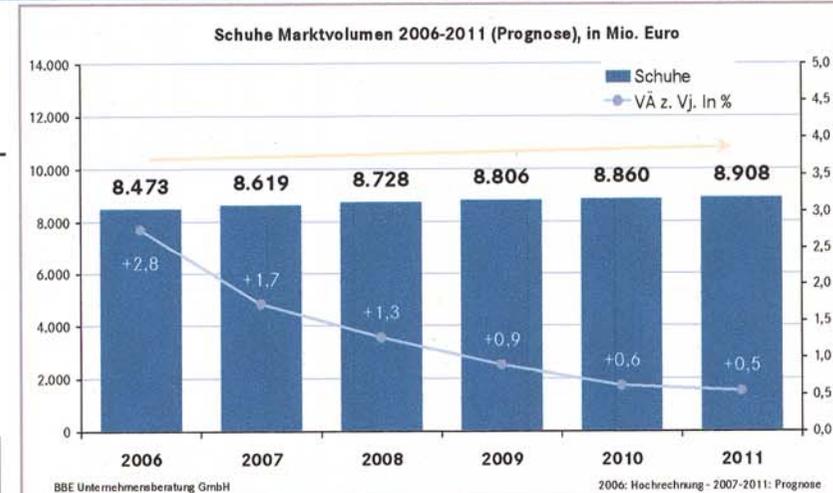
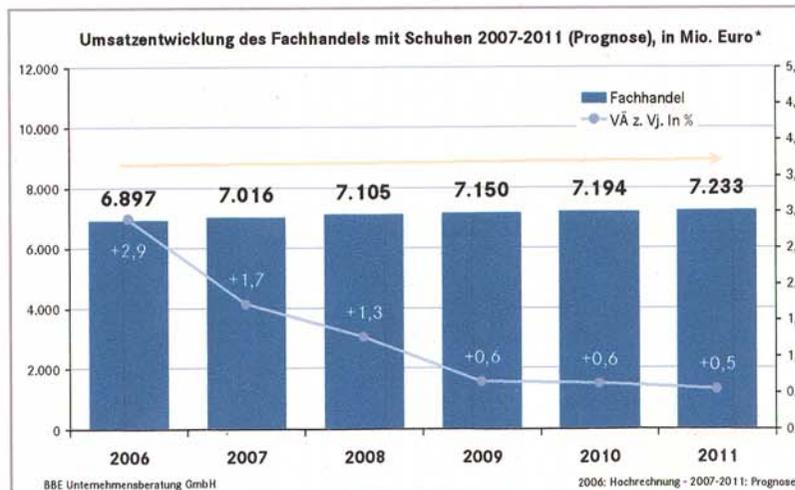
Schuheinzelhandel	Gesamt	100.000 ->200.000 EUR	200.000-<500.000 EUR	500.000 < 1 Mio. EUR	1 Mio.-2 Mio.	2 Mio. - < 5 Mio. EUR	> 5 Mio. EUR
Umsatz (einschl. MWST)	1.169.000	152.000	348.000	707.000	1.392.000	3.668.000	10.680.000
Umsatz je Kunde (EUR)	60,6	.	54,4	60,7	83,6	65,9	.
Kosten in % des Gesamtumsatzes (einschl. MWST)							
Personalkosten ohne Unternehmerlohn	17,3	13,4	15,5	18,8	19,5	20,7	21,0
Personalkosten einschl. Unternehmerlohn	22,9	27,4	22,8	22,9	21,8	22,1	21,0
Raumkosten	7,6	9,2	7,4	7,5	7,1	7,1	9,8
Kosten für Werbung	1,9	2,3	1,9	1,9	2,0	1,8	2,5
Kfz-Kosten	0,9	1,2	1,0	0,8	0,7	0,5	0,4
Zinsen für Fremdkapital	1,6	1,7	1,8	1,5	1,5	1,3	1,2
Abschreibungen	1,5	1,6	1,6	1,3	1,7	1,5	.
Sonstige Kosten	3,3	6	3,5	2,9	2,1	2,6	3,4
Summe Kosten (vor Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	34,10	35,40	32,70	34,70	34,60	35,50	38,30
Summe Kosten (einschl. Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	39,70	49,40	40,00	38,80	36,90	36,90	38,30
Betriebshandelsspanne	37,6	34,8	37,2	37,5	40,6	37,3	.
Betriebswirtschaftliches Ergebnis vor U-lohn	3,50	-0,60	4,50	2,80	6,00	1,80	.
Betriebswirtschaftliches Ergebnis nach U-lohn	-2,10	-14,60	-2,80	-1,30	3,70	0,40	.
Vorsteuerergebnis	40.915	-912	15.660	19.796	83.520	66.024	.

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH nach IfH

Der deutsche Markt für Schuhe

Prognose Marktvolumen

- Der Markt wird sich weiterhin vorsichtig erholen.
- Der Fachhandel wird sich insgesamt im Branchendurchschnitt entwickeln, d.h. keine weiteren Marktanteile abgeben.
- Innerhalb des Fachhandels werden allerdings die Filialisten gewinnen. Der kleinbetriebliche Fachhandel wird weiter verlieren.

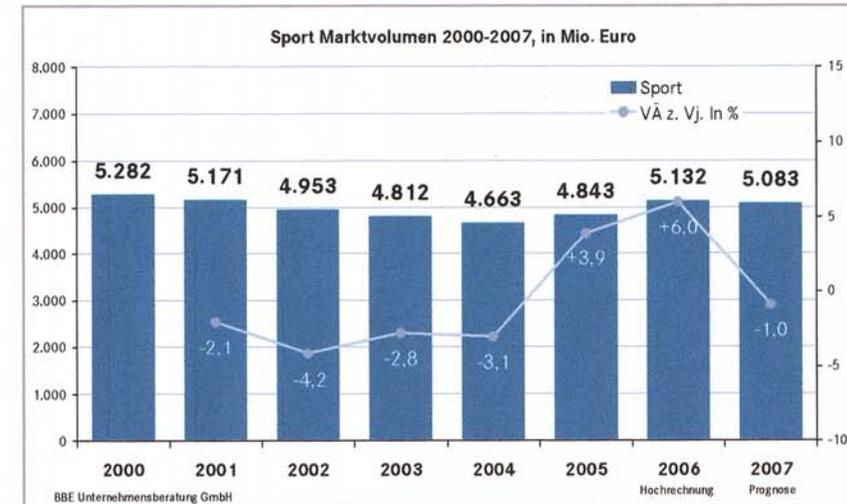


- Allein im Zeitabschnitt 2005 gegenüber 2004 hat sich die Branche um 893 Unternehmen, das sind 3% aller Fachhändler verringert. Die Ausfälle beziehen sich zu 99% auf die Größenklasse bis 1 Mio. EUR Umsatz. Diese Tendenz wird sich nicht zuletzt aufgrund des schlechten Ergebnisses fortsetzen.

