

per E-Mail: t.basedow@elbtaale.de



**Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg
Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Telefon: +49 (0) 221 / 98 94 38-0
Telefax: +49 (0) 221 / 98 94 38-19

E-Mail office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

GMA · Siegburger Straße 215 · 50679 Köln

Samtgemeinde Elbtaale
Frau Tanja Basedow
Am Markt 7
29456 Hitzacker (Elbe)

Unser Zeichen	Durchwahl	E-Mail	Datum
KST -aw	0170 / 51 84 175	katharina.staiger@gma.biz	10.03.2020

Ergänzung zur Auswirkungsanalyse des hagebaumarktes in Dannenberg (Elbe)

Sehr geehrte Frau Basedow,

anbei unsere Stellungnahme zu den offenen Aspekten in Bezug auf unsere Auswirkungsanalyse¹ zur Erweiterung des hagebaus in Dannenberg (Elbe).

1. Vorhabenbeschreibung

Im Schwerpunkt ist ein Bau- und Gartencenter mit folgenden Sortimenten geplant:

Kernsortimente:

- /// Baustoffe/Baumarkt/Heimwerker
- /// Baustoffe; Fenster und Türen; Fliesen; Sanitärinstallation/-ausstattung;
- /// Holz/Parkett; Malerbedarf; Elektroinstallation; Werkzeug/-maschinen; Bodenbeläge;
- /// Eisenwaren; Möbel (u.a. Bad, Küche); baumarktrelevante Haushaltsartikel;
- /// Leuchten; Autozubehör; Arbeitskleidung und -schuhe.
- /// Gartenmarkt mit Freigelände
- /// Baumschulwaren/Beetpflanzen; Gartenartikel/Teichanlagen; Haushaltschemie,
- /// Düngemittel; Garten- und Forstgeräte; Gartenhäuser; Gartenmöbel; Gartenkamäne,
- /// Grills; (Topf-) Pflanzen, Erde.

¹ fertiggestellt am 27.10.2017.

Randsortimente

Gardinen/Zubehör; Bilder/Rahmen; Zweiräder/Zubehör; Campingwaren; sonstige Randsortimente wie Aktionsartikel, Kunstgewerbe, Wohnaccessoires, sonstige nicht baumarktrelevante Haushaltswaren, Tiernahrung sowie Nahrungs- und Genussmittel.

Außerdem sind **ergänzende Nutzungen** wie Schank und Speisewirtschaften, Bäckereien bis 30 m², mobile Verkaufsstände mit saisonalen Waren bis 10m² sowie Dienstleistungs- und Handwerkerbetriebe möglich.

In einem gesondertem Baugebiete nach § 8 BauNVO werden Einzelhandelsbetriebe ausgeschlossen. Lediglich ein Annex-Handel wird möglich sein.

Grundsätzlich sind mobile Verkaufsstände bei einem großflächigen Einzelhandel als ergänzende Nutzungen zu betrachten. Diese führen überwiegend saisonale Nahrungsmittel, die häufig für einen begrenzten Zeitraum im Jahr angeboten werden. Eine Ansammlung mehrerer Verkaufsstände wird aufgrund der ursprünglichen Nutzung als Baumarkt und Gartencenter nicht erwartet. Aufgrund der abseitigen Lage des Plangebiets im Stadtgebiet wird die Befürchtung, dass eine Art Wochenmarkt entstehen könnte, nicht geteilt. Mobile Verkaufsstände sind i.d.R auch ohne Festsetzung im Bebauungsplan zulässig, da sie der Konzession unterliegen und keine Baugenehmigung erfordern.

Ergänzende Schank- und Speisewirtschaften sind separat von Einzelhandelsbetrieben zu betrachten. Sie werden bereits in der BauNVO separat aufgelistet und stellen im Rahmen des Sonstigen Sondergebietes eine korrespondierende Nutzung mit periodisch zentrenrelevanten Sortimenten dar. Sie stellen eine zusätzliche Nutzung dar, wie sie typisch für einen Baumarkt und Gartencenter ist. Grundsätzlich werden dort auch periodisch zentrenrelevante Sortimente angeboten, jedoch in einer deutlich untergeordneten Funktion. Gleiches gilt für Bäckereien/Backshops.

Alle vorstehend genannten Nutzungen können grundsätzlich zentrenrelevant sein. Eine rechnerische Berücksichtigung im Verträglichkeitsgutachten wird dennoch für nicht notwendig erachtet.

