



Dr. Lademann & Partner Friedrich-Ebert-Damm 311 22159 Hamburg

Procom Invest GmbH & Co. KG
Herrn Michael Bleiziffer
Rathausstraße 7
20095 Hamburg

Per e-mail an: m.bleiziffer@procominvest.de

Hamburg, 23. Oktober 2014

**Fachmarktzentrum Usingen -
Sonderverkaufsfläche für Saisonwaren im Außenbereich**

Sehr geehrter Herr Bleiziffer,

im Kontext des geplanten innerstädtischen Fachmarktzentrums in Usingen wurde nunmehr die Erforderlichkeit einer Sonderverkaufsfläche für Saisonwaren im Außenbereich des Fachmarktes thematisiert. Da diese Sonderverkaufsfläche nicht im Rahmen der Verträglichkeitsuntersuchung analysiert wurde, bitten Sie uns um eine ergänzende Kurzeinschätzung zur Verträglichkeit. Dieser Bitte kommen wir hiermit gerne nach.

Dr. Lademann & Partner orientieren sich an der Verkaufsflächendefinition gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24.11.2005 (4 C 10.04). Neben den durch die Kunden zu betretenden reinen Verkaufsflächen, zählen danach auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials) sowie der Windfang zur Verkaufsfläche. Nicht einzubeziehen sind dagegen die Flächen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen.

Bezogen auf die Sonderverkaufsfläche im Außenbereich der Fachmarktimmobilie ist zu berücksichtigen, dass in Anlehnung an die Rechtsprechung Freiflächen dann nicht als Verkaufsfläche angerechnet werden, wenn diese nur temporär zu Verkaufs- oder Ausstellungszwecken dienen. In der gutachterlichen Praxis werden solche Außenflächen als Verkaufsfläche erfasst, die dauerhaft eingezäunt sind. Die temporäre Nutzung von Freiflächen, insb. während den Öffnungszeiten für sperrige oder saisonale Produkte (z.B. Weihnachtsbäume) ist nicht als dauerhafte Nutzung und damit auch nicht als Verkaufsfläche zu interpretieren.

Friedrich-Ebert-Damm 311
22159 Hamburg
Telefon +49 40 645577-0
Telefax +49 40 645577-33
www.dr-lademann-partner.de
info@dr-lademann-partner.de

Königstraße 10c
70173 Stuttgart
Telefon +49 711 22254-489
stuttgart@dr-lademann-partner.de

Prinzenallee 7
40549 Düsseldorf
Telefon +49 211 52391-448
duesseldorf@dr-lademann-partner.de

Altmarkt 10d
01067 Dresden
Telefon +49 351 8134-502
dresden@dr-lademann-partner.de

Geschäftsführer
Prof. Dr. Rainer P. Lademann
Uwe Seidel

Commerzbank AG
BLZ 200 400 00
Konto 220 17 21

IBAN: DE66 2004 0000
0220 1721 00
BIC: COBADEFF

Hamburger Sparkasse
BLZ 200 505 50
Konto 1241 / 125 879

Handelsregister
Hamburg HRB 36703

UST-IDNr. DE 118658500
Steuer-Nr. 09/880/01376



Im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel dienen Außenverkaufsflächen i.d.R. dem Verkauf von saisonal nachgefragten und eher transportsensiblen Sortimenten (zum Beispiel im Sommer Grillkohle und Pflanzenerde, im Winter Weihnachtsbäume oder Streusalz). Zeitlich begrenzte sowie wechselnde Angebote haben v.a. einen ergänzenden Charakter. Würde man die Umsätze der im Außenbereich befindlichen Saisonwaren auf die einzelnen möglichen Sortimentsbereiche (z.B. Gartenbedarf) herunter brechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zudem zeigen, dass die jeweiligen Marktanteile und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen durch diese Saisonsortimente nur sehr gering wären.

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass es sich v.a. um flächenextensive Sortimente handelt, die deutlich geringere Flächenleistungen generieren, als die bereits geprüften flächenintensiveren Angebote (im Innenbereich) der Fachmärkte. Die Saisonsortimente im Außenbereich ordnen sich dem Hauptangebot unter.

Eine Sonderverkaufsfläche für Saisonwaren ist nach Auffassung von Dr. Lademann & Partner damit vertretbar und zulässig.

Wir hoffen Ihnen mit dieser Kurzeinschätzung weitergeholfen zu haben.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Sandra Emmerling

Dr. Lademann & Partner GmbH