

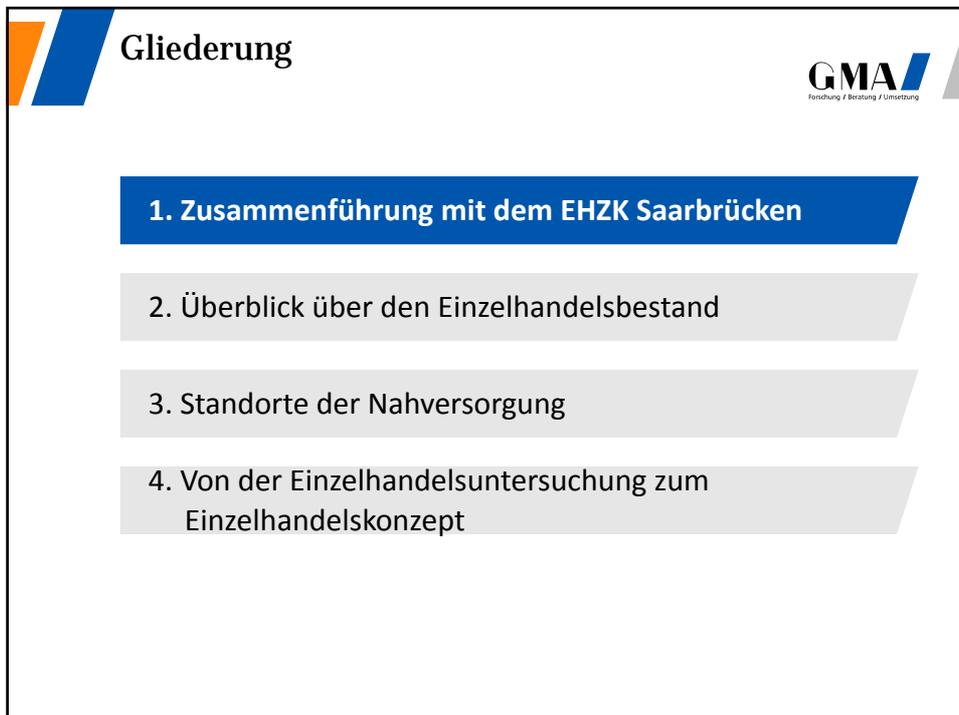


**GMA**  
Forschung / Beratung / Um

## Einzelhandelsuntersuchung Regionalverband Saarbrücken

Kooperationsrat, 30. Juni 2017  
Monika Kollmar, Niederlassungsleitung  
Kirsten Marwede, M. Sc. Geogr.

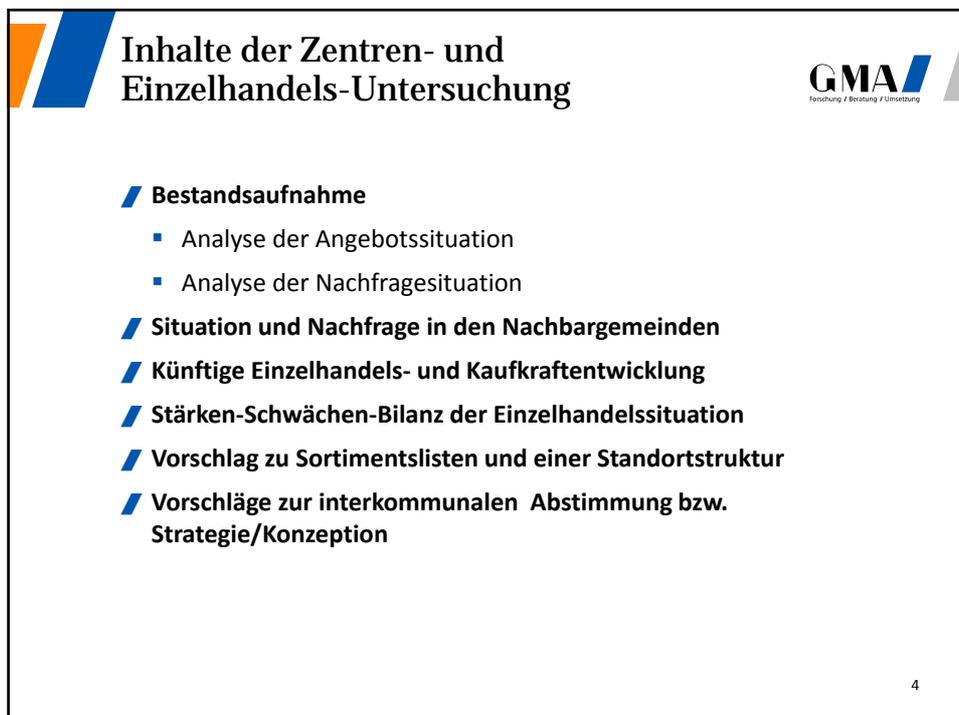
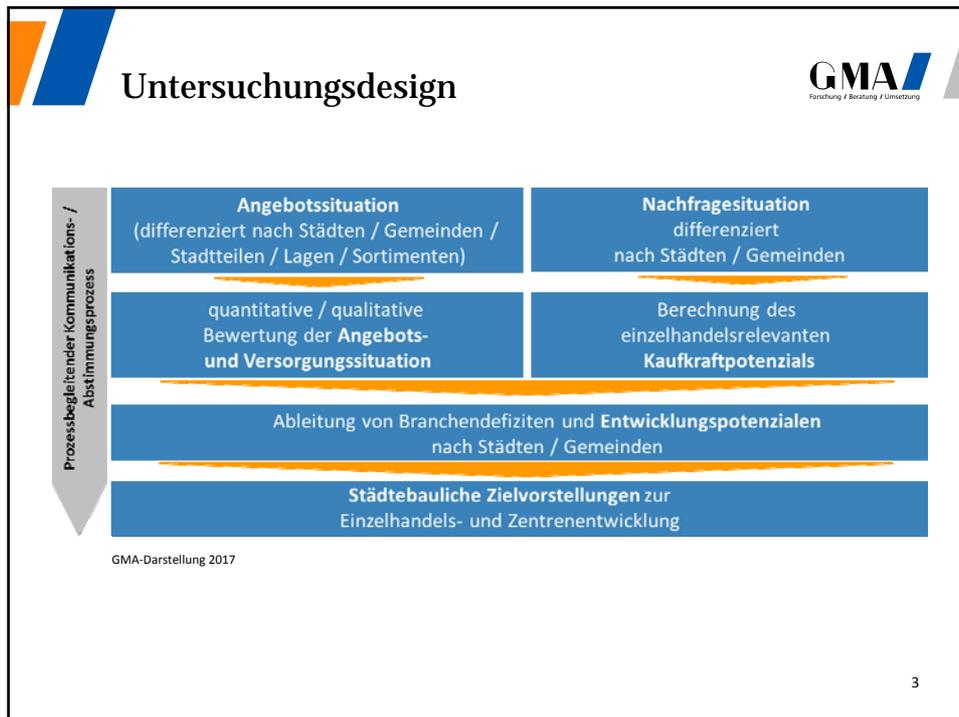
Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH.  
Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA



## Gliederung

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

1. Zusammenführung mit dem EHZK Saarbrücken
2. Überblick über den Einzelhandelsbestand
3. Standorte der Nahversorgung
4. Von der Einzelhandelsuntersuchung zum Einzelhandelskonzept



## Zusammenführung / Methodische Anpassung

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung



Einzelhandels- und Zentrenuntersuchung im Regionalverband Saarbrücken  
Band I: Regionale Betrachtung

Auftraggeber: Regionalverband Saarbrücken

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Anika Kollmar,  
Küsterstr. 10  
Kriemhildstr. 14, St.  
Köln, am 2017

**GMA** Geographische  
Markt- und  
Raumforschungsgesellschaft

&



KURZFASSUNG  
Einzelhandels- und  
Zentrenkonzept  
für die Landeshauptstadt  
Saarbrücken

**Junker + Kruse**  
Stadtplanung

Oktober 2015

5

## Anpassungen seit September 2016

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

- /// keine inhaltlichen Veränderungen, sondern methodische Anpassungen in Band I und Band II
- /// Erstellung einer Kurzfassung
- /// Aufnahme der erfolgten größeren Veränderungen bzw. der bereits genehmigten Märkte
  - Großrosseln: Rossmann Drogeriemarkt
  - Püttlingen: Erweiterung Aldi und Edeka in Köllerbach
  - Heusweiler: Erweiterung Rewe
  - Friedrichsthal: geplante Ansiedlung Netto / Ansiedlung Nachbarschaftsladen
  - Sulzbach: Verlagerung Netto
  - Quierschied: Netto in Götteleborn, Schließung des Drogeriemarktes

6

## Anpassung der Bedarfsbereiche



**Kurzfristiger Bedarf**

Güter, die von den Verbrauchern i. d. R. unmittelbar nach dem Kauf ver- oder gebraucht werden; dazu zählen u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Blumen (Indoor) / zoologischer Bedarf, Gesundheit / Körperpflege, Zeitungen / Zeitschriften.

**Mittelfristiger Bedarf**

Waren, die der Verbraucher periodisch nachfragt, jedoch nicht dauerhaft nutzt, u. a. zählen dazu Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren, Spielwaren und Sportartikel.

**Langfristiger Bedarf**

Güter, die vom Verbraucher i. d. R. für einen längerfristigen Zeitraum angeschafft werden. Auf diese Bedarfsgruppe entfallen u. a. Wohneinrichtung / Möbel, Elektrogeräte, Bau- und Gartenmarktsortimente.

7

## Anpassung der Bedarfsbereiche



**Kurzfristiger Bedarf**

Güter, die von den Verbrauchern i. d. R. unmittelbar nach dem Kauf ver- oder gebraucht werden; dazu zählen u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Blumen (Indoor) / zoologischer Bedarf, Gesundheit / Körperpflege, Zeitungen / Zeitschriften.

**Mittelfristiger Bedarf**

Waren, die der Verbraucher periodisch nachfragt, jedoch nicht dauerhaft nutzt, u. a. zählen dazu Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren, Spielwaren und Sportartikel.