Die Nutzungen generieren einen marginalen Anteil am Gesamtumsatz, so dass eine separierte Betrachtung/Berechnung nicht erfolgt. Die ergänzenden Nutzungen werden zudem von Kunden genutzt, die im Rahmen des Hauptsortimentes den Baumarkt und Gartencenter nutzen. Eine darüber hinausgehende Verteilung des Umsatzes ist nicht zu erwarten; die Einhaltung des Kongruenzgebotes ist dadurch nicht gefährdet.

Dienstleistungs- und Handwerksbetriebe unterfallen ebenfalls nicht den in der „Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung von hagebau in Dannenberg (Elbe)“ untersuchten Vorgaben der Raumordnung. Die Überprüfung der raumordnerischen Vorgaben zum Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot bezog sich innerhalb des Gutachtens auf die Sortimente des im Sondergebiet zulässigen Baumarkt und Gartencenters. Dienstleistungs- und Handwerksbetriebe stellen auch in diesem Zusammenhang eine korrespondierende Nutzung zum Baumarkt- und Gartencenter dar. Auf Grund dieser typischen, ergänzenden Nutzungen im Kassenbereich von Baumärkten (z.B. in Form eines Schlüsseldienstes) wird nicht davon ausgegangen, dass sich infolgedessen eine Agglomeration entwickelt, die Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Dannenberg (Elbe) besitzt.

Dienstleistungs- und Handwerksbetriebe unterliegen nicht den Vorgaben der Raumordnung bzgl. Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot und sind grundsätzlich zulässig, ohne dass diese in der Verträglichkeitsanalyse berücksichtigt worden sind.

Da im geplanten Gewerbegebiet abgesehen vom Annex-Handel kein Einzelhandel zulässig ist, besteht hier auch nicht die Gefahr einer Agglomeration. Daher werden die Auswirkungen des Gewerbegebietes ebenfalls nicht in der vorliegenden Auswirkungsanalyse betrachtet.

2. Einteilung der Sortimente

Die Sortimente Leuchten, Autozubehör, baumarktrelevante Haushaltswaren (u. a. Wäscheständer und -körbe, Wäschespinnen, Leitern, Aufbewahrungsboxen, Eimer, Putzmittel) werden in jedem großflächigen Bau- / Heimwerkermarkt geführt, so dass diese dem **Kernsortiment** zugerechnet werden. Zudem sind diese Sortimente nur noch selten in innerstädtischen Fachgeschäften noch zu finden, d.h. werden in Sortimentslisten im Rahmen von Einzelhandelskonzepten als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

Hingegen werden die Sortimente Gardinen / Zubehör, Zweiräder und Zubehör, Campingwaren, Tiernahrung, Bilder / Rahmen, Kunstgewerbe, Wohnaccessoires, nicht baumarkttypische Haushaltswaren und Nahrungs- und Genussmittel nicht immer in großflächigen Baumärkten angeboten und sind daher als **Randsortimente** zu bezeichnen.

- /// Die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Tiernahrung werden in allen Supermärkten, Lebensmittel-Discountern und Drogeriemärkten geführt und sind damit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevant.
- /// Die Sortimente nicht baumarkttypische Haushaltswaren sowie Bilder / Rahmen, Kunstgewerbe, Wohnaccessoires² werden auch heute noch sehr häufig in innerstädtischen Fachgeschäften oder Kaufhäusern geführt, d.h. es handelt sich um ein zentrenrelevantes Sortiment. Das Sortiment Zweiräder / Zubehör wird in Fachgeschäften und Fachmärkten sowie als Aktionswaren in Lebensmittel-Discountern geführt. Da in Dannenberg (Elbe) zwei Fahrradgeschäfte in der Innenstadt ansässig sind, trägt auch das Sortiment Zweiräder / Zubehör zur Geschäfts- und Angebotsvielfalt bei und sollte als zentrenrelevant eingeordnet werden.
- /// Das Sortiment Gardinen / Zubehör wird sowohl in Fachgeschäften (Raumausstatter) angeboten, die zum Teil in Ortskernen / Innenstädten vertreten sind als auch häufig in Streulagen außerhalb der Zentren. Darüber hinaus wird dieses Sortiment schwerpunktmäßig von Möbelhäusern, Baumärkten und Renovierungs- / Einrichtungsfachmärkten geführt, die ganz überwiegend außerhalb der Innenstädte ansässig sind. Da es in Dannenberg nur von zwei Anbietern außerhalb der Ortsmitte geführt wird, ist es hier als nicht zentrenrelevant zu werten. Auch Campingartikel werden heute ganz überwiegend außerhalb von Zentren geführt, insbesondere in Outdoorfachmärkten / Sportfachmärkten wie McTrek und Decathlon, aber auch in inhabergeführten Fachgeschäften, die sich die Mieten in Innenstädten oft nicht leisten können und daher in Streulagen anzutreffen sind. Kleinteilige Artikel des Campingbedarfs werden zum Teil auch von Sportgeschäften geführt, insgesamt ist das

² Der Begriff „Geschenkartikel“ wird nicht mehr in Sortimentslisten verwendet, da er zu unbestimmt ist.