Der deutsche Markt für Sportartikel

Sportartikelmarkt zeigt sich weniger
konjunkturreegibel

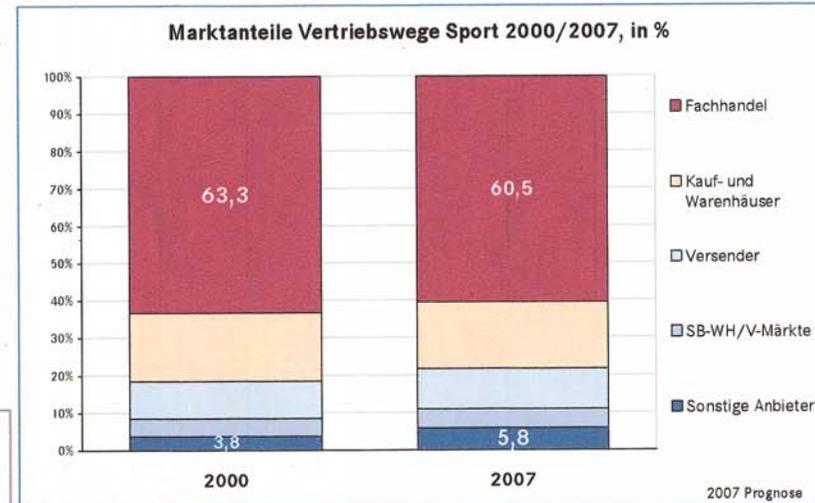
- Das Marktvolumen des Sportartikelmarktes hat sich gegenüber dem Bekleidungs- und dem Schuhmarkt mit einem Minus von 2,8% in 6 Jahren weniger negativ entwickelt.
- Allerdings hat sich der Markt schon 2005 erholt, was auf die anhaltende Sport- und Fitnessbegeisterung der Bevölkerung zurückzuführen ist.
- Insbesondere Sportschuhe werden deutlich stärker qualitätsorientiert gekauft.
- 2006 hat der Markt stark von der Fußballweltmeisterschaft profitiert.
- Dieser Nachfragesog wird sich 2007 in einem Minus auswirken.



Der deutsche Markt für Sportartikel

Fachhandel im Absaits

- Wie in anderen Märkten auch, verliert der Fachhandel zugunsten preisaggressiver Anbieter.
- Diese konnten im Betrachtungszeitraum um fast 40% zulegen. Allerdings hat sich das Wachstum deutlich verlangsamt.



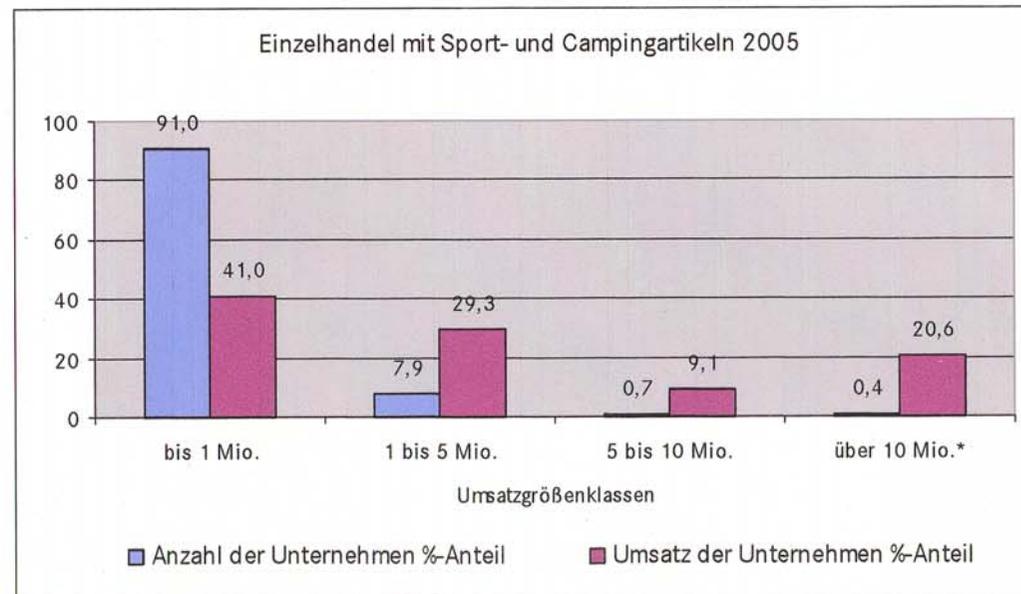
Preisaggressive Anbieter im Plus

- Der Fachhandel musste einen Umsatzrückgang von 8% verkraften – hat sich jedoch 2005 mit dem Markt erholt.
- Der Fachhandel dominiert mit einem Umsatzanteil von mehr als 60% immer noch die Anbieterstruktur und die Marktentwicklung.