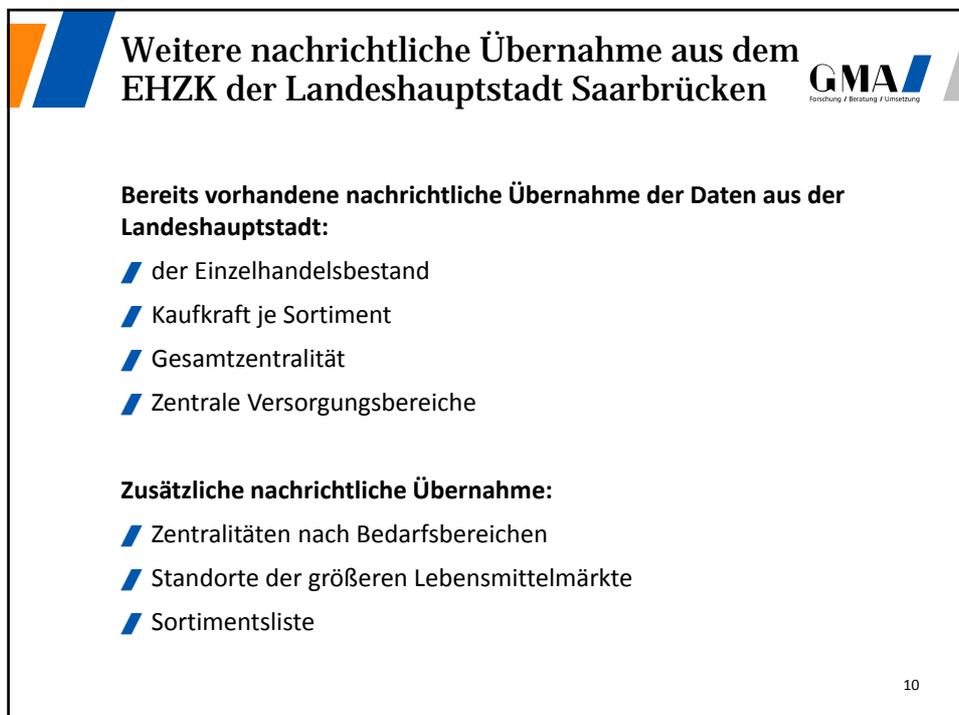
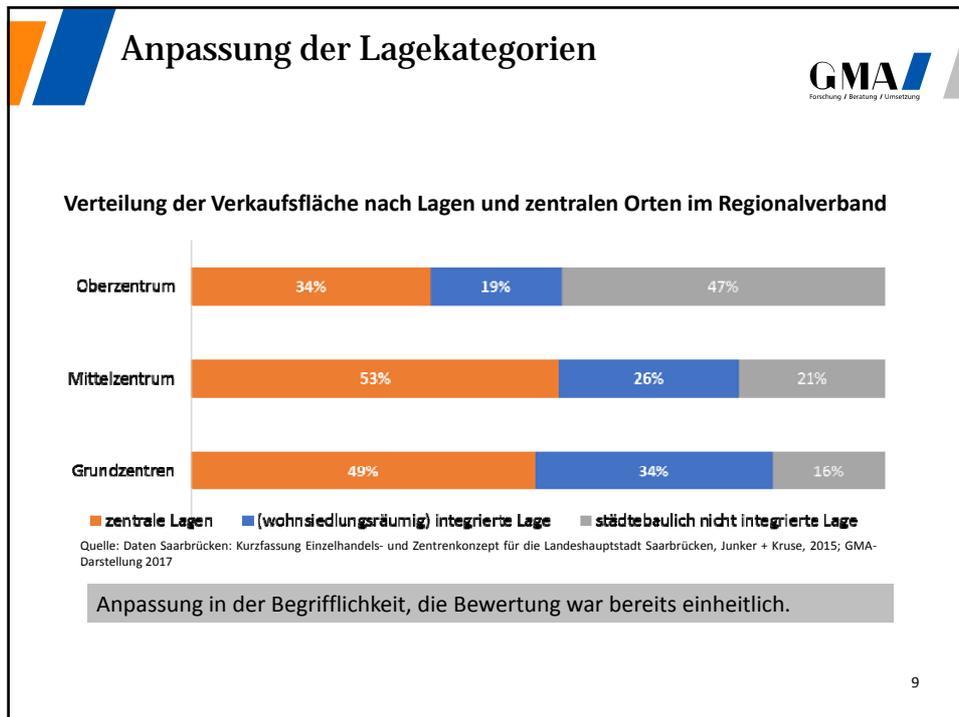
**Langfristiger Bedarf**

Güter, die vom Verbraucher i. d. R. für einen längerfristigen Zeitraum angeschafft werden. Auf diese Bedarfsgruppe entfallen u. a. Wohneinrichtung / Möbel, Elektrogeräte, Bau- und Gartenmarktsortimente.

Papier-, Büro-, Schreibwaren /  
Zeitungen / Zeitschriften /  
Bücher

Sonstige Sortimente: Aktionswaren, Erotikartikel, Second-Hand, Kinderwagen

8

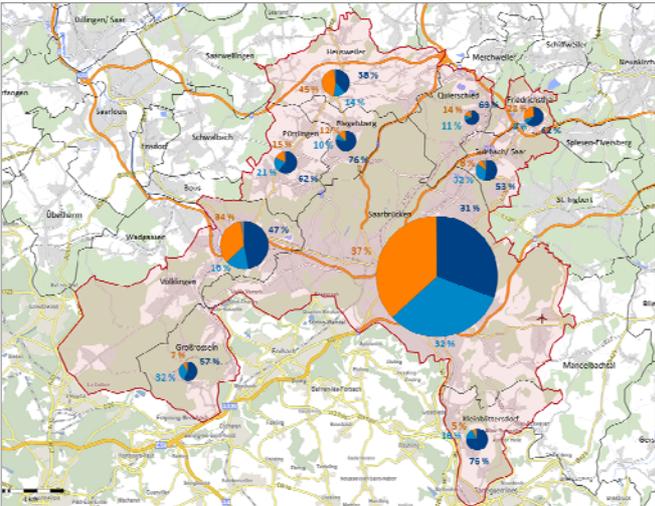


# Gliederung



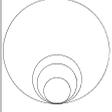
1. Zusammenführung mit dem EHZK Saarbrücken
- 2. Überblick über den Einzelhandelsbestand**
3. Standorte der Nahversorgung
4. Von der Einzelhandelsuntersuchung zum Einzelhandelskonzept