Sortiment aufgrund des Platzbedarfs der oft großformatigen Artikel wie Zelte, Sonnensegel / Markisen für Campingfahrzeuge, großvolumige Trekkingrucksäcke jedoch als nicht zentralrelevant einzustufen.

3. Berechnung der relevanten Kaufkraft und des Umsatzes

Bezogen auf das Vorhaben in Dannenberg (Elbe) betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

- /// für das Kernsortiment Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf ca. 645 €
- /// für die Randsortimente ca. 225 €.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research lag das Kaufkraftniveau in Dannenberg (Elbe) bei 94,0 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Mit Ausnahme von Damnitz lag in allen übrigen Mitgliedsgemeinden³ ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau vor. Im überörtlichen Einzugsgebiet, insbesondere in den Kommunen im Landkreis Ludwigslust-Parchim, ist ebenfalls ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau vorhanden. Im Einzugsgebiet errechnet sich ein **Kaufkraftvolumen im Kernsortiment** von ca. **20,4 Mio. €**.⁴ Für die **Randsortimente** beträgt die Kaufkraft im Einzugsgebiet ca. **7,1 Mio. €**.

Tabelle 1: Kaufkraftvolumen für das Vorhaben im Kernsortiment und Randsortiment

Zonen	Kaufkraft in Mio. €		
	Kernsortiment	Randsortimente	Summe
Zone I	8,6	3,0	11,5
Zone II	4,1	1,4	5,6
Zone III	7,7	2,7	10,4
Zonen I – III	20,4	7,1	27,5

GMA-Berechnungen 03 / 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Zur Berechnung des **voraussichtlichen Umsatzes** des Vorhabens wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den Zonen des Einzugsgebietes.

Zudem lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts die **perspektivische Umsatzherkunft** der Kunden ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Im Kernsortiment Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf lässt sich für das Vorhaben ein Umsatz von ca. 6,7 Mio. € ermitteln.

³ Damnitz 103,1 / Gusborn 97,1 / Zernien 96,2 / Jameln 95,8 / Göhrde 95,8 / Neu Darchau 94,3 / Karwitz 94,0 / Langendorf 91,5 / Hitzacker (Elbe) 91,5.

⁴ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes im Kernsortiment (Ursprungsvariante)

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	8,6	40	3,4	50
Zone II	4,1	35	1,4	21
Zone III	7,7	20	1,5	22
Streuumsätze		-	0,5	6
Insgesamt	20,4	32 – 33	6,7	100

GMA-Berechnungen 03/2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Mit einem Marktanteil von rd. 40 % in Dannenberg (Elbe) einschließlich Kongruenzraum (Zone I) wird eine sehr hohe Abschöpfung der Kaufkraft zugrunde gelegt, da Hagebau bestens eingeführt ist und sich die Standortbedingungen an der B 191 verbessern werden. Aus dem Grundzentrum Hitzacker (Elbe) und den Mitgliedsgemeinden im Kongruenzraum (Zone II) wird gut ein Drittel der Kaufkraft abgeschöpft. Sowohl in Zone I als auch in Zone II ist eine höhere Abschöpfung der Kaufkraft aufgrund der Mehrfachorientierungen der Verbraucher auf diverse Anbieter, u. a. Systemwettbewerber, nicht möglich. Aus den Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinden Gartow und Lüchow (Wendland) sind die Konkurrenzstandorte in Lüchow (Wendland) gut zu erreichen, sodass eine höhere Abschöpfung als 20 % nicht realistisch ist.

Bezogen auf die Randsortimente wird ein Umsatz von ca. 0,7 Mio. € p.a. prognostiziert.

Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes im Randsortiment (Ursprungsvariante)

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	3,0	15	0,45	62
Zone II	1,4	10	0,14	20
Zone III	2,7	3	0,08	11
Streuumsätze		-	0,05	7
Insgesamt	7,1	10 – 11	0,72	100

GMA-Berechnungen 03 / 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Aufgrund der geringen Verkaufsflächen der Randsortimente ergibt sich ein vergleichsweise geringer Umsatz der Randsortimente insgesamt von ca. 0,7 Mio. € (vgl. Umsatzprognose), d.h. der Umsatz je Randsortiment liegt bei max. 0,1 – 0,2 Mio. €. Dementsprechend gering fallen die Umsatzumverteilungen der einzelnen Randsortimente zu Lasten relevanter Wettbewerber aus. So sind die Umsatzumverteilungen rechnerisch kaum mehr nachweisbar. Aus diesen Gründen ist eine Berechnung für jedes Randsortiment mit Blick auf die raumordnerischen Auswirkungen nicht zielführend.

4. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Kongruenzgebot wird auf den Umsatz eines Vorhabens bezogen, welcher mit privaten Endverbrauchern generiert wird. Das Kongruenzgebot wird wie folgt bewertet:

- /// Das Einzugsgebiet des Vorhabens bezieht sämtliche Mitgliedsgemeinden der SG Elbtalau sowie weitere Kommunen im Umland mit ein.
- /// Etwa 52 % des Vorhabenumsatzes im Kern- und Randsortiment stammt aus dem grundzentralen Kongruenzraum des Grundzentrums Dannenberg (Elbe)⁵. Damit wird das Kongruenzgebot nicht eingehalten. Rd. 21 % werden aus dem grundzentralen Kongruenzraum von Hitzacker (Elbe) generiert. Etwa 21 % des Umsatzes werden mit Kunden aus weiteren Umlandgemeinden und etwa 6 % durch Streukunden von außerhalb des Einzugsgebietes erzielt.
- /// Das Kongruenzgebot wird in der angestrebten Größen des Vorhabens nur eingehalten, wenn dem Grundzentrum Dannenberg (Elbe) sämtliche Mitgliedsgemeinden der SG Elbtalau zugeordnet werden.

Von den Kunden machen zwar die privaten Endverbraucher den Großteil des Umsatzes aus, wenngleich auch gewerbliche Kunden im Hagebau einkaufen. Basierend auf einer vorsichtigen Annahme des gewerblichen Umsatzanteils von etwa 15 – 20 % Umsatz entspricht dies rd. 1,5 Mio. €. Der Gesamtumsatz setzt sich dem Anteil mit privaten Kunden von rd. 7,4 Mio. € und dem Anteil mit gewerblichen Kunden von rd. 1,5 Mio. € zusammen. Mit einem Umsatz von ca. 8,9 Mio. € leitet sich für die Verkaufsfläche von rd. 6.800 m² (gewichtet) ein Umsatz / m² Verkaufsfläche von rd. 1.300 € ab, welcher für einen Bau- / Heimwerker- / Gartenfachmarkt in einem Raum mit unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveau angemessen ist.

Entsprechend der Unterteilung der beiden grundzentralen Kongruenzräume müsste das Vorhaben deutlich in der Größe reduziert werden (4.600 m² gewichtete Verkaufsfläche), damit das Kongruenzgebot eingehalten wird. In den Randsortimenten ist ein Umsatz von **ca. 0,4 Mio. € p.a.** zu erwarten.

Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes im Kernsortiment (reduzierte Variante; 4.600 m² Verkaufsfläche gewichtet)

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	8,6	40	3,4	72
Zone II	4,1	15	0,6	13
Zone III	7,7	7	0,5	11
Streuumsätze		-	0,2	4
Insgesamt	20,4	23 – 24	4,7	100

GMA-Berechnungen 03/2020

⁵ Vgl. Tabellen 2 und 3 der vorliegenden Stellungnahme. Rechenbeispiel: Aus Zone I stammen insgesamt 3,85 Mio. € des Gesamtumsatzes (3,4 Mio. € Umsatz im Kernsortiment + 0,45 Mio. € bei den Randsortimenten). Stellt man diesen Wert dem Gesamtumsatz von 7,42 Mio. € gegenüber (6,7 Mio. € Kernsortiment + 0,72 Mio. € Randsortimente), so ergibt sich ein Anteil von 52 %.