Der deutsche Markt für Sportartikel

Größenklassen

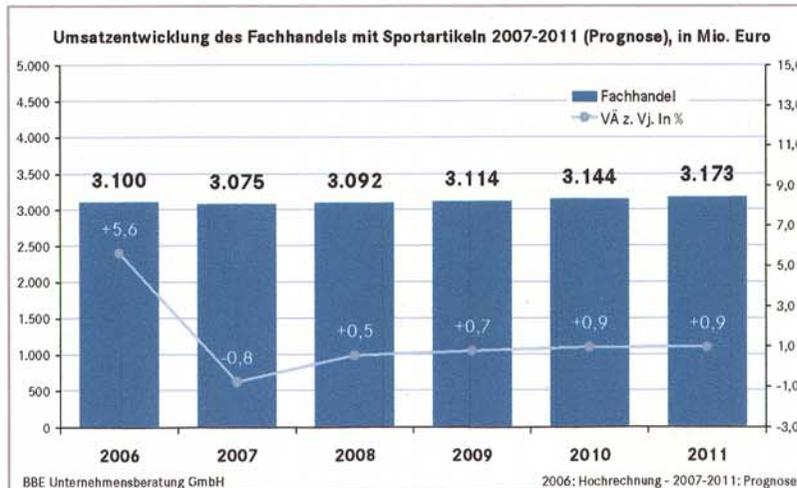
- Die Fachhändler mit Sport- und Campingartikeln sind zu 91% - was einer Zahl von 3.833 Unternehmungen entspricht, der Größenklasse bis 1 Mio. EUR zuzuordnen. Diese realisieren 91% des Branchenumsatzes. Trotz starker Kooperationen (Intersport) tendiert auch der Sportartikelmarkt zur Konzentration. Verschiebungen sind fast ausschließlich zulasten der unteren in die Größenklasse ab 5 Mio. EUR Umsatz festzustellen.



Der deutsche Markt für Sportartikel

Prognose Marktvolumen

- Der Sportartikelmarkt wird sich mit einem kleinen Minus 2007 erholen, was auf den Nachfrageausfall, der auf den Nachfragesog der Fußballweltmeisterschaft folgt, zurückzuführen ist.



Fachhandel zeigt Stabilität

- Gegenüber anderen Branchen zeigt der Fachhandel Stabilität. Dies ist die starken Kooperationen zurückzuführen.
- Dennoch wird der Konzentrationsprozess andauern.

Regionalanalyse – Kaufkraftsituation in Schleswig-Holstein und Hamburg (I)

BBE-Kaufkraftkennziffern 2007

BL	Gebiets-Schlüssel	Gebietsname	Gebietstyp	Bevölkerung (absolut) Stand: 31.12.05	Regionaler Bevölkerungs- anteil in Prozent	Fläche in qkm	Bevölkerungs- dichte EW je qkm	Prognosewerte für das Jahr 2007			
								Kaufkraft absolut in tsd. EURO 2007	Regionaler Kaufkraft- anteil in Prozent	Kaufkraft je Einwohner in EURO 2007	Kaufkraft- niveau pro Einwohner 100 = Ø D
SH	01001	Flensburg, Stadt	Kreisfreie Stadt	86.080	0,1044	56,38	1.527	1.449.560	0,0949	16.840	90,89
SH	01002	Kiel, Landeshauptstadt	Kreisfreie Stadt	234.433	0,2844	118,40	1.980	3.949.570	0,2586	16.847	90,93
SH	01003	Lübeck, Hansestadt	Kreisfreie Stadt	211.825	0,2570	214,19	989	3.600.638	0,2357	16.998	91,74
SH	01004	Neumünster, Stadt	Kreisfreie Stadt	78.072	0,0947	71,63	1.090	1.336.813	0,0875	17.123	92,42
SH	01051	Dithmarschen	Kreis	137.261	0,1665	1.428,21	96	2.339.593	0,1532	17.045	92,00
SH	01053	Herzogtum Lauenburg	Kreis	186.471	0,2262	1.262,92	148	3.758.647	0,2461	20.157	108,79
SH	01054	Nordfriesland	Kreis	166.956	0,2025	2.083,95	80	2.913.961	0,1908	17.453	94,20
SH	01055	Ostholstein	Kreis	206.040	0,2499	1.391,94	148	3.749.632	0,2455	18.198	98,22
SH	01056	Pinneberg	Kreis	299.392	0,3632	664,24	451	6.489.364	0,4249	21.675	116,99
SH	01057	Plön	Kreis	135.655	0,1646	1.083,10	125	2.498.856	0,1636	18.421	99,42
SH	01058	Rendsburg-Eckernförde	Kreis	273.039	0,3312	2.185,97	125	5.221.035	0,3418	19.122	103,21
SH	01059	Schleswig-Flensburg	Kreis	199.671	0,2422	2.071,66	96	3.498.452	0,2290	17.521	94,57
SH	01060	Segeberg	Kreis	257.002	0,3118	1.344,38	191	5.309.943	0,3476	20.661	111,51
SH	01061	Steinburg	Kreis	136.470	0,1655	1.056,10	129	2.435.163	0,1594	17.844	96,31
SH	01062	Stormarn	Kreis	224.583	0,2724	766,31	293	5.207.931	0,3410	23.189	125,16
HH	02000	Hamburg, Freie und Hansestadt	Kreisfreie Stadt	1.743.627	2,1151	755,16	2.309	34.605.162	2,2656	19.847	107,12
SH	01	Schleswig-Holstein	Bundesland	2.832.950	3,4365	15.799,38	179	53.759.056	3,5196	18.976	102,42
GESAMT		BR Deutschland		82.437.995	100,0000	357.092,90	231	1.527.400.000	100,0000	18.528	100,00

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH

Regionalanalyse – Kaufkraftsituation in Schleswig-Holstein und Hamburg (II)