# Verkaufsfläche nach Städten und Gemeinden im Regionalverband

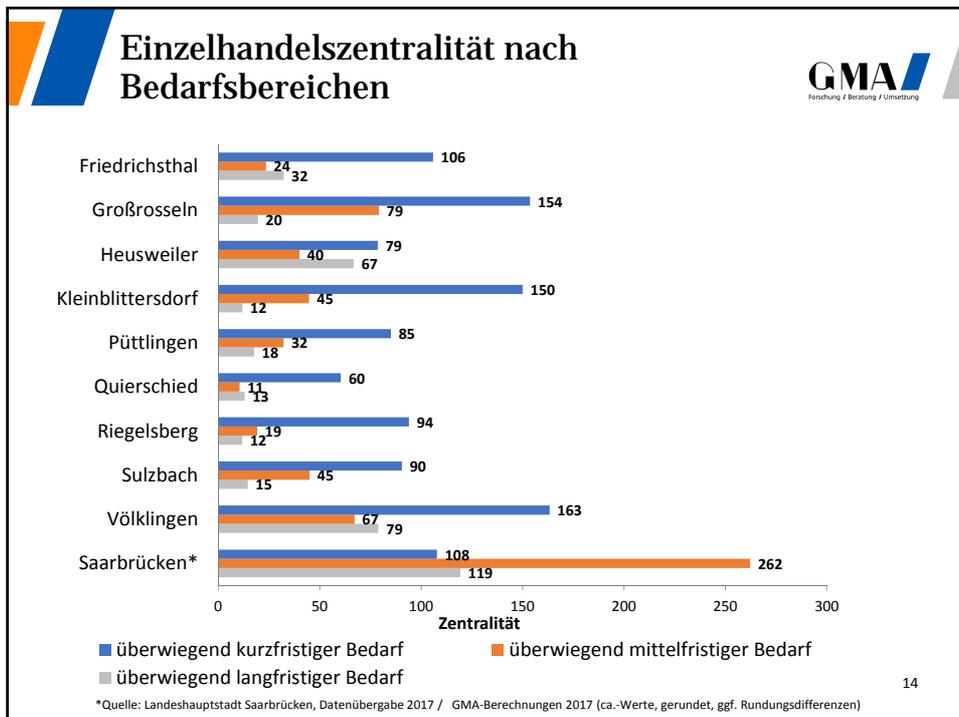
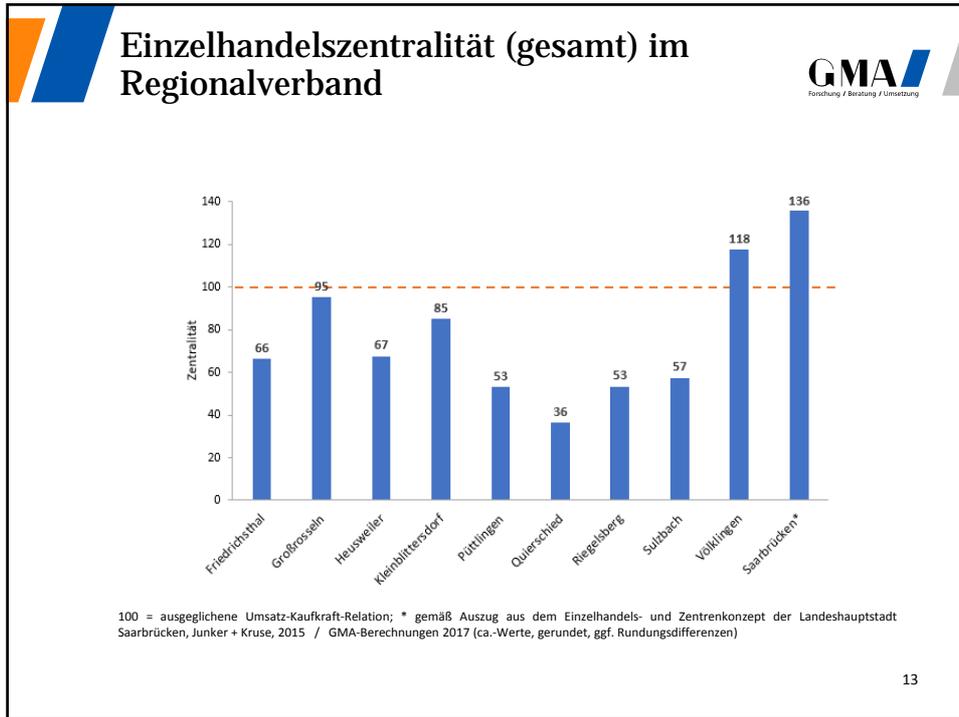
**Legende**

- ▭ Regionalverband Saarbrücken
- Verkaufsfläche**
- ▶ kurzfristiger Bedarf
- ▶ mittelfristiger Bedarf
- ▶ langfristiger Bedarf
- ▶ Sonstige Sortimente



- 400.000 m<sup>2</sup>
- 60.000 m<sup>2</sup>
- 25.000 m<sup>2</sup>
- 6.000 m<sup>2</sup>

Verkaufsfläche der Landeshauptstadt Saarbrücken: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Saarbrücken, Junker + Kruse, 2015  
Quelle: Erstellt mit RegioGraph Planung; GMA-Bearbeitung 2017



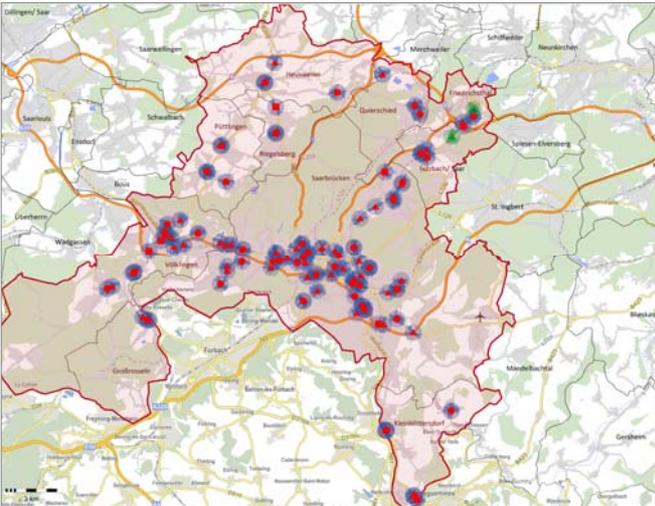
# Gliederung



1. Zusammenführung mit dem EHZK Saarbrücken
2. Überblick über den Einzelhandelsbestand
- 3. Standorte der Nahversorgung**
4. Von der Einzelhandelsuntersuchung zum Einzelhandelskonzept