Tabelle 5: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes im Randsortiment (reduzierte Variante)

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	3,0	10	0,30	72
Zone II	1,4	5	0,07	17
Zone III	2,7	1	0,03	6
Streuumsätze		-	0,02	5
Insgesamt	7,1	5 - 6	0,42	100

GMA-Berechnungen 03 / 2020

5. Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung des Vorhabens werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen (Ursprungsvariante):

- /// Das Vorhaben wird im Kernsortiment einen Umsatz von ca. 6,7 Mio. € erzielen.
- /// Zu berücksichtigen ist, dass Hagebau bereits seit Jahren in Dannenberg (Elbe) ansässig ist und einen Umsatz von ca. 3,5 – 4,0 Mio. € erzielt. Dieser Umsatz wird auch nach der Verlagerung / Erweiterung weiterhin gebunden, da Hagebau nach wie vor der einzige Bau- / Heimwerker- / Gartenmarkt in Dannenberg (Elbe) sein wird.
- /// Die Bewertung möglicher Beeinträchtigungen durch die Erweiterung erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der Umsatzumverteilungen der bestehende Markt zu berücksichtigen.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 6: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Kernsortiment (Ursprungsvariante)

	in Mio. €	in %
▪ Kaufkraftbindung durch das Bestandsobjekt	3,6	-
▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in Dannenberg (Elbe) = Zone I	0,5	9 – 10
▪ Umsatzumverteilung gegenüber Anbietern in Hitzacker (Elbe) = Zone II	--	--
▪ Umsatzumverteilung in Zone III	0,5	8 – 9
▪ Umsatzumverteilung in Lüchow (Wendland)	1,8	10– 11
▪ Umsatzumverteilung in Lüneburg	0,3	< 5
▪ Umsatz insgesamt	6,7	

GMA-Berechnungen 03/2020; -- Besitz so gering, dass Auswirkungen unterhalb einer gutachterlichen Nachweisgrenze liegen

Auf Basis dieser Prognose sind folgende Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- /// In der SG Elbtalaue sind Umsatzumverteilungen von rd. 0,5 Mio. € zu erwarten. Diese betreffen v. a. die großflächigen Betriebe in Dannenberg (Elbe), wie Gartencenter Johannsen, Pflanzenwelt Schlicht, Raiffeisenmarkt. Diese sind gut aufgestellt, so dass Betriebsgefährdungen auszuschließen sind. Entsprechend ist eine Umverteilungsquote von etwa 9 – 10 % zu verkraften. In Hitzacker können mit Mitteln der prognostischen Marktforschung keine Auswirkungen nachgewiesen werden, da hier nur ein sehr geringer Angebotsbestand vorliegt.
- /// Die Umverteilung bezogen auf Betriebe in der Zone III liegt mit rd. 8 – 9 % auf einem Niveau, welches keine Schließungen nach sich zieht.
- /// Die höchsten absoluten Umsatzumverteilungseffekte i. H. von rd. 1,8 Mio. € erfolgen außerhalb des Einzugsgebietes im Mittelzentrum Lüchow (Wendland). Dies ist darin begründet, dass sich viele Kunden aus Dannenberg (Elbe) und aus den Mitgliedsgemeinden der SG Elbtalaue seit Jahren aufgrund des Angebots zum größeren OBI-Baumarkt hin orientieren. Die Umverteilung betrifft zudem weitere Fachmärkte in dezentralen Lagen. Sämtliche Bau- / Heimwerkermärkte in Lüchow (Wendland) bzw. Gartenmärkte liegen außerhalb der Innenstadt, d. h. an städtebaulich nicht-schutzwürdigen Standorten. Diese Märkte tragen jedoch zur Funktionsfähigkeit des Zentralen Ortes in diesem Sortiment bei, also zur mittelzentralen Versorgungsfunktion von Lüchow (Wendland). Bei einer Umverteilung von rd. 10 – 11 % handelt es sich um wettbewerbliche Wirkungen in einer Größenordnung, die keine Betriebsaufgaben erwarten lassen. Insbesondere der große OBI-Markt ist sehr leistungsfähig und kann solche Wettbewerbswirkungen kompensieren. Selbst im unwahrscheinlichen Fall der Aufgabe eines kleineren Fachanbieters wird die Funktionsfähigkeit des Zentralen Ortes Lüchow im Sortiment Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf nicht beeinträchtigt.

Sehr geehrte Frau Basedow, wir hoffen, dass diese Ausführungen zur Klärung der offenen Fragen ausreichend sind und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

GMA Gesellschaft für
Markt- und Absatzforschung mbH

Katharina Staiger
Dipl.-Geogr.

Monika Kollmar
Dipl.-Geogr. / Niederlassungsleitung