BBE-Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2007

BL	Gebiets- schlüssel	Gebietenname	zugehöriger Kreis	Bevölkerung (absolut) Stand: 31.12.2005	Regionaler Bevölkerungs- anteil in Promille	Prognosewerte für das Jahr 2007			
						EH-Kaufkraft absolut in ted. € 2007	Regionaler EH-Kaufkraft- anteil in Promille	EH-Kaufkraft je Einwohner in € 2007	EH-Kaufkraft- niveau pro Einwohner 100 = D
SH	01001	Flensburg, Stadt	Kreisfreie Stadt	86.080	1,0442	457.344	0,9908	5.313	94,88
SH	01002	Kiel, Landeshauptstadt	Kreisfreie Stadt	234.433	2,8437	1.245.849	2,6989	5.314	94,91
SH	01003	Lübeck, Hansestadt	Kreisfreie Stadt	211.825	2,5695	1.131.126	2,4504	5.340	95,36
SH	01004	Neumünster, Stadt	Kreisfreie Stadt	78.072	0,9470	418.549	0,9067	5.361	95,74
SH	01051	Dithmarschen	Kreis	137.261	1,6650	734.049	1,5902	5.348	95,51
SH	01053	Herzogtum Lauenburg	Kreis	186.471	2,2620	1.095.699	2,3736	5.876	104,94
SH	01054	Nordfriesland	Kreis	166.956	2,0252	904.431	1,9593	5.417	96,74
SH	01055	Ostholstein	Kreis	206.040	2,4993	1.142.194	2,4744	5.544	99,00
SH	01056	Pinneberg	Kreis	299.392	3,6317	1.836.374	3,9782	6.134	109,54
SH	01057	Plön	Kreis	135.655	1,6455	757.136	1,6402	5.581	99,68
SH	01058	Rendsburg-Eckernförde	Kreis	273.039	3,3121	1.556.419	3,3717	5.700	101,80
SH	01059	Schleswig-Flensburg	Kreis	199.671	2,4221	1.083.945	2,3482	5.429	96,95
SH	01060	Segeberg	Kreis	257.002	3,1175	1.532.137	3,3191	5.962	106,47
SH	01061	Steinburg	Kreis	136.470	1,6554	748.327	1,6211	5.483	97,93
SH	01062	Stormarn	Kreis	224.583	2,7243	1.435.235	3,1092	6.391	114,13
HH	02000	Hamburg, Freie und Hansestadt	Kreisfreie Stadt	1.743.627	21,1508	10.153.751	21,9962	5.823	104,00
SH	01	Schleswig-Holstein	Bundesland	2.832.950	34,3646	16.078.816	34,8317	5.676	101,36
GESAMT		BR Deutschland		82.437.995	1000,0000	461.613.796	1000,0000	5.600	100,00

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH

Regionalanalyse – Die Handelssituation in Schleswig-Holstein

Nach Angaben der Umsatzsteuerstatistik gibt es im Bereich des Einzelhandels mit Bekleidung in Schleswig-Holstein 907 Unternehmen, die einen Nettoumsatz in 2005 von insgesamt 833 Mio. EUR erzielt haben.

Die Unternehmen in der Umsatzgrößenklasse mit mehr als 2 Mio. EUR (=4% aller Unternehmen) Jahresumsatz dominieren den Markt mit einem Umsatzanteil von 72%.

Im Bereich des Einzelhandels mit Schuhen kommt man auf 225 Unternehmen, die einen Nettoumsatz in 2005 von insgesamt 119 Mio. EUR erzielt haben.

Auch hier bestimmen die Unternehmen in der Umsatzgrößenklasse mit mehr als 2 Mio. EUR (=3% aller Unternehmen) Jahresumsatz die Marktstruktur mit einem Umsatzanteil von 43%.

* Nicht enthalten in diesen Umsätzen, sind diejenigen Unternehmen, insbesondere Filialisten, deren Unternehmenszentrale nicht in Schleswig-Holstein ansässig ist!

Schleswig-Holstein:

Steuerpflichtige, deren steuerbarer Umsatz und Umsatzsteuervorauszahlung 2005*

Größenklassen der Lieferungen und Leistungen von ... bis	Steuerpflichtige ¹	Steuerbarer Umsatz		
		Lieferungen und	Innergemein. Erwerbe	Insgesamt
	Anzahl	1.000 Euro		
17 500 - 50 000	165	5.321	192	5.513
50 000 - 100 000	159	11.707	256	11.964
100 000 - 250 000	281	45.756	1.841	47.597
250 000 - 500 000	146	50.813	3.701	54.514
500 000 - 1 Mio.	91	60.623	4.692	65.316
1 Mio. - 2 Mio.	30	42.563	5.146	47.709
2 Mill. - 5 Mill.
5 Mio und mehr
Insgesamt	907	792.645	40.088	832.733
17 500 - 50 000	40	1.132	56	1.188
50 000 - 100 000	43	3.183	197	3.380
100 000 - 250 000	60	9.875	1.139	11.014
250 000 - 500 000	39	14.280	880	15.160
500 000 - 1 Mio.	24	16.208	1.616	17.824
1 Mio. - 2 Mio.	12	17.204	2.465	19.669
2 Mill. - 5 Mill.
5 Mio und mehr
Insgesamt	225	108.850	9.843	118.693

EH mit
Bekleidung

EH mit
Schuhen

Quelle: Statistisches Landesamt Schleswig-Holstein und Hamburg

Regionalanalyse – Die Handelssituation in Hamburg

Nach Angaben der Umsatzsteuerstatistik gibt es im Bereich des Einzelhandels mit Bekleidung in Hamburg 627 Unternehmen, die einen Nettoumsatz in 2005 von insgesamt 3.000 Mio. EUR erzielt haben.

Die Unternehmen in der Umsatzgrößenklasse mit mehr als 2 Mio. EUR (=5% aller Unternehmen) Jahresumsatz dominieren den Markt mit einem Umsatzanteil von 95%.

Im Bereich des Einzelhandels mit Schuhen kommt man auf 130 Unternehmen, die einen Nettoumsatz in 2005 von insgesamt 422 Mio. EUR erzielt haben.

Auch hier bestimmen die Unternehmen in der Umsatzgrößenklasse mit mehr als 2 Mio. EUR (=7% aller Unternehmen) Jahresumsatz die Marktstruktur mit einem Umsatzanteil von 89%.

* Nicht enthalten in diesen Umsätzen, sind diejenigen Unternehmen, insbesondere Filialisten, deren Unternehmenszentrale nicht in Schleswig-Holstein ansässig ist!