# Räumliche Versorgungssituation im Regionalverband Saarbrücken



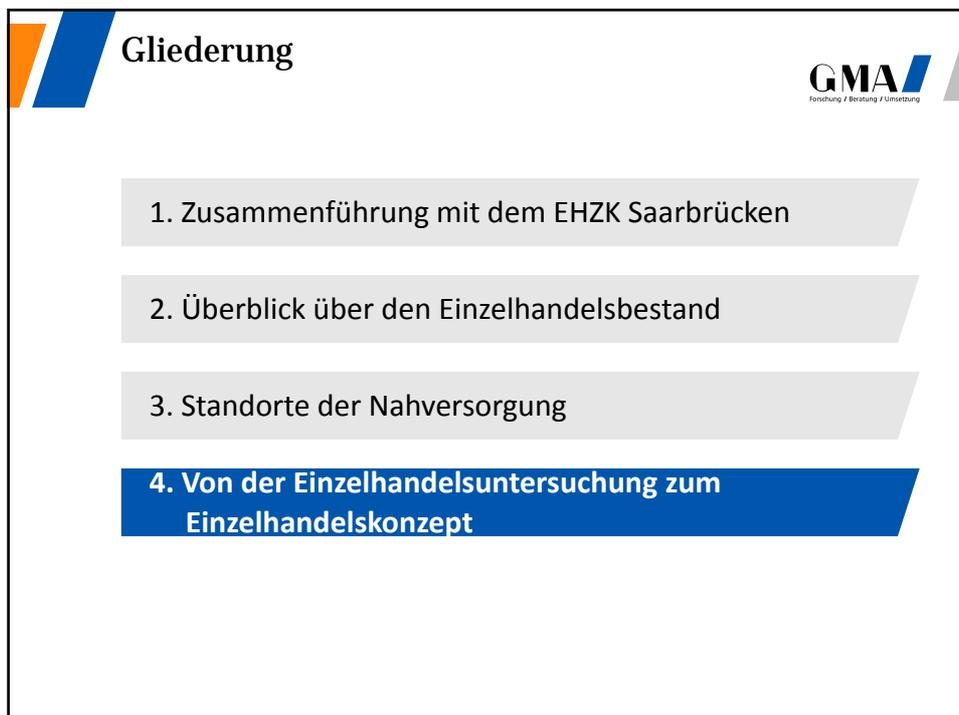
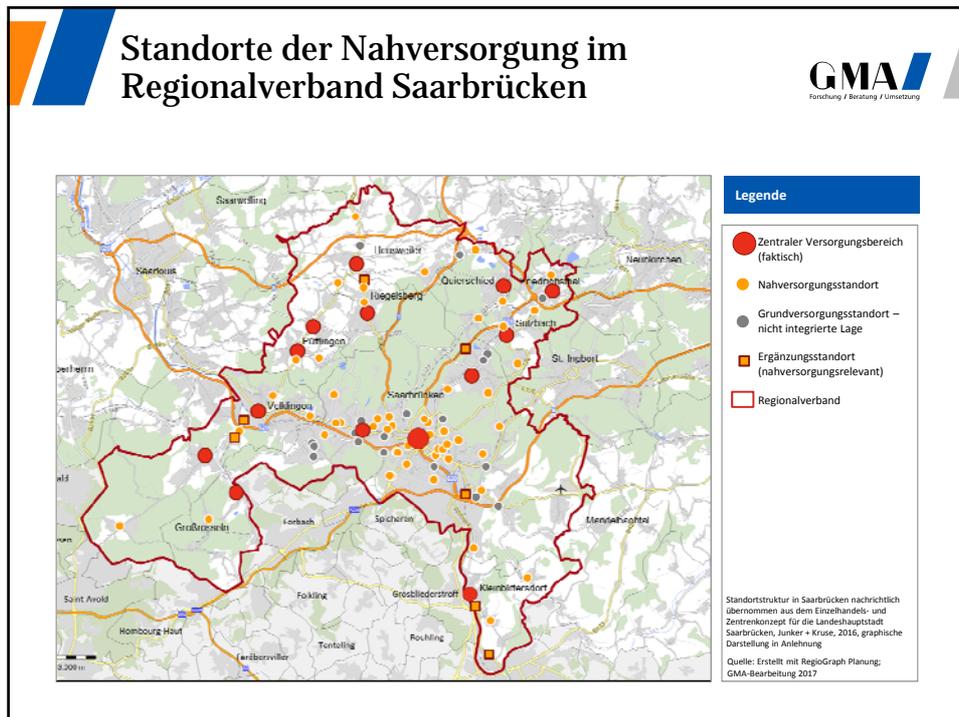


**Legende**

- Regionalverband
- Lebensmittelmärkte > 400m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**
- Supermärkte
- SB-Warenhäuser
- ▲ Discounter
- ▲ Discounter – Planung
- 500 m Radius
- 500 m Radius – Planung
- ★ fußläufige Erreichbarkeit (Isodistanz 600 m)
- ★ fußläufige Erreichbarkeit (Isodistanz 600 m) - Planung

Quelle: Erstellt mit RegioGraph Planung.; GMA-Bearbeitung 2017

16



## Einzelhandels- und Zentrenuntersuchung



**Das Einzelhandelsgutachten stellt zunächst nur eine informelle Informationsgrundlage dar.**

- // **Bestandsaufnahme**
  - Analyse der Angebotsituation
  - Analyse der Nachfragesituation
- // **Situation und Nachfrage in den Nachbargemeinden**
- // **Künftige Einzelhandels- und Kaufkraftentwicklung**
- // **Stärken-Schwächen-Bilanz der Einzelhandelssituation**
- // **Vorschlag zu Sortimentslisten und einer Standortstruktur**
- // **Vorschläge zur interkommunalen Abstimmung bzw. Strategie/Konzeption**

19

## Aufgabe von Einzelhandelskonzepten



**Das Einzelhandelskonzept...**

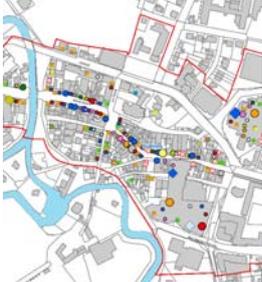
- // bewertet das gesamte Einzelhandelsangebot in der Stadt
- // berücksichtigt die Rahmenbedingungen, z. B. Siedlungsstruktur, Einwohnerentwicklung, zentralörtliche Funktion, raumordnerische Belange
- // stellt Marktgebiet / Kaufkraft / Nachfrageverflechtungen dar
- // leitet Ziele für die Einzelhandelsentwicklung ab
- // zeigt die branchen- und standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten auf
  - sachliche Grundlage zur planungsrechtlichen Steuerung, insbesondere des großflächigen Einzelhandels (großflächig = ab ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)