Hamburg: Steuerpflichtige, deren steuerbarer Umsatz und Umsatzsteuervorauszahlung 2005*

Größenklassen der Lieferungen und Leistungen von ... bis	Steuerpflichtige ¹	Steuerbarer Umsatz		
		Lieferungen und	Innereinw.	Insgesamt
	Anzahl	1.000 Euro		
17 500 - 50 000	116	3.893	123	4.017
50 000 - 100 000	107	7.844	384	8.228
100 000 - 250 000	205	33.055	2.751	35.806
250 000 - 500 000	87	29.322	3.427	32.749
500 000 - 1 Mio.	53	36.583	4.744	41.327
1 Mio. - 2 Mio.	28	36.965	3.725	40.690
2 Mill. - 5 Mill.	20	62.310	8.946	71.255
5 Mio und mehr	11	2.717.823	67.945	2.785.769
Insgesamt	627	2.927.794	92.045	3.019.840
17 500 - 50 000	14	490	12	502
50 000 - 100 000	15	1.048	175	1.223
100 000 - 250 000	50	8.431	1.338	9.769
250 000 - 500 000	21	7.257	1.432	8.688
500 000 - 1 Mio.	16	10.958	2.756	13.714
1 Mio. - 2 Mio.	5	7.164	3.084	10.248
2 Mill. - 5 Mill.	4	13.021	986	14.007
5 Mio und mehr	5	311.302	52.684	363.986
Insgesamt	130	359.671	62.466	422.137

EH mit
Bekleidung

EH mit
Schuhen

Quelle: Statistisches Landesamt Schleswig-Holstein und Hamburg

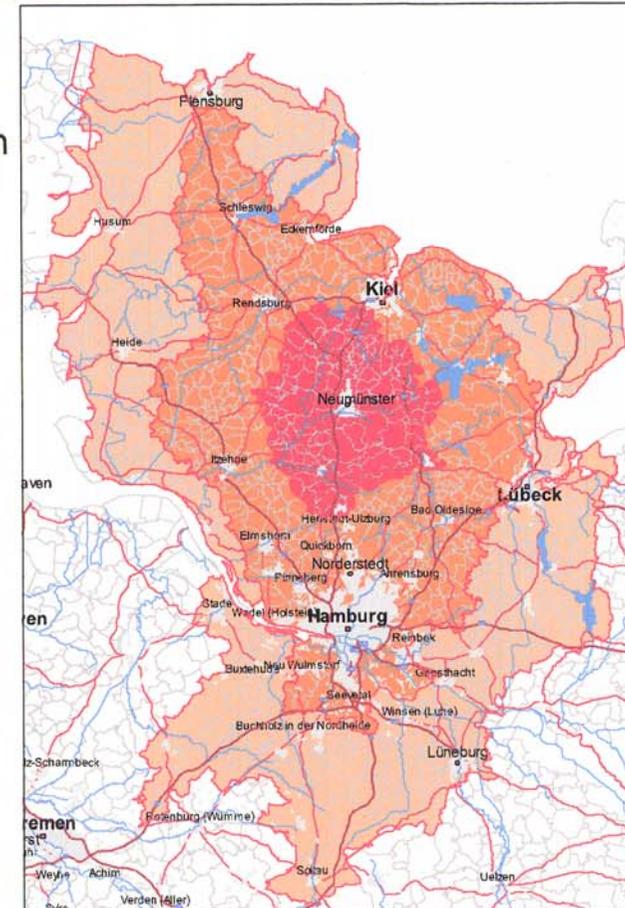
Regionalanalyse – Abgrenzung des Einzugsgebietes / Marktpotenziale

Auf Basis der bereits von Junker + Kruse vorgenommenen zeitlichen Abgrenzung des Einzugsgebietes des Planvorhabens ergeben sich nach Berechnungen der BBE je nach Zone folgende Einwohner und Marktpotenzialgrößen

(Bekleidung, Schuhe und Sport; Basis Endverbraucherpreise inkl. MwSt. 2007):

- **Zone I:** (bis 30 Min. PKW-Fahrzeit)*
 - Einwohner: 280.000
 - Kaufkraftniveau: 99,4
 - Marktpotenzial: 163 Mio. EUR
- **Zone II:** (30 bis 60 Min. PKW-Fahrzeit)*
 - Einwohner: 3.310.000
 - Kaufkraftniveau: 107,6
 - Marktpotenzial: 2.079 Mio. EUR
- **Zone III:** (60 bis 90 Min. PKW-Fahrzeit)*
 - Einwohner: 1.510.000
 - Kaufkraftniveau: 100,9
 - Marktpotenzial: 829 Mio. EUR

* Fahrzeitenermittlung durch autoroute



Regionalanalyse – Marktpotenziale für Bekleidung, Schuhe & Sport

- Das **Marktpotenzial** im gesamten Einzugsgebiet des Planvorhabens in den Segmenten **Bekleidung, Schuhe und Sport** beläuft sich auf derzeit **3.188 Mio. EUR**.
- Davon entfallen 2.334 Mio. EUR (=73%) auf Bekleidung sowie weitere 15% auf Schuhe (ohne Sportschuhe) sowie 12% auf das Segment Sport.
- Der **Fachhandelsanteil** am Marktpotenzial beziffert sich auf **1.988 Mio. EUR**, was einem Umsatzanteil von 63,4% entspricht.
- Im Bekleidungssektor liegt das fachhandelsrelevante Marktpotenzial bei 1.405 Mio. EUR, gefolgt von Schuhen mit 381 Mio. EUR und Sport mit 201 Mio. EUR.

Marktpotenziale der relevanten Warengruppen im Einzugsbereich alle Vertriebswege

Marktpotenzial in 1.000 € zu EVP (Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.) 2007					
Warengruppe / EZG	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Gesamt	Pro-Kopf-Ausgaben Alle Vertriebswege
Damenoberbekleidung	55.700	712.600	305.400	1.073.800	200,02
Herrnoberbekleidung	25.600	327.200	140.300	493.100	91,85
Kinderbekleidung	7.400	94.000	40.300	141.700	26,40
Wäsche/Badebekleidung/Strümpfe	32.500	415.000	177.900	625.400	116,50
Bekleidung Gesamt	121.200	1.548.900	663.900	2.333.900	434,76
Schuhe Gesamt (ohne Sportschuhe)	24.300	310.800	133.200	468.300	87,24
Sport Gesamt	17.200	219.700	94.100	331.000	61,66
Gesamt	162.700	2.079.400	891.200	3.133.200	583,66

Marktpotenziale der relevanten Warengruppen im Einzugsbereich Fachhandel

Marktpotenzial in 1.000 € zu EVP (Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.) 2007					
Warengruppe / EZG	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Gesamt	Pro-Kopf-Ausgaben Fachhandel
Damenoberbekleidung	38.400	491.000	210.400	739.800	137,81
Herrnoberbekleidung	16.400	210.100	90.000	316.600	58,97
Kinderbekleidung	4.200	53.800	23.100	81.100	15,10
Wäsche/Badebekleidung/Strümpfe	13.900	177.200	76.000	267.000	49,75
Bekleidung Gesamt	72.900	932.100	399.500	1.404.500	261,62
Schuhe Gesamt (ohne Sportschuhe)	19.800	253.000	108.400	381.200	71,01
Sport Gesamt	10.400	132.900	57.000	200.300	37,30
Gesamt	103.100	1.318.000	564.900	1.986.000	369,94

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH

Regionalanalyse – Umsatzbindung des geplanten FOC (I)

- Ausgehend von den vorliegenden Gutachten von Junker + Kruse sowie der CIMA ist davon auszugehen, dass sich das geplante **FOC-Vorhaben in Neumünster** in einer **Umsatzgröße von 72-80 Mio. EUR bzw. 91,4-102,4 Mio. EUR** bewegen wird.
- Dabei werden auf die **Kernsortimente**, bestehend aus **Bekleidung/Wäsche, Schuhe inkl. Lederwaren sowie Sportartikel etwa 65,6-72,6 Mio. EUR (Junker + Kruse) bzw. 82,7-92,4 Mio. EUR (CIMA)** entfallen.
- Bezogen auf das fachhandelsrelevante Marktpotenzial des nach Vorgaben von Junker + Kruse abgegrenzten Einzugsgebietes bedeutet dies eine **Kaufkraftbindung** in Höhe von **3,3-3,7% (Junker + Kruse) bzw. 4,2-4,7 (CIMA)**.
- In Bezug auf die **Herkunft der Kundenumsätze** ergeben sich danach folgende Werte:
 - **Junker + Kruse**
 - Zone 1 (21%): ca. 13,8-15,2 Mio. EUR = 13,4-14,7% Bindung
 - Zone 2 (57%): ca. 37,4-41,4 Mio. EUR = 2,8-3,1% Bindung
 - Zone 3 (22%): ca. 14,4-16,0 Mio. EUR = 2,5-2,8% Bindung
 - **CIMA**
 - Zone 1 (35-40%): ca. 28,9-37,0 Mio. EUR = 28,0-35,9% Bindung
 - Zone 2 (45-50%): ca. 37,2-46,2 Mio. EUR = 2,8-3,5% Bindung
 - Zone 3 (15-20%): ca. 12,4-18,5 Mio. EUR = 2,2-3,3% Bindung

Regionalanalyse – Umsatzbindung des geplanten FOC (II)

- Die oben ermittelten Angaben zur Kaufkraftbindung sind für die bestehenden Handelsunternehmen aus dem Fachhandelsbereich grundsätzlich als **Verdrängungsumsätze** zu werten. Da keine konkreten Angaben zu den jeweiligen lokalen Handelsumsätzen in den o.g. Sortimenten vorliegen, dienen die ermittelten Werte lediglich als Durchschnittswerte, die je nach Zentralität des Ortes mit entsprechenden Zu- oder Abschlägen zu bewerten sind. Für eine detaillierte Bewertung der Effekte müssten von den im Einzugsgebiet (v.a. Zone I und II) ansässigen Fachhändlern konkrete Umsatzangaben nach Hauptwarengruppen vorgelegt werden (Grundlage zur Messung der vorhandenen Zentralität in den Fachsortimenten).
- Aus den vorliegenden Daten ist jedoch bereits derzeit unzweifelhaft ersichtlich, dass sich insbesondere in der **Zone I** (Einzugsbereich bis 30 Min. PKW-Fahrzeit) durch das geplante FOC **erhebliche Auswirkungen** auf die ansässigen Fachhandelsunternehmen ergeben werden.
- Demnach sind je nach Ausrichtung der betroffenen Handelsunternehmen **Umsatzeinbußen in Höhe von 13% bis 36%** zu erwarten. Im **Durchschnitt** wird mit Umsatzbußen auf Fachhandelsseite von ca. **20% bis 25%** auszugehen sein.
- Tendenziell als **eher unbedenklich** werden die **Auswirkungen in den Zonen II und III** eingestuft, in denen ein durchschnittlicher Umsatzrückgang bei den ansässigen Fachhandelsbetrieben von ca. 2,5% bis 3,0% erwartet wird.
- Die betriebswirtschaftlichen Folgen der geplanten Ansiedlung auf Seiten des Fachhandels in der Zone I werden ab Seite 27 näher beleuchtet.

Regionalanalyse – Betriebswirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzverdrängung

- **Erhebliche betriebswirtschaftliche Auswirkungen** des Planvorhabens sind gemäß obiger Ausführungen insbesondere in der **Zone I** zu erwarten. Die dort ansässigen Fachhandelsgeschäfte aus den Segmenten Bekleidung, Schuhe und Sport (insgesamt 78) werden mit erheblichen Umsatzeinbußen zu rechnen haben. Je nach Szenario (Best- oder Worst-Case) ist aus betriebswirtschaftlicher Sicht mit folgenden Auswirkungen zu rechnen:
- **Best-Case Variante** (Textileinzelhandel / 10% Umsatzrückgang)

Textileinzelhandel	Gesamt	< 500.000 EUR	500.000 < 1 Mio. EUR	1 Mio. < 1,5 Mio. EUR	1,5 Mio. < 5 Mio. EUR	> 5 Mio. EUR
Ø Umsatz (einschl. MwSt.)	2.679.256	284.818	690.962	1.136.702	1.848.339	8.948.955
Kosten in % des Gesamtumsatzes (einschl. MWST)						
Personalkosten ohne Unternehmerlohn	19,1	16,1	17,8	23,0	20,8	21,3
Personalkosten einschl. Unternehmerlohn	24,9	25,8	24,2	27,1	24,8	23,1
Raumkosten	8,9	8,7	11,2	7,6	7,3	8,0
Kosten für Werbung	2,9	3,0	2,4	3,2	3,7	2,9
Kfz-Kosten	0,4	0,8	0,2	0,5	0,6	0,6
Zinsen für Fremdkapital	1,3	1,3	1,7	0,9	1,3	1,2
Abschreibungen	2,1	2,4	1,3	1,9	2,2	2,7
Sonstige Kosten	3,6	4,1	3,4	3,4	3,6	3,1
Summe Kosten (vor Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	38,3	36,5	38,0	40,5	39,4	39,8
Summe Kosten (einschl. Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	44,1	46,2	44,4	44,6	43,4	41,6
Betriebshandelsspanne	39,1	41,2	39,0	32,9	41,6	39,4
Betriebswirtschaftliches Ergebnis vor U-lohn	0,8	4,7	1,0	-7,6	2,2	-0,4
Betriebswirtschaftliches Ergebnis nach U-lohn	-5,0	-5,0	-5,4	-11,8	-1,8	-2,2
Vorsteuerergebnis	20.541	13.312	6.974	-86.677	40.546	-33.837

Modell:

Basis: IfH-Durchschnittsergebnisse gemäß S. 11 und 16

Kurzfristig unveränderbare Kosten und gleichbleibende Handelsspanne.

Bei entsprechendem Umsatzrückgang verändern sich die Kosten- und Ergebnisstruktur!

Regionalanalyse – Betriebswirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzverdrängung

• Best-Case Variante (Schuheinzelhandel / 10% Umsatzrückgang)

Schuhhandel	Gesamt	100.000 -> 200.000 EUR	200.000 -< 500.000 EUR	500.000 < 1 Mio. EUR	1 Mio.-2 Mio.	2 Mio. - < 5 Mio. EUR	> 5 Mio. EUR
Ø Umsatz (einschl. MwSt.)	1.052.100	136.800	313.200	636.300	1.252.800	3.301.200	10.680.000
Kosten in % des Gesamtumsatzes (einschl. MWST)							
Personalkosten ohne Unternehmerlohn	19,2	14,9	17,2	20,9	21,7	23,0	21,0
Personalkosten einschl. Unternehmerlohn	25,4	30,4	25,3	25,4	24,2	24,6	21,0
Raumkosten	8,4	10,2	8,2	8,3	7,9	7,9	9,8
Kosten für Werbung	2,1	2,6	2,1	2,1	2,2	2,0	2,5
Kfz-Kosten	1,0	1,3	1,1	0,9	0,8	0,6	0,4
Zinsen für Fremdkapital	1,8	1,9	2,0	1,7	1,7	1,4	1,2
Abschreibungen	1,7	1,8	1,8	1,4	1,9	1,7	.
Sonstige Kosten	3,7	6,7	3,9	3,2	2,3	2,9	3,4
Summe Kosten (vor Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	37,9	39,3	36,3	38,6	38,4	39,4	38,3
Summe Kosten (einschl. Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	44,1	54,9	44,4	43,1	41,0	41,0	38,3
Betriebshandelsspanne	37,6	34,8	37,2	37,5	40,6	37,3	.
Betriebswirtschaftliches Ergebnis vor U-lohn	-0,3	-4,5	0,9	-1,1	2,2	-2,1	.
Betriebswirtschaftliches Ergebnis nach U-lohn	-6,5	-20,1	-7,2	-5,6	-0,4	-3,7	.
Vorsteuerergebnis	-3.039	-6.202	2.714	-6.716	27.005	-70.792	.

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH nach IFH

Modell:

Basis: IfH-Durchschnittsergebnisse gemäß S. 11 und 16

Kurzfristig unveränderbare Kosten und gleichbleibende Handelsspanne.

Bei entsprechendem Umsatzrückgang verändern sich die Kosten- und Ergebnisstruktur!

Regionalanalyse – Betriebswirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzverdrängung

• Worst-Case Variante (Textileinzelhandel / 30% Umsatzrückgang)

Textileinzelhandel	Gesamt	< 500.000 EUR	500.000 < 1 Mio. EUR	1 Mio. < 1,5 Mio. EUR	1,5 Mio. - < 5 Mio. EUR	> 5 Mio. EUR
Ø Umsatz (einschl. MwSt.)	2.083.866	221.525	537.415	884.101	1.437.597	6.960.298
Kosten in % des Gesamtumsatzes (einschl. MWST)						
Personalkosten ohne Unternehmerlohn	24,6	20,7	22,8	29,6	26,8	27,4
Personalkosten einschl. Unternehmerlohn	32,0	33,2	31,1	34,9	31,9	29,7
Raumkosten	11,4	11,2	14,3	9,8	9,4	10,3
Kosten für Werbung	3,7	3,9	3,0	4,1	4,7	3,7
Kfz-Kosten	0,6	1,0	0,3	0,7	0,8	0,7
Zinsen für Fremdkapital	1,7	1,7	2,2	1,1	1,7	1,5
Abschreibungen	2,7	3,1	1,7	2,4	2,8	3,5
Sonstige Kosten	4,6	5,2	4,4	4,4	4,6	4,0
Summe Kosten (vor Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	49,3	47,0	48,8	52,1	50,7	51,2
Summe Kosten (einschl. Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	56,7	59,4	57,0	57,4	55,9	53,5
Betriebshandelsspanne	39,1	41,2	39,0	32,9	41,6	39,4
Betriebswirtschaftliches Ergebnis vor U-lohn	-10,2	-5,8	-9,8	-19,2	-9,1	-11,8
Betriebswirtschaftliches Ergebnis nach U-lohn	-17,6	-18,2	-18,1	-24,5	-14,2	-14,0
Vorsteuerergebnis	-212.257	-12.774	-52.868	-169.724	-130.458	-818.334

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH nach IFH

Modell:

Basis: IFH-Durchschnittsergebnisse gemäß S. 11 und 16

Kurzfristig unveränderbare Kosten und gleichbleibende Handelsspanne.

Bei entsprechendem Umsatzrückgang verändern sich die Kosten- und Ergebnisstruktur!