20

## Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung im Regionalverband

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

- /// Sicherung der zentralörtlichen Funktion der Städte und Gemeinden
- /// Sicherung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung an integrierten Standorten

Sortimentskonzept	Standortkonzept	Nahversorgungskonzept
		

21

## Zentrale Versorgungsbereiche

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

**Wozu zentrale Versorgungsbereiche ?**

- /// zur räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung gemäß städtebaulicher Zielsetzungen
- /// Ausweisung **schutzwürdiger Bereiche** i. S. des Baugesetzbuches; diese Bereiche dürfen in ihrer **Funktions- und Entwicklungsfähigkeit** durch Ansiedlungen / Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben in der Standortkommune / Nachbarkommunen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

22

## Zentrale Versorgungsbereiche

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

**Was sind zentrale Versorgungsbereiche ?**

- // **räumlich abgrenzbare Bereiche** einer Kommune, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus** zukommt
- // nicht nur Innenstadt, Nebenzentren in Stadtteilen, sondern auch **Nahversorgungszentren**
- // **nur städtebaulich integrierte Lagen** (BVerwG, Urteil vom 11. Okt. 2007, BVerwG, Urteil vom 17. Dez. 2009)

Die Abgrenzung richtet sich nach den tatsächlich vorhandenen Gegebenheiten und unterliegt der vollen gerichtlichen Kontrolle

23

## Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

**Zugangsvoraussetzung: Städtebaulich integrierte Lagen**

Funktionale Kriterien	Städtebauliche Kriterien
<ul style="list-style-type: none"> <li>// Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus</li> <li>// Handelsbesatz mit Magnetfunktion</li> <li>// Branchenmix und Fristigkeit</li> <li>// Betriebstypenmix</li> <li>// ergänzender, kleinteiliger Handel, Kompletärnutzungen (Gastronomie, Dienstleistung, kulturelle Angebote, „Multifunktionalität“)</li> <li>// Dichte, Nähe, Längenausdehnung</li> <li>// Wettbewerbssituation im Umfeld</li> <li>// Stabilität und Leistungsfähigkeit der Lage</li> <li>// Entwicklungs- und Flächenpotenziale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>// fußläufige Erreichbarkeit</li> <li>// ÖPNV-Erreichbarkeit</li> <li>// Pkw-Erreichbarkeit</li> <li>// Barrieren / Zäsuren</li> <li>// städtebauliche Qualität (u. a. Zustand und Gestaltung privater und öffentlicher Raum i. S. von Aufenthaltsqualitäten)</li> </ul>

GMA-Darstellung 2017

24

## Standortstruktur im Regionalverband I



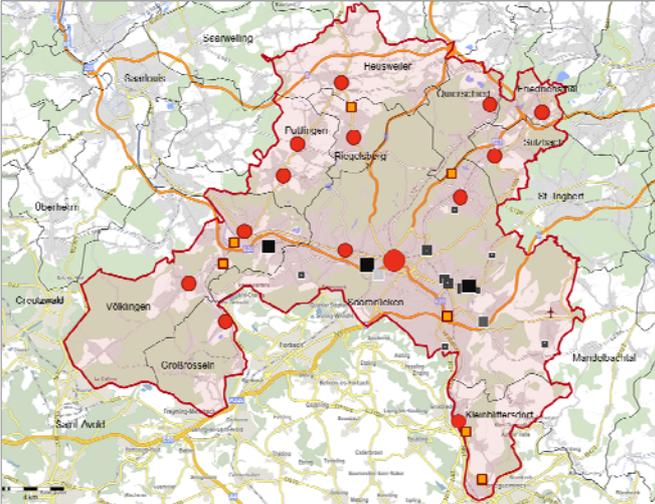
(faktische) zentrale Versorgungsbereiche	Sonderstandorte mit Teilfunktion Nahversorgung	Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandel
<b>Innenstädte bzw. Ortskerne</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saarbrücken Innenstadt*</li> <li>• Völklingen Innenstadt</li> <li>• Friedrichsthal Innenstadt</li> <li>• Großrosseln Ortskern</li> <li>• Heusweiler Ortskern</li> <li>• Kleinblittersdorf Ortskern</li> <li>• Quierschied Ortskern</li> <li>• Riegelsberg Ortskern</li> <li>• Sulzbach Innenstadt</li> <li>• Püttlingen Innenstadt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saarbrücken-Globus*</li> <li>• Saarbrücken-Real*</li> <li>• Kleinblittersdorf-Elsässer Straße</li> <li>• Kleinblittersdorf-Rilchingen-Hanweiler</li> <li>• Riegelsberg-Saarbrücker Straße - Kaufland</li> <li>• Völklingen-Wehrden-Kaufland</li> <li>• Völklingen-Am Hammergraben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saarbrücken-Saarbasar*</li> <li>• Saarbrücken-Saarterrassen*</li> <li>• Völklingen-Fürstenhausen</li> </ul>
<b>Stadtbezirkszentren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saarbrücken-Dudweiler*</li> <li>• Saarbrücken-Burbach*</li> </ul>		
<b>Nahversorgungscentren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Püttlingen-Köllerbach</li> <li>• Völklingen-Ludweiler</li> </ul>		
zentrale Versorgungsbereiche gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO	Standort des im Wesentlichen großflächigen Lebensmittel-einzelhandels, autokundenorientiert und eher dezentral gelegen	autokundenorientierter Standort des im Wesentlichen großflächigen Einzelhandels

\* Standortstruktur in Saarbrücken nachrichtlich übernommen aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Saarbrücken, Junker + Kruse, 2015

25

## Standortstruktur im Regionalverband Saarbrücken II





**Legende**

- Zentraler Versorgungsbereich (faktisch)
- Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels
- solitäre Sonderstandorte >5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- perspekt. solitäre Sonderstandorte >5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- solitäre großflächige Einzelhandelsbetriebe < 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (nicht-zentrenrelevant)
- Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung
- Regionalverband

Standortstruktur in Saarbrücken nachrichtlich übernommen aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Saarbrücken, Junker + Kruse, 2016, graphische Darstellung in Anlehnung  
Quelle: Erstellt mit RegioGraph Planung; GMA-Bearbeitung 2017

26

## Anforderungen an die Abgrenzung eines Hauptzentrums

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

**/// Innenstädte / Ortskerne = Hauptzentren**

- differenziertes Einzelhandelsangebot mit hoher Sortimentstiefe
- i. d. R. wiesen diese einen wesentlichen Frequenzbringer im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel auf
- Ausnahme bilden die Grundzentren Kleinblittersdorf, Riegelsberg, Püttlingen und Sulzbach; diesen Zentren fehlt ein großflächiger Lebensmittelmarkt, dennoch handelt es sich um Standorte mit einem umfangreichen Einzelhandelsbesatz. Diesen Zentren kann funktional und städtebaulich eindeutig ein Standort mit (großflächigem) Lebensmitteleinzelhandel im Umfeld zugeordnet werden (z. B. Burgplatz in Püttlingen, Quierschieder Weg in Sulzbach)

27

## Zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente

**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

**Zentrenrelevante Sortimente:**

- bedingen das wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belegung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- von ihnen geht ein besonderes „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren aus, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden

**Nahversorgungsrelevante Sortimente:**

- dienen vorwiegend der Nahversorgung / kurzfristiger Bedarfsbereich
- diese Angebote sollten in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden
- **Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente**

**Nicht zentrenrelevante Sortimente:**

- hoher Platzbedarf / hervorgerufene Verkehrsfrequenz
- Angebot i. d. R. an Standorten außerhalb von Zentren
- diese Sortimente stellen keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar

## Sortimentsliste für die Landeshauptstadt Saarbrücken



**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

zentrenrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Drogeriewaren	Haushaltwaren*
Getränke <sup>2</sup>	Heimtextilien, Gardinen, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche
Nahrungs- und Genussmittel <sup>2</sup>	Hörgeräte
Parfümerie- und Kosmetikartikel	Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
Pharmazeutika	Künstlerartikel, Bastelzubehör
Schnittblumen	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme
Zeitungen / Zeitschriften	Musikinstrumente und Zubehör
Angler- und Jagdartikel, Waffen	Optik, Augenoptik
Bekleidung	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Bild- und Tonträger	Sanitärartikel
Bücher	Schuhe
Büromaschinen	Spielwaren
Computer und Zubehör	Sportartikel und -geräte (inkl. Sportgroßgeräte <sup>3</sup> )
Elektrokleingeräte	Sportbekleidung
Erotikartikel	Sportschuhe
Fahrräder und technisches Zubehör	Telekommunikation und Zubehör
Foto	Uhren, Schmuck
Glas, Porzellan, Keramik <sup>4</sup>	Unterhaltungselektronik und Zubehör
Handarbeiten, Kurzwaren, Meterware, Stoffe, Wolle	
Nicht-zentrenrelevante Sortimente (keine abschließende Auflistung)	
Bauelemente, Baustoffe <sup>4</sup>	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Bettwaren, Matratzen <sup>7</sup>	Maschinen / Werkzeuge
Bodenbeläge, Teppiche (Auslegware)	Möbel <sup>12</sup>
Campingartikel <sup>8</sup>	Pflanzen / Samen
Eisenwaren, Beschläge	Reitsportartikel
Elektrogeräte	Rolläden / Markisen
Elektroinstallationsmaterial	Sanitärartikel
Farben, Lacke	Tapeten
Fliesen	Teppiche (Einzelware)
Gartenartikel und -geräte <sup>9</sup>	Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe / Vasen (indoor)
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör <sup>10, 11</sup>	Zoologische Artikel (inkl. lebende Tiere und Tiernahrung) <sup>12</sup>
Kinderwagen	

Quelle: Kurzfassung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Saarbrücken, Junker + Kruse, Mai 2015