Regionalanalyse – Betriebswirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzverdrängung

• Worst-Case Variante (Schuheinzelhandel / 30% Umsatzrückgang)

Schuhhandel	Gesamt	100.000 -> 200.000 EUR	200.000 -< 500.000 EUR	500.000 < 1 Mio. EUR	1 Mio. - 2 Mio.	2 Mio. - < 5 Mio. EUR	> 5 Mio. EUR
Ø Umsatz (einschl. MwSt.)	818.300	106.400	243.600	494.900	974.400	2.567.600	10.680.000
Kosten in % des Gesamtumsatzes (einschl. MWST)							
Personalkosten ohne Unternehmerlohn	24,7	19,1	22,1	26,9	27,9	29,6	21,0
Personalkosten einschl. Unternehmerlohn	32,7	39,1	32,6	32,7	31,1	31,6	21,0
Raumkosten	10,9	13,1	10,6	10,7	10,1	10,1	9,8
Kosten für Werbung	2,7	3,3	2,7	2,7	2,9	2,6	2,5
Kfz-Kosten	1,3	1,7	1,4	1,1	1,0	0,7	0,4
Zinsen für Fremdkapital	2,3	2,4	2,6	2,1	2,1	1,9	1,2
Abschreibungen	2,1	2,3	2,3	1,9	2,4	2,1	.
Sonstige Kosten	4,7	8,6	5,0	4,1	3,0	3,7	3,4
Summe Kosten (vor Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	48,7	50,6	46,7	49,6	49,4	50,7	38,3
Summe Kosten (einschl. Unternehmerlohn/GF-Gehalt)	56,7	70,6	57,1	55,4	52,7	52,7	38,3
Betriebshandelsspanne	37,6	34,8	37,2	37,5	40,6	37,3	.
Betriebswirtschaftliches Ergebnis vor U-lohn	-11,1	-15,8	-9,5	-12,1	-8,8	-13,4	.
Betriebswirtschaftliches Ergebnis nach U-lohn	-19,1	-35,8	-19,9	-17,9	-12,1	-15,4	.
Vorsteuerergebnis	-90.948	-16.781	-23.177	-59.742	-86.026	-344.425	.

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH nach IFH

Modell:

Basis: IfH-Durchschnittsergebnisse gemäß S. 11 und 16

Kurzfristig unveränderbare Kosten und gleichbleibende Handelsspanne.

Bei entsprechendem Umsatzrückgang verändern sich die Kosten- und Ergebnisstruktur!

Regionalanalyse – Quantifizierung der Auswirkungen auf die regionale Handelsstruktur

- Das für Neumünster unter den in den Gutachten von Junker + Kruse sowie CIMA dargelegten Grundannahmen geplante **FOC wird die Existenz der in Zone I des Einzugsgebietes ansässigen Fachgeschäfte erheblich gefährden.**
- **Erschwerend** kommt hinzu, dass lt. vorliegendem Grundvertrag auch solche **Waren** angeboten werden dürfen, **die speziell für Fabrikverkaufszentren produziert** werden. Dies wird den Druck auf den bestehenden Handel zusätzlich verstärken und zu weiterer Verdrängung führen.
- Unstrittig ist die Tatsache, dass der Bekleidungshandel in der unmittelbaren Nähe des Vorhabens - in der Innenstadt von Neumünster - bereits „unter normalen Marktbedingungen“ in den letzten Jahren von zahlreichen Geschäftsaufgaben betroffen war. Die vorgelegten betriebswirtschaftlichen Daten aus dem Betriebsvergleich bestätigen den enormen Wettbewerbsdruck, dem diese Branche ausgesetzt ist.
- Die Fristen bis zu dem Zeitpunkt, zu dem die Fachgeschäfte aufgrund der oben gezeigten betriebswirtschaftlichen Auswirkungen zur Aufgabe gezwungen werden, hängt in hohem Maße von den **individuellen Liquiditätsreserven** ab.
- Da die Kaufkraft nur ein einziges Mal verteilt werden kann, ist davon auszugehen, dass mit der Realisierung des Planvorhabens die bestehende Handelslandschaft überproportional **zu Lasten der kleinen und mittleren Handelsbetriebe** verändert wird.

Regionalanalyse – Quantifizierung der Auswirkungen auf die regionale Handelsstruktur

- Von den insgesamt in der Zone I ansässigen 78 Handelsbetrieben wird nur ein **sehr geringer Teil dem Planvorhaben FOC wirklich entgegenstehen können**. Selbst die im mittleren und gehobenen Marktsegment tätigen Filialisten und großen Einzelbetriebe werden innerhalb einer Frist von maximal 2 bis 3 Jahren nach FOC-Realisierung sich nochmals der Standort- und damit der Existenzfrage stellen müssen.
- Im **Worst-Case** ist davon auszugehen, dass möglicherweise bis zu **80% der in der Zone I ansässigen Betriebe** binnen eines Jahres nach FOC-Realisierung ihren **Geschäftsbetrieb aufgeben** müssen. Im Best-Case liegt diese Quote bei etwa 35-40% aller Betriebe.
- Die genannten Auswirkungen berücksichtigen auch den üblichen **Sondereffekt** eines FOC, d.h. die **überproportional hohe Attraktivität** (=Wettbewerbsdruck) **innerhalb der ersten 24 Monate** nach Eröffnung.

PERFEKTIONIERUNG EINES EINZIGARTIGEN LEISTUNGSPAKETS



INTERDISZIPLINÄRER LÖSUNGSANSATZ

HANDELS-
EXPERTISE

GESAMTÜBERBLICK DES
WIRTSCHAFTSPRÜFERS

FINANZIERUNGSSPEZIALISTEN
ALS GESPRÄCHSPARTNER DER
INVESTOREN



HAUPTSITZ

BBE Unternehmensberatung GmbH
Agrippinawerft 30
50678 Köln
Postfach 25 04 25
50520 Köln



Fon: 02 21 - 9 36 55-01
Fax: 02 21 - 9 36 55-101

info@bbeberatung.com
www.bbeberatung.com

KONTAKT:

Klaus Peter Teipel
+49 (0) 2 21 9 36 55-215
teipel@bbeberatung.com



UNSERE REGIONALBÜROS

HAMBURG



BBE Unternehmensberatung GmbH
Gerhofstraße 18
D-20354 Hamburg

Fon: 0 40 - 2 20 13 23
Fax: 0 40 - 2 20 13 29

grunewald@bbeberatung.com
www.bbeberatung.com

BERLIN



BBE Unternehmensberatung GmbH
Am Weidendamm 1a
D-10117 Berlin

Fon: 0 30 - 59 00 99-615
Fax: 0 30 - 59 00 99-630

spannagel@bbeberatung.com
www.bbeberatung.com

LEIPZIG



BBE Unternehmensberatung GmbH
Täubchenweg 9
D-04317 Leipzig

Fon: 03 41 - 98 38-674
Fax: 03 41 - 98 38-680

moeller@bbeberatung.com
www.bbeberatung.com