29

## Sortimentsliste im Untersuchungsraum

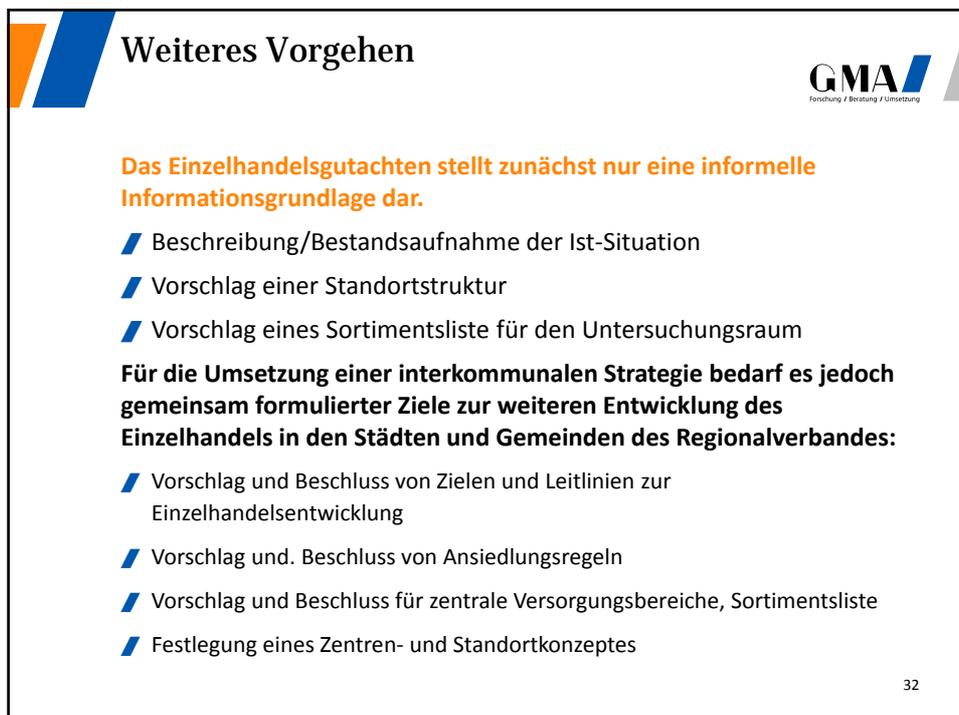
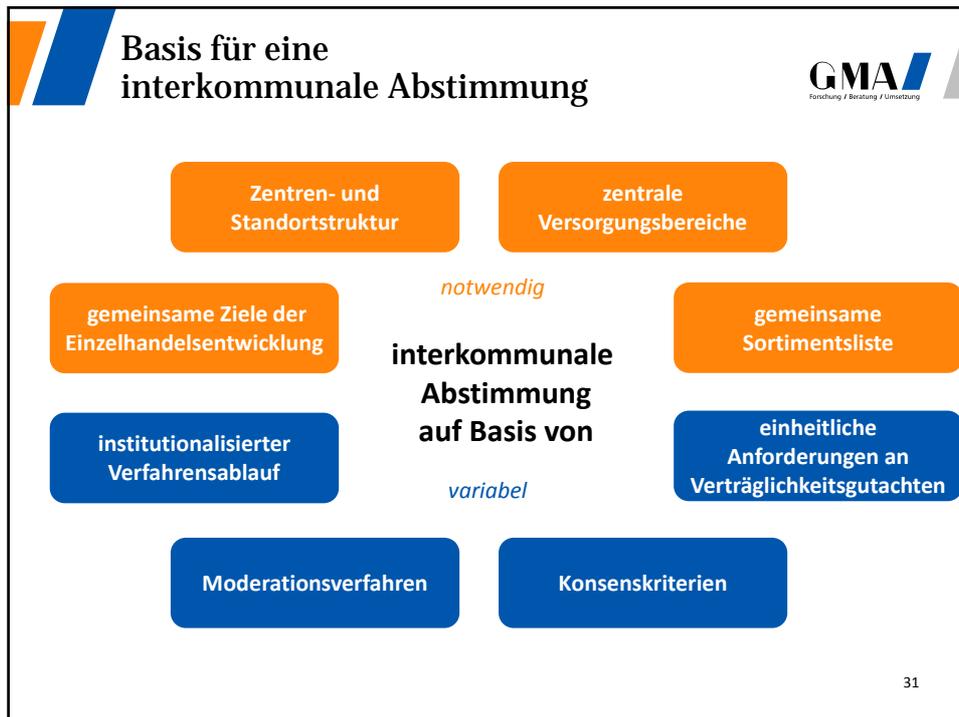


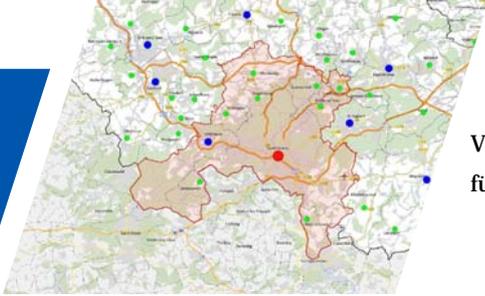
**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente*
<b>davon nahversorgungsrelevant</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tiere, Tiernahrung, Zooartikel, Tierpflegemittel</li> <li>▪ Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel</li> <li>▪ Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher)</li> <li>▪ Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge</li> <li>▪ Sanitärartikel, Fliesen</li> <li>▪ Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel)</li> <li>▪ Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken)</li> <li>▪ Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper</li> <li>▪ Elektroinstallationsbedarf</li> <li>▪ Antennen / Satellitenanlagen</li> <li>▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tape- ten</li> <li>▪ Elektrogroßgeräte (weiße Ware**)</li> <li>▪ Büromaschinen, Büroorganisationsmittel</li> <li>▪ Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen</li> <li>▪ <b>Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)</b></li> <li>▪ <b>Fahrräder, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung)</b></li> <li>▪ <b>Sportgroßgeräte</b></li> <li>▪ Brennstoffe, Mineralölzeugnisse</li> <li>▪ Kfz-Zubehör, Motorradzubehör</li> <li>▪ Kfz- und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds***</li> <li>▪ Baby-, Kinderartikel (großformatig, bspw. Kinderwagen, Kinderautositze)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke, Reformwaren)</li> <li>▪ Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika</li> <li>▪ Apothekewaren, pharmazeutische Artikel</li> <li>▪ Schnittblumen</li> <li>▪ Zeitungen, Zeitschriften</li> </ul>	
<b>zentrenrelevant</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bekleidung, Wäsche</li> <li>▪ Schuhe, Lederwaren</li> <li>▪ Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf</li> <li>▪ Spielwaren und Bastelartikel</li> <li>▪ Medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren</li> <li>▪ Baby-, Kinderartikel (kleinteilig)</li> <li>▪ Sportartikel, Sportkleingeräte</li> <li>▪ Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe)</li> <li>▪ Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Bettlaken</li> <li>▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel</li> <li>▪ Kunstgewerbe, Antiquitäten</li> <li>▪ Uhren, Schmuck</li> <li>▪ Foto- und Videoartikel</li> <li>▪ Optische Erzeugnisse, Hörgeräte</li> <li>▪ Musikinstrumente</li> <li>▪ Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD- Player), Ton- und Bildträger</li> <li>▪ Computer</li> <li>▪ Elektrokleingeräte (weiße und braune Ware)**</li> <li>▪ Geräte der Telekommunikation</li> <li>▪ Angler- und Jagdartikel, Waffen</li> </ul>	

\* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen eines Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.  
 \*\* weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte; braune Ware: z. B. Radio-, Fernsehgeräte, DVD-Player  
 \*\*\* kein Einzelhandel im engeren Sinne / GMA-Empfehlungen 2017

30





**GMA**  
Forschung / Beratung / Umsetzung

**Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit**



**Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**  
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München  
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl  
Siegburger Straße 215  
50679 Köln

Telefon: +49 221 989438-0  
Telefax: +49 221 989438-19  
E-Mail: [office.koeln@gma.biz](mailto:office.koeln@gma.biz)  
Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH.  
Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA