

# Auswirkungsanalyse

## Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale)

---

Auftraggeber:

Globus SB Warenhaus  
Standortplanung Region Ost  
Rodaer Straße 72  
07629 Hermsdorf

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Silvia Horn

BBE Handelsberatung GmbH  
Büro Erfurt  
Futterstraße 14  
99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Köln · Halle (Saale) · Erfurt

Erfurt, 5. September 2016

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Ausgangssituation / Projektdaten .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Projektbezogene Standortanalyse .....</b>	<b>7</b>
2.1. Makrostandortanalyse Halle (Saale) .....	7
2.2. Mesostandort Stadtteil Damaschkestraße .....	12
2.3. Mikrostandort Dieselstraße.....	15
<b>3. Einzelhandelsanalyse Halle (Saale).....</b>	<b>19</b>
3.1. Überblick über das gesamtstädtische Einzelhandelsangebot .....	19
3.2. Räumliche Verteilung des Einzelhandels .....	21
3.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung .....	24
3.4. Analyse der Lebensmittelangebots in Halle (Saale).....	25
3.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung .....	25
3.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots.....	30
3.4.3. Zentralität des Hallenser Lebensmittelhandels .....	32
<b>4. Einzugsgebiet und relevanter Wettbewerb.....</b>	<b>34</b>
4.1. Einzugsgebiet des Globus SB-Warenhauses und Nachfragepotenzial .....	34
4.2. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet.....	38
4.3. Lebensmittelangebot in Halle (Saale).....	39
4.4. Lebensmittelangebot im überörtlichen Einzugsgebiet.....	42
<b>5. Auswirkungsanalyse des Projektvorhabens.....</b>	<b>44</b>
5.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen.....	44
5.2. Umsatzprognose des Projektvorhabens.....	46
5.3. Umsatzherkunft des Projektvorhabens.....	50
5.4. Auswirkungsanalyse des Verlagerungsvorhabens.....	52
5.4.1. Methodische Vorgehensweise .....	52
5.4.2. Städtebauliche Auswirkungen des Verlagerungsvorhabens (Food + Non-Food I) .....	53
5.4.3. Städtebauliche Auswirkungen des Verlagerungsvorhabens (Non-Food II).....	81
5.4.4. Städtebauliche Auswirkungen der geplanten Handelsnutzungen in der Shopzone.....	83
5.5. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens .....	85
<b>6. Zusammenfassung.....</b>	<b>88</b>

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lageskizze des Projektgrundstücks an der Dieselstraße in Halle (Saale) .....	5
Abbildung 2: Bevölkerungsverteilung /-entwicklung von Halle (Saale) nach Stadtbezirken .....	8
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	9
Abbildung 4: Ausgewählte Zentralitätskennziffern .....	11
Abbildung 5: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	13
Abbildung 6: Umfeldnutzungen am Projektstandort.....	16
Abbildung 7: Verkehrliche Anbindung des Projektstandortes .....	17
Abbildung 8: Einzelhandelsstrukturdaten nach Stadtbezirken .....	21
Abbildung 9: Verkaufsflächenstruktur Halle (Saale).....	24
Abbildung 10: Neueröffnete Lebensmittelmärkte in Halle (Auswahl).....	25
Abbildung 11: Betriebstyp SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt in Halle (Auswahl).....	27
Abbildung 12: Betriebstyp Supermarkt in Halle (Auswahl).....	27
Abbildung 13: Betriebstyp Discounter in Halle (Auswahl) .....	28
Abbildung 14: Sonstige Lebensmittelanbieter in Halle (Auswahl).....	28
Abbildung 15: Flächen-/ Betriebsstruktur des Hallenser Lebensmittelhandels.....	29
Abbildung 16: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet von Globus (Auswahl) .....	43
Abbildung 17: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens .....	50

### Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur südliches Sachsen-Anhalt (Ausschnitt).....	7
Karte 2: Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale) .....	10
Karte 3: Lage des Projektstandortes im Stadtteil Damaschkestraße im Bezirk Süd .....	12
Karte 4: Einzelhandelslagen im Stadtteil Damaschkestraße (Skizzierung) und im direkten Umfeld .....	14
Karte 5: Lage des Projektstandortes an der Dieselstraße im Stadtteil Damaschkestraße .....	15
Karte 6: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes .....	16
Karte 7: Verteilung der Lebensmittelmärkte (inkl. fußläufiger Nahbereiche) in Halle (Saale).....	31
Karte 8: Relevante Wettbewerber im Umfeld des Vorhabenstandortes und Erreichbarkeitsisochronen .....	35
Karte 9: Zonierung des Einzugsgebiets des Globus SB-Warenhauses am Planstandort Dieselstraße .....	36
Karte 10: Kartierung der zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet .....	39
Karte 11: Kartierung des Lebensmittelangebots im überörtlichen Einzugsgebiet.....	42
Karte 12: Lage der strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet der Zone I.....	53

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: IST-Fläche (HEP) / PLAN-Fläche (Dieselstraße) des Globus SB-Warenhauses .....6

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Halle (Saale) im Vergleich ..... 8

Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung des Stadtteils Damaschkestraße im Vergleich ..... 13

Tabelle 4: Betriebe und Verkaufsflächen in Halle (Saale) im Zeitvergleich ..... 19

Tabelle 5: Verkaufsflächen und Geschäfte nach zentralen Versorgungsbereichen .....22

Tabelle 6: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Halle (Saale) .....26

Tabelle 7: Lebensmittelverkaufsflächen und Geschäfte nach Bezirken .....30

Tabelle 8: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel in Halle (Saale) .....32

Tabelle 9: Zentralität der Lebensmittelbranche in Halle (Saale) .....33

Tabelle 10: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....37

Tabelle 11: Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet des Globus-Marktes .....38

Tabelle 12: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels in Halle (Saale) nach Lagen inkl. Planprojekte .....41

Tabelle 13: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels im überörtlichen Einzugsgebiet .....43

Tabelle 14: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben .....44

Tabelle 15: Marktanteilsprognose des projektierten Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße .....46

Tabelle 16: Prospektive Raumleistung des Globus SB-Warenhauses nach Sortimentsbereichen .....47

Tabelle 17: Umsatzplanung der Nahrungsmittelhandwerker in der Shopzone.....49

Tabelle 18: Umsatzherkunft der projektierten Lebensmittelanbieter.....51

Tabelle 19: Prognostizierte Umsatzumlenkungen (Food/ Non-Food I) des Globus-Warenhauses .....54

Tabelle 20: Prognostizierte Umsatzumlenkungen (Non-Food II) des Globus-Warenhauses .....81

Tabelle 21: Plan-Flächen und Umsatz der Shop-Zone des Globus-Marktes in der Dieselstraße .....83

Tabelle 22: Prognostizierte Umsatzumlenkungen der kleinformatischen Anbieter in der Shop-Zone .....84

**Anlageverzeichnis**

Anlage 1: Differenzierung Non-Food-Sortimente .....91

Anlage 2: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen .....92

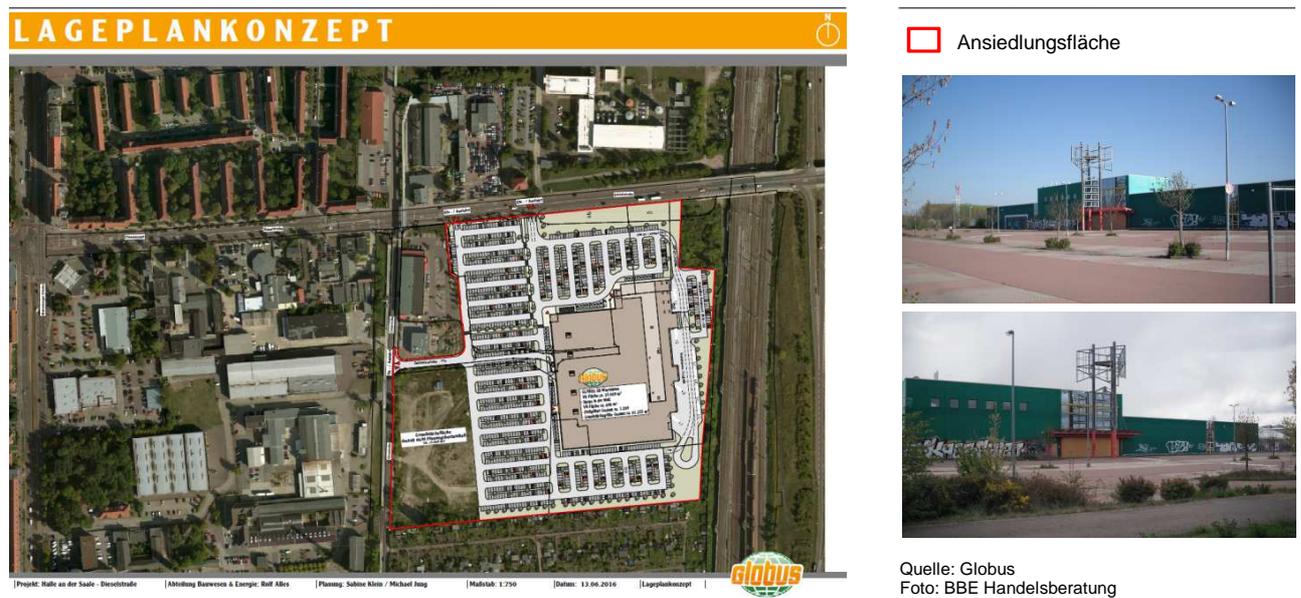
## 1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Firma Globus betreibt bereits seit dem Jahr 1995 in Halle (Saale) an der Leipziger Chaussee ein zweigeschossiges SB-Warenhaus. Der Markt ist in dem dezentral liegenden **Halleschen Einkaufspark (HEP)** verortet und weist eine Verkaufsfläche von rd. 9.320 m<sup>2</sup> auf. Der Food-Anteil umfasst ca. 4.280 m<sup>2</sup>, der Non-Food-Anteil<sup>1</sup> liegt bei rd. 5.040 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Die flächenseitigen Weiterentwicklungsmöglichkeiten sind für Globus im HEP als eingeschränkt zu bewerten. Globus möchte insbesondere die Backwaren- und die Fleischereiabteilung (vor allem die Produktion) erweitern und ein SB-Restaurant ansiedeln. Bezüglich der baulichen Gegebenheiten sind diese Erweiterungen im Baukörper des HEP nicht umsetzbar. Insbesondere sind Flächen für die Produktion von Backwaren und von Fleisch-/ Wurstwaren nicht verfügbar. Ferner möchte Globus sein Warenangebot möglichst auf einer ebenen und zusammenhängenden Verkaufsfläche präsentieren, was im HEP ebenfalls nicht möglich ist.

Da sich die Globus-Geschäftsleitung zu dem Standort Halle (Saale) bekennt, soll das SB-Warenhaus an den naheliegenden Standort **Dieselstraße** verlagert werden. Auf dem Projektareal, das eine Grundstücksgröße von rd. 90.000 m<sup>2</sup> besitzt, befindet sich derzeit u.a. ein leerstehender Baumarkt (Hela), der im Zuge der Projektentwicklung umgenutzt bzw. durch den Neubau des SB-Warenhauses ersetzt werden soll. Das SB-Warenhaus ist als eingeschossiger Markt mit einer vorgelagerten Parkplatzanlage konzipiert.

**Abbildung 1: Lageskizze des Projektgrundstücks an der Dieselstraße in Halle (Saale)**



Die Verkaufsfläche des konzipierten SB-Warenhauses wird bei rd. 8.570 m<sup>2</sup> liegen, wobei der Food-Bereich rd. 4.500 m<sup>2</sup> und der Non-Food-Bereich rd. 4.070 m<sup>2</sup> umfassen wird. Gegenüber dem jetzigen Globus-Markt im HEP entspricht dies einer Verkleinerung des SB-Warenhauses um rd. 750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

In der Shopzone (Vorkassenzone) des Globus-Marktes werden weitere Gewerbeflächen von rd. 1.500 m<sup>2</sup> entwickelt, wovon der Einzelhandel rd. 600 m<sup>2</sup> VK einnimmt. Demnach wird die gesamte **Einzelhandelsfläche rd. 9.170 m<sup>2</sup>** umfassen. Die Belegung der Shopzone soll u.a. mit einer Metzgerei und einer Bäckerei (je rd. 50 m<sup>2</sup>), einer Apotheke (rd. 250 m<sup>2</sup>), einem Zeitschriften-/ Lotto-Toto/ Tabakwaren-Laden (rd. 100 m<sup>2</sup>), einem Mobilfunkshop (rd. 50 m<sup>2</sup>) und einem Blumenladen (rd. 100 m<sup>2</sup>) erfolgen.

1 vgl. Anlage 1.

Bei den sonstigen bzw. einzelhandelsfremden Nutzungen von rd. 900 m<sup>2</sup> handelt es sich um verschiedene Dienstleistungsangebote (bspw. Reinigung, Post, Finanzdienstleistungen, Schlüsseldienst, Reisebüro) und eine betriebseigene Gastronomie (700 m<sup>2</sup>).

Nachstehende Tabelle stellt die **Flächenkonstellation** des aktuellen Globus-Marktes im HEP und die geplanten Flächen an dem Standort Dieselstraße dar. Die Gesamtverkaufsfläche des SB-Warenhauses wird mit 750 m<sup>2</sup> rund 8 % unter der derzeitigen Globus-Verkaufsfläche im HEP liegen. Nach Angaben des Auftraggebers erfolgt die Flächenreduktion insbesondere im Non-Food I und Non-Food II-Segment, während der Food-Bereich ausgebaut werden soll. Die Flächenveränderungen an dem neuen Standort an der Dieselstraße resultieren insbesondere aus der teilweise geringen Flächenleistung einiger Non-Food-Branchen.

**Tabelle 1: IST-Fläche (HEP) / PLAN-Fläche (Dieselstraße) des Globus SB-Warenhauses**

	IST-VK (HEP) m <sup>2</sup>	PLAN-VK (Dieselstraße) m <sup>2</sup>	Veränderung m <sup>2</sup>
Metzgerei	240	250	+10
Käsetheke/Fischtheke	100	130	+30
Konditorei	50	200	+150
Obst/Gemüse/Salatbar	430	500	+70
Frischesortiment	970	900	-70
Trockensortiment	1.500	1.400	-100
Getränke	990	1.120	+130
<b>Summe Food</b>	<b>4.280</b>	<b>4.500</b>	<b>+220</b>
Tiernahrung	250	240	-10
Drogerie	670	580	-90
<b>Summe Non-Food I</b>	<b>920</b>	<b>820</b>	<b>-100</b>
Haushaltwaren/Elektrogeräte	960	700	-260
Papier-/Büro-/Schreibwaren/Bücher	700	600	-100
Spielwaren/Sport/Camping	750	500	-250
Foto/Uhren/Schmuck/Accessoires	180	150	-30
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren/Heimtextil	1.280	1.050	-230
Autozubehör/Fahrräder	250	250	0
<b>Summe Non-Food II</b>	<b>4.120</b>	<b>3.250</b>	<b>-870</b>
<b>Summe</b>	<b>9.320</b>	<b>8.570</b>	<b>-750</b>

Quelle: Globus

Für das geplante Vorhaben soll ein **Sondergebiet Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO** ausgewiesen werden. Für die Schaffung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen wird eine Analyse und Bewertung der möglichen Auswirkungen zur Abwägung im Rahmen des B-Planverfahrens benötigt. In dem zu erstellenden Gutachten ist aufzuzeigen, inwieweit Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Halle oder in anderen Gemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind.

Nachfolgend werden die Ergebnisse einer dementsprechenden Untersuchung dargestellt.

## 2. Projektbezogene Standortanalyse

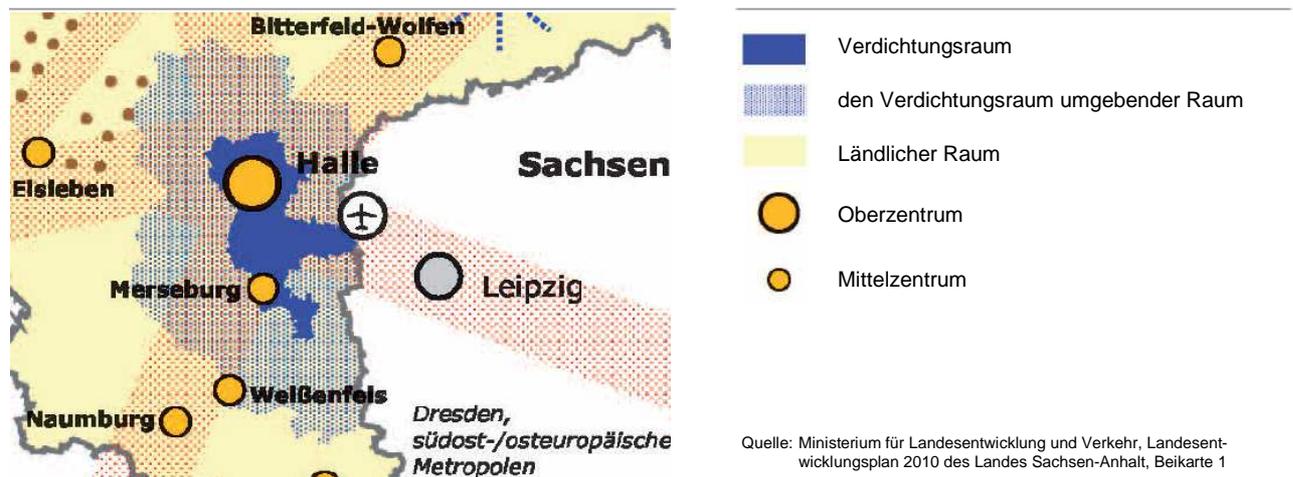
### 2.1. Makrostandortanalyse Halle (Saale)

Im Folgenden werden überblicksartig einzelhandelsrelevante Rahmendaten für Halle (Saale) dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind.

Die kreisfreie **Großstadt Halle (Saale)** liegt im südlichen Teil des Landes Sachsen-Anhalt und wird von dem überwiegend ländlich strukturierten Landkreis Saalekreis vollständig umgeben. Die Lage der Stadt ist durch die Nähe zu Leipzig geprägt, wobei beide Großstädte den Ballungsraum Leipzig-Halle bilden, in dem circa eine Million Menschen leben. Halle besitzt eine wichtige Bedeutung als Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur- und Bildungsstandort und verfügt über eine überregionale Ausstrahlung.

Halle (Saale) wird in der **Landesplanung** neben der Landeshauptstadt Magdeburg und Dessau-Roßlau als eines von insgesamt drei Oberzentren in Sachsen-Anhalt ausgewiesen. Gemäß dem Landesentwicklungsplan<sup>2</sup> sind die Oberzentren als Standorte hochwertiger spezialisierter Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen, wissenschaftlichen und politischen Bereich mit überregionaler und zum Teil landesweiter Bedeutung zu sichern und zu entwickeln, wozu auch die Einzelhandelsfunktion zählt.

**Karte 1: Raumstruktur südliches Sachsen-Anhalt (Ausschnitt)**



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Halle wird über diverse Anschlussstellen an die Autobahnen A 14, A 38 und A 143 dargestellt, die einen dreiseitigen Ring um die Stadt bilden. Die Anbindung an das unmittelbare Umfeld der Stadt erfolgt u.a. durch zahlreiche leistungsfähige Bundesstraßen, die auch eine schnelle Erreichbarkeit innerhalb des Stadtgebietes sicherstellen. Die meisten Bundesstraßen tangieren die Innenstadt, so dass die Erreichbarkeit des Zentrums und der einzelnen Stadtteile als sehr gut zu bewerten ist. Die Anfahrbare wird insbesondere durch die vierspurige Hochstraße von Halle-Neustadt in Richtung Zentrum („Magistrale“ / B 180) und die ebenfalls vierspurig ausgebaute Nord-Süd-Tangente (B 6) ermöglicht.

Neben den genannten Straßenverbindungen ist Halle durch diverse Landes- und Kreisstraßen mit den umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Orten vernetzt. Bezüglich der Bündelung der beschriebenen Straßenverbindungen stellt die Stadt einen wichtigen Verkehrsknotenpunkt dar und ist durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt.

Der innerörtliche **ÖPNV** ist durch das sehr gut ausgebaute Straßenbahnnetz geprägt, welches das Grundgerüst des städtischen Nahverkehrs darstellt. Zahlreiche Busverbindungen ergänzen dieses Angebot und stellen die kleinräumige Erreichbarkeit in der Kernstadt und den Ortsteilen sicher. Einen weiteren Träger des

<sup>2</sup> Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Z 33.

Nahverkehrs stellen die S-Bahnverbindungen dar, da durch die S-Bahn die direkte und zügige Anbindung einzelner Stadtteile und umliegender Orte gewährleistet wird. Der Hauptbahnhof von Halle (Saale), der als ÖPNV-Knotenpunkt fungiert, liegt dabei in räumlicher Nähe zur Hallenser Einkaufsinnenstadt.

Die Stadt Halle (ca. 236.990 Ew.) und die Landeshauptstadt Magdeburg (ca. 235.720 Ew.) sind mit Abstand die einwohnerstärksten Städte in Sachsen-Anhalt. Die **Bevölkerungsentwicklung** von Halle war in den letzten zehn Jahren mit -0,1 % nur geringfügig rückläufig, wobei der Bevölkerungsrückgang deutlich unter der Entwicklung im umliegenden Saalekreis (-10,4 %) und unter dem Landesdurchschnitt (-9,1 %) lag.

**Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Halle (Saale) im Vergleich**

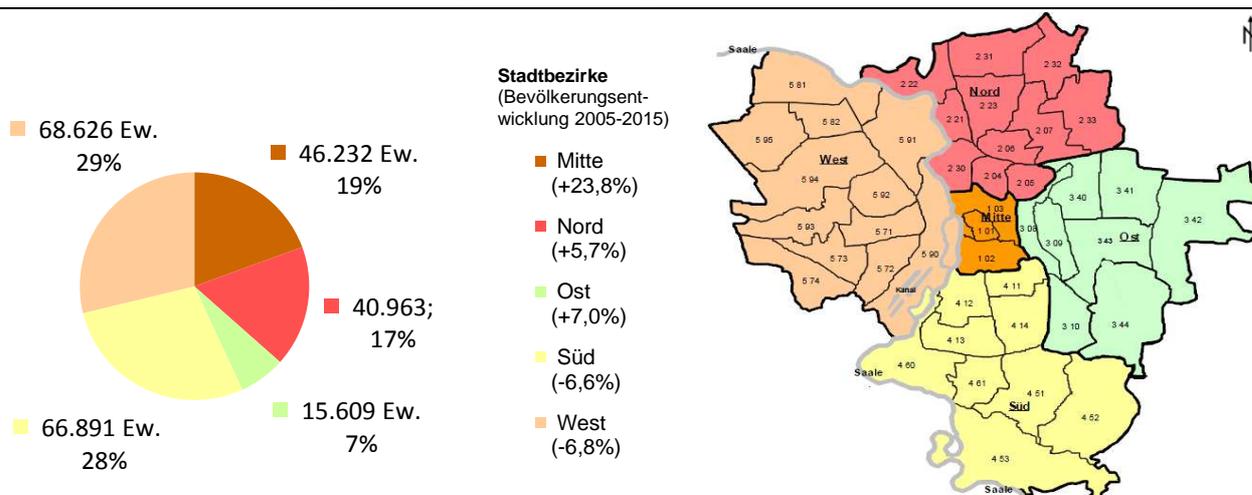
	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2005	2015		2025		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Halle (Saale)	237.198	236.991	-0,1	240.582	+1,5	
LK Saalekreis <sup>3</sup>	208.094	186.431	-10,4	172.389	-7,5	
Sachsen-Anhalt	2.469.716	2.245.470	-9,1	2.086.750	-7,1	

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung der Gemeinden zum 31.12.2005 + 2015 / 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose von 2014 bis 2030

Auf Basis von Vorausberechnungen des Statistischen Landesamts wird die **prognostizierte Einwohnerzahl** in Halle bis zum Jahr 2025 auf rd. 240.600 Personen ansteigen (+1,5 %). Somit wird sich die Entwicklung von Halle von dem rückläufigen Trend des Saalekreises (-7,5 %) und vom Landesdurchschnitt (-7,1 %) abkoppeln.

Das Stadtgebiet von Halle ist in fünf **Stadtbezirke**<sup>4</sup> mit insgesamt 43 Stadtteilen/ -vierteln untergliedert. Die Bevölkerungsentwicklung ist in den letzten Jahren bezirksbezogen differenziert verlaufen. Insbesondere haben die Großwohnsiedlungen in den einwohnerstärksten Stadtbezirken Süd und West an Einwohnern verloren. Dagegen haben die restlichen Stadtbezirke, vor allem der Bezirk Mitte, einen Bevölkerungszuwachs erfahren.

**Abbildung 2: Bevölkerungsverteilung /-entwicklung von Halle (Saale) nach Stadtbezirken**



Quelle: Stadt Halle (Saale), Bevölkerung nach Stadtbezirken und Stadtteilen/-vierteln (Hauptwohnsitz) zum 31.12.2005/2015  
Anmerkung: Die Zahl der Einwohner lag im Jahr 2015 bei 238.321 Personen (nur Hauptwohnsitz), im Jahr 2005 bei 235.959 Personen.

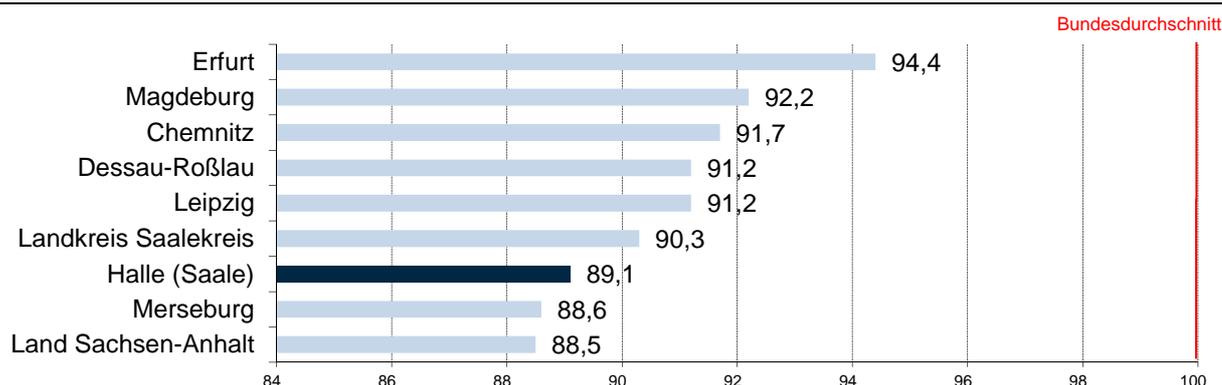
3 Der Saalekreis ist im Zuge der zweiten Kreisgebietsreform am 01.07.2007 aus dem Saalekreis und dem Landkreis Merseburg-Querfurt entstanden. Bezüglich der besseren Vergleichbarkeit wurden die Einwohner zum 31.12.2005 aus den beiden Altkreisen zusammengefasst.  
4 Halle (Saale) ist administrativ in fünf Stadtbezirke gegliedert, deren Bezeichnung sich aus der geographischen Lage im Stadtgebiet ableitet.

Die Stadt Halle erwartet auf Grundlage eigener **Bevölkerungsvorausberechnungen**<sup>5</sup> in den nächsten zehn Jahren eine leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung, da für das Jahr 2025 eine Einwohnerzahl von 232.175 Personen prognostiziert wird. Im Vergleich zur Bevölkerung des Jahres 2015 (238.321 Personen)<sup>6</sup> errechnet sich ein Rückgang von -2,6 %. Dabei ist in den Bezirken Mitte (+5,7 %) und Nord (+4,3 %) von einem weiteren Bevölkerungswachstum auszugehen. Demgegenüber ist in dem Bezirk Ost (-1,0 %) und insbesondere in den Bezirken Süd (-8,2 %) und West (-7,1 %) eine weitere Bevölkerungsabschmelzung zu erwarten.

Die **Pendler** stellen ein mögliches Potenzial für den Einzelhandel dar, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg bzw. am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem positiven Pendlersaldo von 11.641 Personen<sup>7</sup> (Vorjahr: 11.374 Personen) besitzt Halle deutlich mehr Ein- als Auspendler. Die hohe Arbeitsplatzzentralität ist Ausdruck der Bedeutung der Stadt Halle als Wirtschaftsstandort und lässt entsprechende zusätzliche Kaufkraftzuflüsse erwarten.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt bzw. Region das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug von einzelhandelsfremden Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel (inkl. Versand-/ Onlinehandel) am Wohnort verfügbar ist.

**Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern**



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015

Die Stadt Halle besitzt im nationalen Vergleich - wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen - eine geringere einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die mit 89,1 unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0) rangiert. Im Vergleich mit dem Landesdurchschnitt von Sachsen-Anhalt (88,5) wird dagegen eine leicht überdurchschnittliche Kaufkraft ausgewiesen.

Die städtebaulichen Zielvorstellungen von Halle zur Einzelhandelsentwicklung werden durch das **Einzelhandels- und Zentrenkonzept**<sup>8</sup> der Stadt widergespiegelt. Die Einzelhandelsstruktur gliedert sich gemäß dem Hallenser Zentrenkonzept in ein hierarchisches Zentrensystem, das aus drei abgestuften Zentrenkategorien besteht.

- Das Hauptzentrum (Altstadt) stellt den funktionalen Einzelhandelsschwerpunkt für Halle dar. Der Bereich besitzt eine hohe Nutzungsdichte und Multifunktionalität, da der vielfältige und attraktive Einzel-

5 Stadt Halle (Saale), Bevölkerungs- und Haushaltsprognose 2014.

6 Die vom Statistischen Landesamt veröffentlichten amtlichen Bevölkerungszahlen weichen in aller Regel von den aus dem städtischen Melderegister ermittelten Werten ab. Gründe dafür sind u.a. die bundesweiten Verfahrensregelungen der Landesämter für Statistik. Dennoch ist die Ermittlung und Veröffentlichung von Ergebnissen des städtischen Melderegisters unverzichtbar, da nur so kleinräumige Auswertungen und Planungen möglich sind.

7 Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2015.

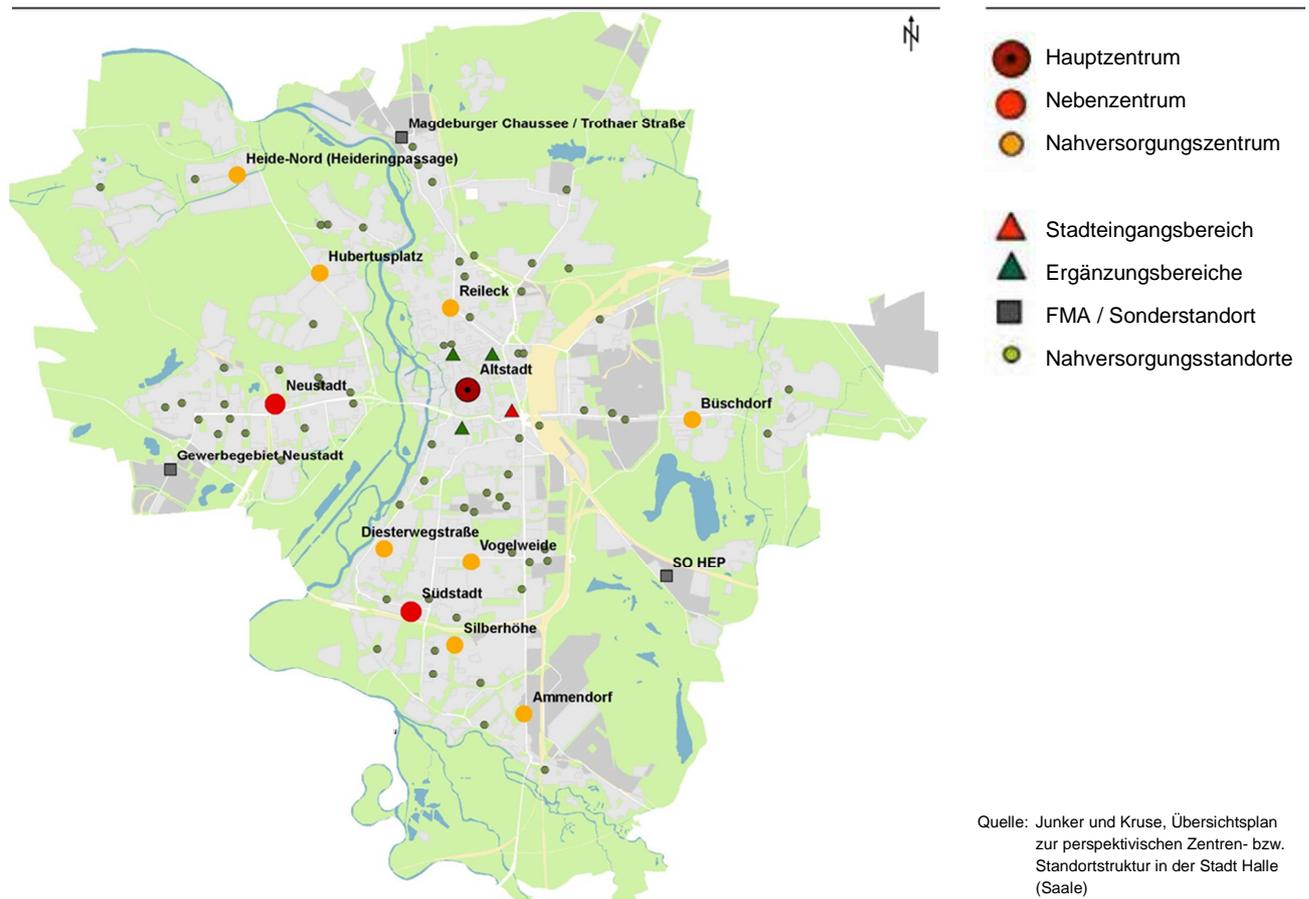
8 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013.

handel durch Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebote sowie öffentliche Einrichtungen ergänzt wird. Es besteht eine gesamtstädtische bzw. überörtliche Ausstrahlung dieses Bereiches.

- Die beiden großen Einkaufszentren Neustadt Centrum (inkl. Neustädter Passage) und Kauflandcenter (inkl. angrenzender Bereiche), die als Nebenzentrum ausgewiesen sind, haben in Relation zum Hauptzentrum eine geringere Versorgungsbedeutung und einen kleineren Einzugsbereich. In Bezug auf das Einzelhandelsangebot ist der Besatz geringer als im Hauptzentrum ausgeprägt, zumal beide zentrale Versorgungsbereiche vor allem eine bezirksbezogene Versorgungsfunktion für den westlichen und den südlichen Stadtraum übernehmen.
- Als Nahversorgungszentren werden lokale Versorgungszentren definiert, die der wohnortnahen Versorgung dienen. Das Angebot besteht i.d.R. aus nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Diese Standorte liegen im verdichteten Stadtgebiet oder im urbanen Siedlungskern größerer Ortsteile und sind die funktionale und städtebauliche Mitte des jeweiligen Ortsteils. Das Einzugsgebiet der insgesamt acht Nahversorgungszentren ist i.d.R. ortsteilbezogen.

Folgende Karte stellt die Zielstruktur des Einzelhandels in Halle kartographisch dar.

**Karte 2: Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale)**



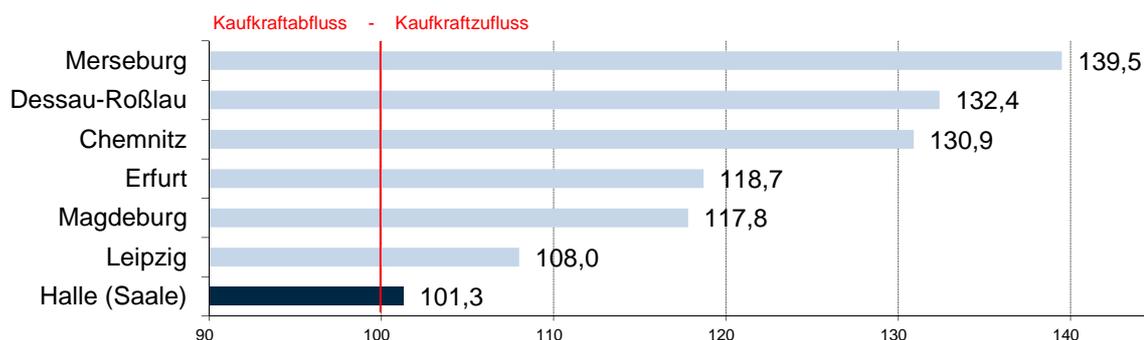
Die vorstehenden kurz skizzierten Einzelhandelslagen stellen zentrale Versorgungsbereiche dar, die im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO schützenswerte Lagen sind.<sup>9</sup> Weitere sog. Nahversorgungsstandorte, welche die Grundversorgung des überwiegend

<sup>9</sup> Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale) ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche wurden ebenso wie die „Hallesche Sortimentsliste“ in der Stadtratssitzung am 30.10.2013 (Beschluss-Nr. V/2013/11902) beschlossen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wurde mit Beschluss des Stadtrates vom 27.05.2015 geändert (Beschluss Nr. VI/2015/00583), um das Nahversorgungszentrum Ammendorf an der Merseburger Straße als weiteren zentralen Versorgungsbereich aufzunehmen.

täglichen Bedarfs an integrierten bzw. wohnungsnahen Standorten übernehmen und eine möglichst engmaschige Nahversorgung der Bevölkerung sicherstellen, ergänzen das Handelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen. Weiterhin stellen Fachmarkttagglomerationen und Sonderstandorte eine Ergänzung des vorstehenden Einzelhandelsbestandes, meist an dezentralen Standorten dar.

Die **Einzelhandelszentralität**<sup>10</sup> stellt die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft dar. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität einer Stadt.<sup>11</sup>

**Abbildung 4: Ausgewählte Zentralitätskennziffern**



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2015<sup>12</sup>

Die Zentralitätskennziffer von Halle liegt bei rd. 101 und weist somit per Saldo einen – im Vergleich zu anderen mitteldeutschen Großstädten – verhältnismäßig geringen Umsatzzufluss aus. Folglich kann der lokale Einzelhandel nur eine verhältnismäßig geringe Strahlkraft auf den Verflechtungsbereich der Stadt ausüben.

<sup>10</sup> Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

<sup>11</sup> Eine Zentralität von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo ein Umsatzabfluss.

<sup>12</sup> Anmerkung: Die ausgewählten Zentralitätskennziffern dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen. Es ist grundsätzlich zu beachten, dass die Zentralität tendenziell geringer ausfällt, je höher die Einwohnerzahl ist.

## 2.2. Mesostandort Stadtteil Damaschkestraße

Die Betrachtung der Mesebene spiegelt die stadtteilbezogenen Strukturdaten des Projektstandortes an der Dieselstraße wider.

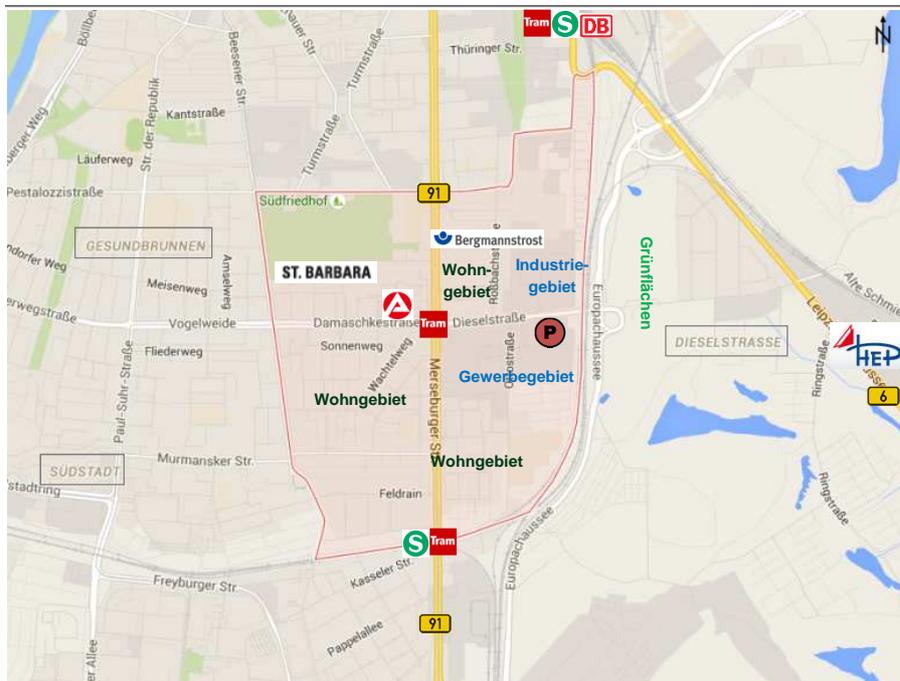
Der Projektstandort ist im östlichen Bereich des **Stadtteils Damaschkestraße** verortet, der dem Bezirk Süd zugehörig ist. Östlich des Ansiedlungsstadtteils erfolgt nach der DB-Gleisanlage der Übergang zum Stadtteil Dieselstraße. Nördlich schließt sich der Stadtteil Lutherplatz/Thüringer Bahnhof an, westlich liegen die Stadtviertel Gesundbrunnen und Südstadt. Südlich grenzt der Stadtteil Ammendorf/Beesen an.

Die **städtebauliche Struktur** des Stadtteils Damaschkestraße ist durch eine gemischte Baustruktur geprägt. Für diesen Stadtraum sind einerseits die kompakten Wohnanlagen der 20er und 30er Jahre prägend, die meist in Form von mehrgeschossigen Zeilenbauten errichtet wurden. Diese Bausubstanz ist weitestgehend attraktiv saniert, wenngleich augenscheinlich noch ein geringer Sanierungsbedarf besteht.

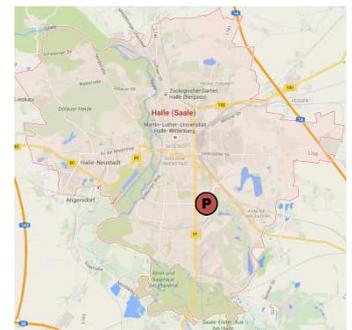
Der Bereich östlich der Merseburger Straße im Kreuzungsbereich zur Dieselstraße (südlich dieses Straßenzugs) ist durch Gewerbe- und Industrieflächen belegt, wobei hier auch zum Teil brachliegende Grundstücke einer ehemals industriellen Nutzung vorhanden sind. In Folge stellt dann der Bahngleiskörper eine Zäsur zum Bezirk Ost dar.

Eine vormalige Kaserne nördlich der Damaschkestraße wurde als moderner Büro- und Gewerbestandort umgenutzt, der u.a. durch die Agentur für Arbeit genutzt wird. Nördlich bzw. nordwestlich wird der Bereich durch Gesundheitsdienstleistungen (u.a. St. Barbara-Krankenhaus, BG-Klinik Bergmannstrost) und das Gelände des Südfriedhofs geprägt.

### Karte 3: Lage des Projektstandortes im Stadtteil Damaschkestraße im Bezirk Süd



- Gemarkungsgrenze Stadtteil Damaschkestraße
- Projektstandort
- Umsteigepunkte ÖPNV (Straßenbahn)



Quelle: Google maps  
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Stadtteils Damaschkestraße wird vor allem durch die vierspurig ausgebauten Merseburger Straße (Bundesstraße B 91) gewährleistet. Dieser bandförmige Straßenzug, der eine wichtige Nord-Süd-Achse darstellt, ist durch eine hohe Fahrzeugfrequenz geprägt. Weiterhin stellt die Dieselstraße hinsichtlich ihrer direkten Anbindung an die östlich verlaufende Europachaussee bzw. die Leipziger Chaussee (Bundesstraße B 6) einen wichtigen Verkehrsträger zur inneren Erschließung des Stadtteils bzw. auch des Bezirkes Süd dar.

Die **ÖPNV-Anbindung** des Stadtteils erfolgt durch zwei Straßenbahnlinien (Linie 2/5), die u.a. auf der Merseburger Straße und der westlich abzweigenden Damaschkestraße verkehren. Die Straßenbahnlinie 5 funktiert dabei auf rd. 25 km als Überlandstraßenbahn von Halle über Merseburg und Leuna bis in die Kleinstadt Bad Dürrenberg.

Die kleinräumige Erschließung des Stadtteils wird durch zwei Buslinien ergänzt. Im südlichen Bereich des Stadtteils Damaschkestraße an der Gemarkungsgrenze zu Ammendorf/Beesen liegt ferner der S-Bahnhof Rosengarten, so dass der Stadtteil auch an das S-Bahnnetz angebunden ist. Im Fazit ist für den Stadtteil Damaschkestraße somit eine gute Verkehrsanbindung zu konstatieren.

Im Stadtteil Damaschkestraße wohnen 8.400 Personen. Die Bevölkerungsdichte von rd. 3.100 Einwohnern je km<sup>2</sup> weist – trotz der bestehenden altindustriellen Areale in dem Ortsteil – auf eine hohe Siedlungsverdichtung hin.<sup>13</sup> Der Stadtteil Damaschkestraße hatte in den letzten zehn Jahren einen **Bevölkerungsverlust** von -2,0 % zu verzeichnen, der im Vergleich zur Entwicklung im Bezirk Süd (-6,6 %) geringer ausfiel.

**Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung des Stadtteils Damaschkestraße im Vergleich**

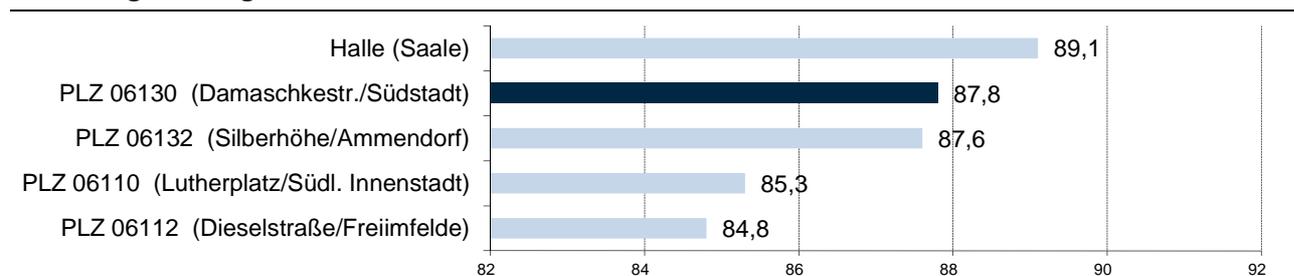
	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2005	2015		2025		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Damaschkestraße	8.570	8.400	-2,0	8.260	-1,7	
Lutherplatz/Thür. Bahnhof	8.178	9.047	+10,6	9.394	+3,8	
Gesundbrunnen	9.906	9.982	+0,8	9.791	-1,9	
Südstadt	17.284	15.380	-11,0	13.073	-15,0	
Ortslage Ammendorf/Beesen	7.691	6.953	-9,6	5.777	-16,9	
Bezirk Süd	71.655	66.891	-6,6	61.428	-8,2	

Quelle: Stadt Halle (Saale), Bevölkerung nach Stadtbezirken und Stadtteilen/-vierteln (Hauptwohnsitz 31.12.2005/2015)  
 Stadt Halle (Saale), Bevölkerungs- und Haushaltsprognose 2014.

Zukünftig ist im Stadtteil Damaschkestraße von einer leicht rückläufigen Einwohnerzahl auszugehen, die mit -1,7 % unter dem Prognosewert des Bezirkes Süd (-8,2 %) und dem gesamtstädtischen Wert (-2,6 %, vgl. Seite 9) liegen wird. Demnach ist von einer gewissen Stabilität der demographischen Strukturen in dem Ansiedlungsstadtteil auszugehen.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** liegt in dem zugehörigen Postleitzahlbezirk mit 87,8 leicht unter dem gesamtstädtischen Niveau. Demzufolge sind keine signifikanten Abweichungen in Bezug auf die einzelhandelsbezogene Nachfrage in diesem Gebiet festzustellen.

**Abbildung 5: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern**



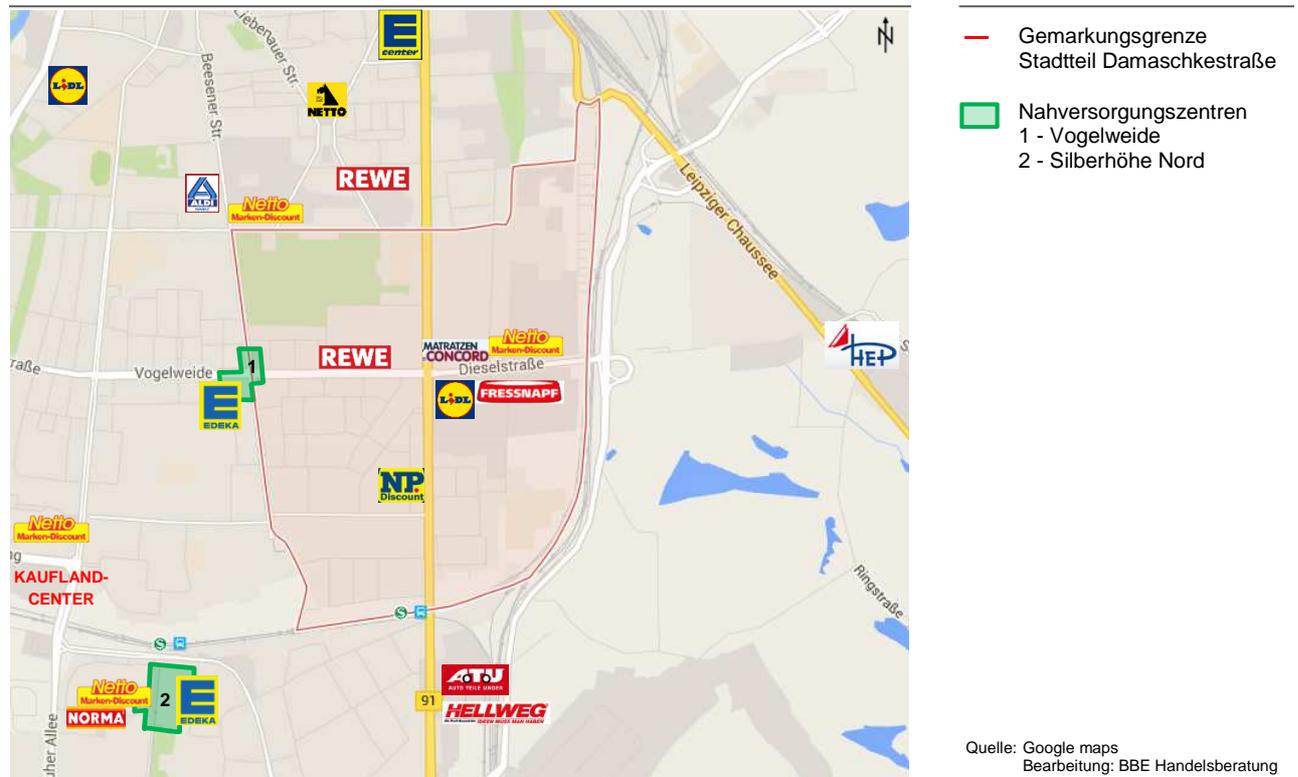
Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015

13 Die Bevölkerungsdichte im Bezirk Süd liegt bei rd. 1.980 Einwohner je km<sup>2</sup>.

Das **Einzelhandelsangebot** im Stadtteil Damaschkestraße beläuft sich auf rd. 5.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, so dass sich eine einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,6 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner errechnet. Dieser Wert liegt deutlich unterhalb des gesamtstädtischen Ausstattungswertes von rd. 1,6 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner.<sup>14</sup>

Das stadtteilbezogene Einzelhandelsangebot wird wesentlich durch die Lebensmittelbranche dargestellt, die mit einem Anteil von rd. 85 % den Großteil der Verkaufsfläche einnimmt. Die prägenden Betriebe sind dabei verschiedene Lebensmittelfilialisten (u.a. REWE, Netto Marken-Discount, Lidl, NP). Mit Ausnahme zweier Fachmärkte (Fressnapf, Angelfachmarkt) an der Dieselstraße wird das restliche Einzelhandelsangebot überwiegend durch verschiedene kleinformatige Handelsbetriebe geprägt.

**Karte 4: Einzelhandelslagen im Stadtteil Damaschkestraße (Skizzierung) und im direkten Umfeld**



In westlicher Randlage des Stadtteils Damaschkestraße, an der Gemarkungsgrenze zu den Stadtteilen Gesundbrunnen und Südstadt, ist ein **zentraler Versorgungsbereich** ausgewiesen. Auf Grund seines eingeschränkten und auf die Lebensmittelbranche fokussierten Einzelhandelsbesatzes<sup>15</sup> kann dieser Bereich nur eine lokale Versorgungsfunktion für sein direktes Umfeld übernehmen.

In näherer Umgebung des Stadtteils liegen größere Handelsstandorte, wobei das Kauflandcenter und das HEP bezüglich des jeweils umfänglichen Einzelhandelsbesatzes und der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit auch auf die Kunden in dem Ansiedlungsstadtteil Damaschkestraße ausstrahlen.

14 vgl. Ausführungen unter dem folgenden Punkt 3.

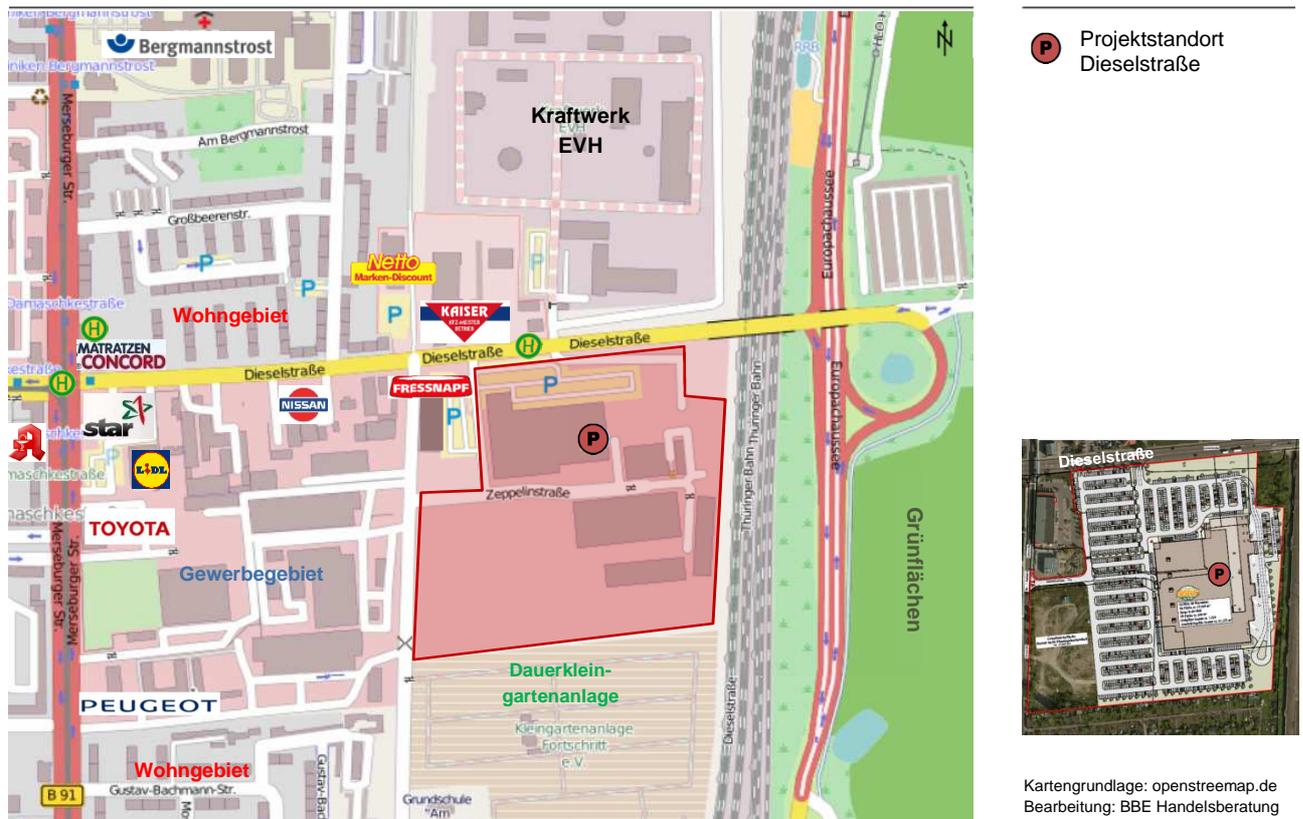
15 Das ausgewiesene Nahversorgungszentrum Vogelweide verfügt über einen Einzelhandelsbesatz von lediglich 7 Geschäften mit rd. 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Als einziger prägender Betrieb fungiert ein Edeka-Supermarkt.

### 2.3. Mikrostandort Dieselstraße

Im Rahmen der Mikrostandortanalyse werden vor allem die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist auch für die Abgrenzung des Einzugsgebiets von Relevanz.

Der **Projektstandort** ist im östlichen Bereich des Stadtteils Damaschkestraße im Hallenser Bezirk Süd verortet. Der Standort liegt direkt südlich der Dieselstraße. Westlich stellen der Zoofachmarkt Fressnapf bzw. ein Angelfachmarkt sowie die Ottostraße die Begrenzung des Vorhabenareals dar. Südlich grenzt der Standort an eine Dauerkleingartenanlage. Im Osten bildet der Gleiskörper der Bahn eine Zäsur.

**Karte 5: Lage des Projektstandortes an der Dieselstraße im Stadtteil Damaschkestraße**



Das **Vorhabensgrundstück** wird durch diverse brachliegende Gewerbeimmobilien belegt. Hierbei handelt es sich um einen Baumarkt („Hela Profi Zentrum“), der im Jahr 2014 geschlossen wurde. Rückwärtig zu dem Baumarkt befinden sich neben Freiflächen verschiedene Lagergebäude, die sich in einem maroden bzw. ruinösen Zustand befinden und in ihrem derzeitigen Zustand nicht nutzbar sind. Mit der geplanten Inwertsetzung des Projektareals wird sowohl eine Neuordnung als auch eine Beseitigung des städtebaulichen Missstandes dieses Gebietes erreicht, dass am östlichen Eingangsbereich des Stadtteils Damaschkestraße liegt.

Die **Umfeldnutzung** des Areals ist durch diverse Nutzungsarten gekennzeichnet. Westlich des Standorts befinden sich neben dem Zoofachmarkt Fressnapf und einem Angelfachmarkt verschiedene Gewerbebetriebe, die vor allem durch autoaffine Nutzungen (u.a. Autohaus, Kfz-Reparatur, Autohandel) geprägt sind. Weiterhin sind ebenfalls produzierende Gewerbebetriebe vorhanden, so dass die städtebauliche Struktur dieses Bereiches bis zur Merseburger Straße als Gewerbegebiet einzustufen ist.

Südlich des Standortes schließt sich eine Dauerkleingartenanlage an, südwestlich befindet sich ein Wohngebiet mit einer meist mehrgeschossigen Wohnbebauung. Östlich des Projektareals stellt der Bahngleiskörper eine städtebauliche Barriere dar, die in Höhe der Dieselstraße in Richtung Europachaussee überquert werden kann.

Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale)

Nördlich des Planstandortes befindet sich ein Kraftwerk der EVH. In diesem Bereich sind ferner vereinzelte Gewerbebetriebe vorhanden. Nordwestlich ist ein Lebensmittelmarkt (Netto Marken-Discount) angesiedelt, nachfolgend schließt sich ein verdichtetes Wohngebiet an.

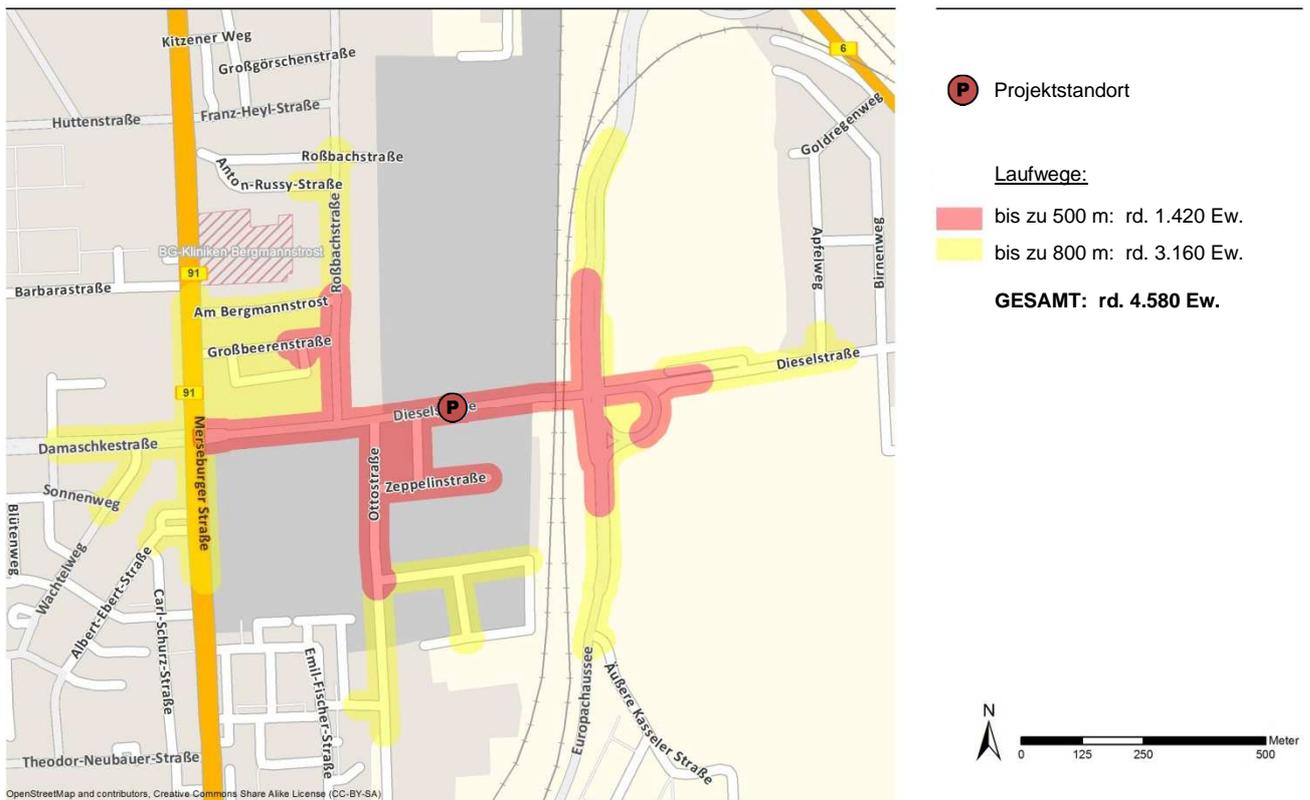
**Abbildung 6: Umfeldnutzungen am Projektstandort**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der Standort weist in seinem fußläufigen Umfeld ein hohes **Bevölkerungspotenzial** auf. Die bestehende Mantelbevölkerung ist insbesondere auf die verdichtete Wohnbebauung nord- und südwestlich des Projektstandortes zurückzuführen, da der Nahbereich die verdichteten Wohnsiedlungsbereiche entlang der Merseburger- und der Damaschkestraße umfasst.

**Karte 6: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes**



Im engeren fußläufigen Nahbereich<sup>16</sup> (Laufwege bis 500 Meter) leben rd. 1.400 Einwohner. Im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 Meter) wohnen – auch unter Berücksichtigung von städtebaulichen Barrieren bzw. Zäsuren – knapp 4.600 Personen. Somit kann der Standort für die lokalen Verhältnisse auf ein hohes

<sup>16</sup> Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten ein Radius von rd. 500 bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

Konsumentenpotenzial zurückgreifen und für diese Bevölkerungsteile eine fußläufige Nahversorgung anbieten. Die Bevölkerung im Nahbereich des Standortes entspricht dabei rd. 55 % der Einwohner des Stadtteils Damaschkestraße, so dass ein großer Teil der Einwohner den Vorhabenstandort fußläufig erreichen kann. Die Einwohneranzahl ist dabei als verhältnismäßig hoch einzuschätzen, da der Projektstandort kein idealtypisches bzw. in alle Richtungen gleichmäßig ausgreifendes Naheinzugsgebiet ausbilden kann. Insbesondere befinden sich östlich des Standortes auf Grund der bestehenden Zäsur (Bahngleiskörper, Grünstreifen) keine Wohnsiedlungsbereiche mehr.

Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes ist aus der Umgebung barrierefrei möglich, da eine direkte Anbindung bzw. eine Wegebeziehung in Form eines modernen Fußweges entlang der Dieselstraße existiert. Dieser Weg ist beidseitig als kombinierter Fuß-/ Fahrradweg ausgebaut, so dass der Projektstandort ebenfalls problemlos mit dem Fahrrad erreichbar ist. Die Überquerung der Dieselstraße ist dabei in Höhe Roßbachstraße bzw. Ottostraße durch einen ampelgeregelten Übergang möglich.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Vorhabenstandortes erfolgt über die Dieselstraße, die eine leistungsfähige Verbindungsstraße zwischen der Merseburger Straße (B 91) und der Europachaussee bzw. der Leipziger Chaussee (B 6) darstellt. Der Straßenzug befindet sich in einem vollsanierten Zustand.

Die Anfahrt zur Parkierungsanlage des SB-Warenhauses kann direkt über eine Zufahrt aus der Dieselstraße über die Zeppelinstraße erfolgen, die schon von dem ehemaligen Baumarkt als Zufahrtsmöglichkeit genutzt wurde. Ferner ist der Projektstandort auch aus südlicher Richtung über die Ottostraße anfahrbar.

Der Standort besitzt eine direkte **ÖPNV-Anbindung**, die durch eine Bushaltestelle („Ottostraße“) unmittelbar vor dem Vorhabengrundstück gewährleistet wird. Die Haltestelle wird von der Buslinie 26 in den Hauptverkehrszeiten zweimal stündlich bedient. Demnach besitzt der Standort einen qualifizierten ÖPNV-Anschluss und ist auch für nicht-mobile Bevölkerungsgruppen erreichbar.

In knapp 500 m Entfernung befindet sich in westlicher Richtung im Kreuzungsbereich Merseburger Straße / Dieselstraße ein weiterer ÖPNV-Anschluss. Hier verkehren zwei Straßenbahnlinien, so dass der Standort im näheren Umfeld ebenfalls eine Straßenbahnanbindung aufweist.

#### Abbildung 7: Verkehrliche Anbindung des Projektstandortes



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Hinsichtlich der **Einordnung des Standortes in das Einzelhandelsgefüge** wird auf das Zentrenkonzept der Stadt Halle<sup>17</sup> Bezug genommen. Der Standort liegt unter Zugrundelegung dieses städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nicht innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches.

Im direkten Umfeld des Projektstandortes wurden verschiedene Lebensmittelmärkte (u.a. Lidl, Netto Marken-Discount, NP [bereits geschlossen<sup>18</sup>]) gemäß der Einstufung im Zentrenkonzept als sog. Nahversorgungsstandorte ausgewiesen. Diese Nahversorgungsstandorte „mit mindestens einem Lebensmittelanbieter ab 400 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche stellen, in Ergänzung zu den Zentren, eine nahezu flächendeckende wohnortnahe Grundversorgung sicher.“<sup>19</sup> Somit ist auch für den Projektstandort von Globus gemäß der Definition im

17 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013.

18 In der Handelsimmobilie, die vormals NP-Discount belegt hat, sind mit einem Zoofachmarkt (Fressnapf) und einem Angelfachmarkt jeweils großformatige Fachmarktanbieter verortet.

19 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 7. August 2013, Seite 74.

Zentrenkonzept eine **Nahversorgungsfunktion**<sup>20</sup> zu konstatieren. Dies wird in der Lagequalität des Standortes deutlich, da sich dieser in Randlage zu einem verdichteten Wohnquartier befindet und aus diesem Gebiet fußläufig erreichbar ist. Die hohe Einwohnerzahl im fußläufigen Nahbereich<sup>21</sup> verdeutlicht die Nahversorgungsfunktion, ebenso wie es sich im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts um einen städtebaulich integrierten Standort<sup>22</sup> handelt.

---

20 Im Hallenser Einzelhandelskonzept wird ein Nahversorgungsstandort wie folgt definiert: „Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Handelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder einem Lebensmitteldiscounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.“ (vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Seite 283).

21 Im fußläufigen Nahbereich (Laufwege bis 800 m) leben derzeit rd. 4.580 Personen (vgl. Karte 6).

22 Im Hallenser Einzelhandelskonzept wird eine städtebaulich integrierte Lage wie folgt definiert: „Dazu zählen Lagen, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Die oft solitär gelegenen Einzelhandelsbetriebe befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen einen unmittelbaren räumlichen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen.“ (vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Seite 18/19).

### 3. Einzelhandelsanalyse Halle (Saale)

#### 3.1. Überblick über das gesamtstädtische Einzelhandelsangebot

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsflächen<sup>23</sup> im April und Mai 2016 im Rahmen einer Vollerhebung in Halle aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Branche zugeordnet.<sup>24</sup> Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung war in Halle ein Bestand von fast 1.230 Arbeitsstätten des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von rd. 367.000 m<sup>2</sup>.

Nachfolgende Tabelle fasst überblicksartig die Einzelhandelsentwicklung der letzten Jahre in Halle zusammen.

**Tabelle 4: Betriebe und Verkaufsflächen in Halle (Saale) im Zeitvergleich**

	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m <sup>2</sup> /Betrieb	Verkaufsflächendichte <sup>25</sup> m <sup>2</sup> /Einwohner
2006	387.000	k.A.		1,6
2010	385.000	1.435	~270	1,7
2016	367.000	1.227	~300	1,6

Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013; BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen April/Mai 2016

In Halle ist – entgegen dem deutschlandweiten Trend – die Verkaufsfläche in den letzten zehn Jahren um rd. 5 % abgeschmolzen. Neben zahlreichen kleineren Handelsbetrieben haben sich auch diverse großformatige Anbieter vom Standort Halle zurückgezogen, wodurch u.a. der relativ hohe Wert des Rückgangs zu erklären ist.<sup>26</sup>

Die **Anzahl der Handelsbetriebe** ist – wie auch im Bundesdurchschnitt – in den letzten Jahren zurückgegangen. Es war eine relativ hohe Abschmelzung zu beobachten, da sich im Verhältnis zum letztmaligen Erhebungszeitpunkt im Jahr 2010 die Anzahl der Handelsbetriebe um rd. 15 % verringert hat.

In Bezug auf die **Größenstruktur des Einzelhandels** hat sich die durchschnittliche Flächengröße je Geschäft in Halle – wie auch im Bundesdurchschnitt – in den letzten Jahren stetig erhöht. Dies ist insbesondere auf das Abschmelzen kleinerer Handelsflächen und die gestiegene Nachfrage des Handels nach großformatigen Ladeneinheiten, vor allem nach Fachmarktfächen zurückzuführen. Dieser Trend wird auch in Halle sichtbar, da sich die durchschnittliche Betriebsgröße auf rd. 300 m<sup>2</sup> je Handelsbetrieb erhöht hat.

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** war in Halle mit 1,6 bis 1,7 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner in den letzten 10 Jahren relativ konstant und liegt geringfügig über dem aktuellen bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (rd. 1,5 m<sup>2</sup> VK/Ew.). Im Vergleich mit dem regionalen Umfeld von Halle ist zu

23 Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, Versandhandel und ambulanten Handel durchgeführt. Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung, Fotostudio etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen und nicht erhoben wurden.

24 Die Stadt Halle (Saale) hat der BBE Handelsberatung im Rahmen der Erstellung der Auswirkungsanalyse die Verkaufsflächendaten zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes zur Verfügung gestellt. Somit ist eine direkte Vergleichbarkeit der Entwicklung des Einzelhandels zu den jeweiligen Erhebungszeitpunkten möglich.

25 Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis von Verkaufsfläche zu Einwohnern eines Ortes oder einer Region. Bei der Berechnung dieser Kennziffer wurde der Bevölkerungsbestand des jeweiligen Jahres zugrunde gelegt.

26 Beispielhaft ist die Baumarktbranche zu nennen, wobei sich allein durch die Absiedlung des Hela Baumarkts und von Max Bahr eine Flächenreduktion von rd. 20.000 m<sup>2</sup> ergeben hat. Auf der anderen Seite war insbesondere ein Flächenwachstum in der Lebensmittelbranche zu beobachten.

konstatieren, dass die Flächendichte auf dem Niveau des IHK-Kammerbezirkes Halle-Dessau (rd. 1,7 m<sup>2</sup> VK/Ew.)<sup>27</sup> liegt.

Der Vergleich mit anderen, in etwa ähnlich großen mitteldeutschen Städten zeigt für Halle eine relativ geringe Verkaufsflächendichte. So weist bspw. Erfurt (ca. 208.000 Ew.) mit rd. 2,0 m<sup>2</sup>, Magdeburg (ca. 233.000 Ew.) mit rd. 2,4 m<sup>2</sup> oder Chemnitz (ca. 246.000 Ew.) mit rd. 2,3 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner eine höhere Flächenausstattung auf.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Quelle: Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau, IHK-Handelsatlas 2012/2013 für den IHK-Bezirk Halle-Dessau.

<sup>28</sup> Die vorstehend ausgewählten Kennziffern der Verkaufsflächendichte dienen lediglich der Orientierung. Die einzelnen Werte sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über jeweils unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Historien etc. verfügen. Es soll lediglich ein Trend der Flächenausstattung in anderen Städten dargestellt werden.

### 3.2. Räumliche Verteilung des Einzelhandels

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung des Hallenser Einzelhandelsangebots wird eine kurze Analyse der einzelnen **Stadtbezirke** vorgenommen. Folgende Abbildung beschreibt die Ausstattung der Bezirke und stellt vergleichende Kennzahlen dar.

**Abbildung 8: Einzelhandelsstrukturdaten nach Stadtbezirken**



Kartengrundlage: Stadt Halle (Saale) / Daten: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen April/Mai 2016

Anmerkung: Die vorstehende Darstellung soll der besseren Übersicht und Einordnung der einzelnen Versorgungsgebiete dienen. Eine direkte Vergleichbarkeit ist nicht möglich, da die Versorgungsgebiete über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen. Bei der Berechnung der Verkaufsflächendichte wurde die Einwohnerzahl der Stadt Halle und nicht der Wert des Statistischen Ladensamtes zugrunde gelegt.

Die mit Abstand höchste Anzahl von Handelsbetrieben ist aktuell im **Bezirk Mitte** vorhanden, da hier rd. 39 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe verortet sind. Der Verkaufsflächenanteil dieses Bezirkes fällt mit rd. 25 % niedriger aus, da in diesem Bereich – insbesondere in der Hallenser Einkaufsinnenstadt – überwiegende kleinere Handelsbetriebe adressiert sind. Die kleinteilige Struktur lässt sich auch anhand der durchschnittlichen Betriebsgröße ablesen, die mit rd. 190 m<sup>2</sup> je Handelsbetrieb deutlich unter den Werten der anderen Stadtbezirke bzw. unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt liegt (vgl. Tab. 4). Die Verkaufsflächendichte fällt mit 2,0 m<sup>2</sup> je Einwohner überdurchschnittlich hoch aus, da die Hallenser Einkaufsinnenstadt den Handelsschwerpunkt der Stadt darstellt und somit hier eine hohe Angebotskonzentration besteht.<sup>29</sup>

Der höchste Handelsbesatz ist mit rd. 97.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im **Bezirk West** verortet, der einen Anteil von 27 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche einnimmt. Die Flächenausstattung ist jedoch angesichts der hohen Einwohnerzahl des Bezirkes (rd. 69.000 Personen, vgl. Abb. 2) als angemessen zu bewerten, so dass sich die Flächendichte mit rd. 1,4 m<sup>2</sup> VK je Einwohner in etwa auf dem gesamtstädtischen Niveau bewegt.

<sup>29</sup> Die bezirksbezogene Angebotsanalyse ist nicht für einen jeweiligen Bezirk isoliert zu betrachten, da innerhalb des gesamten Stadtgebietes naturgemäß diverse Kundenaustauschbeziehungen bestehen. So decken die Verbraucher ihre Nachfrage nicht nur innerhalb eines abgegrenzten Stadtbezirkes, sondern auch darüber hinaus ab. Des Weiteren überschneiden sich auch die Einzugsgebiete von größeren Handelsbetrieben oder Einkaufszentren mit den Bezirksgrenzen, so dass ein quantitatives Flächendefizit eines Bezirkes durch ein im Umfeld befindliches Angebot ausgeglichen wird. Demnach relativieren sich insbesondere die berechneten Werte der Verkaufsflächendichte.

Die Bezirke Nord und Süd verfügen mit 1,0 bzw. 1,1 m<sup>2</sup> VK je Einwohner im gesamtstädtischen Vergleich über eine verhältnismäßig geringe Flächenausstattung. Der Handel ist in diesen Bereichen überwiegend auf sog. nahversorgungsrelevante Sortimente (v.a. Lebensmittel) ausgerichtet. Flächenseitig größere Angebotsstandorte sind das Kauflandcenter in der Südstadt und Fachmarkttagglomeration an der Magdeburger Chaussee im Industriegebiet Nord.

Der Bezirk Ost weist mit rd. 4,0 m<sup>2</sup> VK je Einwohner die mit Abstand höchste Verkaufsflächendichte aus.<sup>30</sup> Dies ist insbesondere auf die hohen Verkaufsflächen im HEP bzw. in den angrenzenden Fachmärkten zurückzuführen. Da den Bestandsflächen keine adäquate Bevölkerung im Bezirk gegenübersteht, ist eine gewisse Fehl-Allokation von Flächen zu erkennen. Der Einzelhandel wird in diesem Bezirk überwiegend durch fachmarkttypische Angebotsformate geprägt, was sich in der Betriebsgröße von rd. 460 m<sup>2</sup> VK je Handelsbetrieb niederschlägt.

Unter Zugrundelegung des **Zentrenkonzepts der Stadt Halle**<sup>31</sup> wird nachfolgend der aktuelle Einzelhandelsbesatz auf Basis dieses städtebaulichen Konzeptes dargestellt. Für Halle wurde ein dreistufiges Zentrensystem ausgewiesen, welches neben der Altstadt (Hauptzentrum) in zwei Stadtteilzentren und acht Nahversorgungszentren gegliedert ist.

**Tabelle 5: Verkaufsflächen und Geschäfte nach zentralen Versorgungsbereichen**

Versorgungsbereich	Verkaufsfläche		Anzahl Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m <sup>2</sup>	%	abs.	%	m <sup>2</sup> /Betrieb
Hauptzentrum Altstadt	72.050	20	284	23	~250
Nebenzentrum Neustadt	34.300	9	71	6	~480
Nebenzentrum Südstadt	19.060	5	30	2	~630
NVZ Büschdorf	4.250	1	15	1	~280
NVZ Diesterwegstraße	1.670	<1	6	<1	~230
NVZ Vogelweide	1.310	<1	7	<1	~190
NVZ Silberhöhe	3.040	<1	16	1	~190
NVZ Heide-Nord	3.450	<1	14	1	~250
NVZ Hubertusplatz	1.430	<1	7	<1	~200
NVZ Reileck	1.730	<1	34	3	~50
NVZ Ammendorf	1.740	<1	8	<1	~220
Sonstige Lagen (außerhalb zVB)	223.050	61	735	60	~300
<b>Gesamt</b>	<b>367.080</b>	<b>100</b>	<b>1.227</b>	<b>100</b>	<b>~300</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen April/Mai 2016

Innerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche (zVB) besitzt das Hauptzentrum funktionsgerecht den höchsten Flächenanteil und auch die höchste Anzahl an Handelsbetrieben. Mit deutlichem Abstand folgen die beiden definierten Nebenzentren Neustadt und Südstadt.

Innerhalb der einzelnen Nahversorgungszentren gibt es in Bezug auf die Flächenausstattung und die Betriebsanzahl große Schwankungen. So stehen bspw. den potenziellen Konsumenten im NVZ Vogelweide

30 Die Verkaufsflächendichte des Bezirkes Ost fällt noch höher aus, da insbesondere im HEP diverse Leerstandsflächen vorhanden sind, die durch Handel belegt werden könnten.

31 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 7. August 2013.

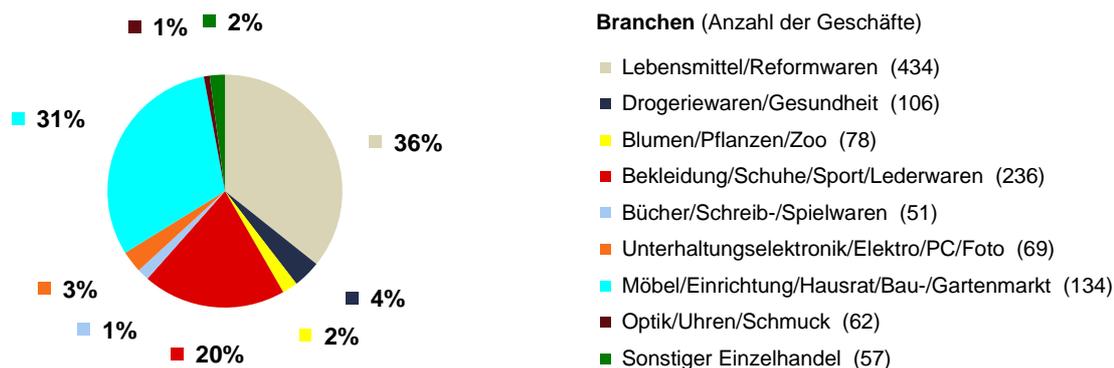
sieben Handelsbetriebe mit rd. 1.300 m<sup>2</sup> zur Verfügung, während im NVZ Büschdorf oder Silberhöhe fast die doppelte Anzahl an Flächen und Betrieben vorhanden ist.

Eine hoher Handelsbestand ist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet, der mit rd. 223.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche circa 61 % der gesamtstädtischen Fläche umfasst. Dies betrifft auch den Großteil der Handelsbetriebe, da 60 % aller Geschäfte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen liegen.

### 3.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen wurden die einzelnen Betriebsstätten der jeweiligen Branche, welche dem Sortimentsschwerpunkt entsprochen hat, zugeordnet. Die Verkaufsflächenstruktur stellt sich für Halle wie folgt dar.

**Abbildung 9: Verkaufsflächenstruktur Halle (Saale)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen April/Mai 2016

Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 131.000 m<sup>2</sup>) wird in Halle durch die **Lebensmittelbranche** eingenommen, die auch die größte Anzahl an Betrieben aufweist. Einerseits wird diese Branche durch zahlreiche großformatige Lebensmittelmärkte geprägt, andererseits sind auch zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Nahrungsmittelhandwerker) vorhanden.

Einen weiteren Angebotschwerpunkt bildet mit rd. 114.000 m<sup>2</sup> die **Einrichtungsbranche**, in der neben der Möbelbranche auch Bau- und Gartenmärkte oder Einrichtungsfachmärkte subsumiert werden. Da es sich bei dieser Marktform um meist größere, fachmarkttypische Ladeneinheiten handelt, weist diese Branche üblicherweise einen verhältnismäßig hohen Flächenanteil aus. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt in diesem Segment bei knapp 850 m<sup>2</sup> je Geschäft und somit deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnitt von rd. 300 m<sup>2</sup>.

Weiterhin stellt die **Modebranche**, die als Leitbranche fungiert und wesentlich die Attraktivität einer (Innen-)Stadt mit prägt, mit einer Fläche von rd. 73.000 m<sup>2</sup> einen wichtigen flächenseitigen Angebotsbaustein dar. In der Branche existiert mit fast 240 Textil-, Schuh-, Sport- und Lederwarengeschäften eine hohe Angebotsvielfalt.

Die restlichen Branchen erreichen vergleichbar geringe Flächenanteile, stellen jedoch zur Komplettierung des gesamtstädtischen Sortimentsmix einen wichtigen Faktor dar. Flächenseitig größere Angebote sind insbesondere in der Drogeriewarenbranche und dem Segment Unterhaltungselektronik/Elektrowaren vorhanden.

Die Sortimentszusammensetzung in Halle stellt sich im interkommunalen Vergleich<sup>32</sup> als üblich dar, da i.d.R. die beiden flächenintensiven Sortimente der Einrichtungs- und der Lebensmittelbranche - gefolgt von den modischen Sortimenten - grundsätzlich die höchsten Flächenanteile in einer vergleichbar großen Stadt binden.

<sup>32</sup> Eine direkte Vergleichbarkeit von Einzelhandelsstrukturen von Städten ist grundsätzlich nicht möglich, da diese über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen, Einzugsgebiete etc. verfügen.

### 3.4. Analyse der Lebensmittelangebots in Halle (Saale)

#### 3.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Halle ist in der Branche Lebensmittel eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 131.300 m<sup>2</sup> vorhanden. Auf Basis der Bevölkerungszahl<sup>33</sup> errechnet sich aktuell eine **Verkaufsflächendichte** von rd. 0,55 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner. Im Vergleich zu dem bundesweiten Durchschnittswert von rd. 0,43 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner<sup>34</sup> wird in Halle ein hoher Versorgungsgrad erreicht. Der vorstehende Wert deutet dabei auf eine gut ausgeprägte Versorgungslage hin.

In Relation zu vergleichbaren mitteldeutschen Städten stellt sich die ausgewiesene Flächendichte als üblich dar, da hier laut Erfahrung der BBE i.d.R. ein Ausstattungswert zwischen 0,50 bis 0,55 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner erreicht wird. Dies ist u.a. auch darauf zurückzuführen, dass insbesondere höher-rangige zentrale Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihren Verflechtungsbereich übernehmen und so ein höheres flächenseitiges Angebot vorgehalten wird.

Die maßgeblichen **Veränderungen in der Lebensmittelbranche**<sup>35</sup> in Halle waren in den letzten Jahren u.a. durch verschiedene Absiedlungen von Lebensmittelmärkten geprägt, die jedoch durch zahlreiche Neuansiedlungen überkompensiert wurden. Der Rückzug von Märkten resultierte vor allem aus Gründen der Standortoptimierung, da verschiedene Standorte von Lebensmittelmärkten in Bezug auf ihre Größe bzw. ihre Standortqualität nicht mehr rentabel zu betreiben waren. Insgesamt erfolgte seit dem Jahr 2010 eine Absiedlung von zehn Lebensmittelmärkten, wobei ein Rückgang der Lebensmittelverkaufsfläche um insgesamt rd. 6.200 m<sup>2</sup> zu verzeichnen war.<sup>36</sup> Die Aufgabe von Märkten erfolgte dabei ausschließlich durch Lebensmittel-discounter.

Im gleichen Zeitraum erfolgten insgesamt 15 Neueröffnungen mit einem Flächenumfang von rd. 16.200 m<sup>2</sup>.<sup>37</sup> Neben dem expansiven Anbieter Netto Marken-Discount war vor allem eine verstärkte Ansiedlung von Supermarktkonzepten zu beobachten. Als prägende Betriebe sind hier die beiden attraktiven E-Center zu nennen. Ferner hat sich die Angebotssituation in der Innenstadt durch die Eröffnung von zwei Supermärkten (Edeka, REWE) verbessert.

**Abbildung 10: Neueröffnete Lebensmittelmärkte in Halle (Auswahl)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

33 Bei der Analyse der einwohnerbezogenen Verkaufsflächendichte wurde die eigene Einwohnerzahl der Stadt Halle (238.321 Personen) zum 31.12.2015 zugrunde gelegt (vgl. Abb. 2).

34 Quelle: EHI Retail Institute Köln, Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland in den Jahren 2006 bis 2015. Anmerkung: Der angegebene Wert dient lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwert.

35 Es wurden lediglich die Veränderungen bei größeren bzw. strukturprägenden Lebensmittelmärkten betrachtet.

36 Seit dem Jahr 2010 haben die Anbieter NP Discount 3 Märkte (Kreuzotterweg, Lutherstraße, Ouluer Straße), Penny ebenfalls 3 Märkte (Berliner Straße, Karl-Merseburg-Straße, Rochlitzer Straße) sowie Aldi (Delitzscher Straße, Am Treff) und Netto Marken-Discount (Theodor-Weber-Straße, Mühlrain) jeweils 2 Märkte geschlossen. Teilweise wurden diese Märkte verlagert bzw. es erfolgte eine Nachbelegung.

37 Seit dem Jahr 2010 waren folgende Neuansiedlungen von strukturprägenden Lebensmittelmärkten in Halle zu verzeichnen: 5x Netto Marken-Discount (Birkhahnweg, Köthener Straße, Phillip-von-Ladenberg-Straße, Hubertusplatz, Zollrain), 3x Edeka (Merseburger Straße, Hermesstraße, Oleariusstraße), 3x Netto (Mötzlicher Straße, Industriestraße, Lieskauer Straße), 2x Penny (Fritz-Hofmann-Straße, Am Treff), REWE (Leipziger Straße) und Mixmarkt (A.-Einstein-Straße).

Die vorstehend genannten Ansiedlungen erfolgten dabei – mit Ausnahme von Edeka (Hermesstraße) und Netto Marken-Discount (Köthener Straße) – an integrierten bzw. wohnortnahen Standorten. Im Fall von fünf Neuansiedlungen wurden die Märkte jeweils in einem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich etabliert.

Um einen gesamtstädtischen Überblick über die größeren und für die Versorgung maßgeblich relevanten Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird nachstehend die sog. **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Halle ermittelt. Dabei werden nur die sog. strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser, Supermärkte, Discounter, vgl. Definition in Anlage 2) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemärkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) werden hier nicht betrachtet.

Folgende Tabelle beschreibt die Dichtewerte in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen.

**Tabelle 6: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Halle (Saale)**

	Region/ Anbieter	Anzahl Märkte	Vk.Fl. Gesamt	Vk.Fl. je Objekt	Vk.Fl. je Einwohner	DICHTE- INDEX
		abs.	m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup> /Markt	m <sup>2</sup> /Einwohner	
Discounter	Vergleich Deutschland	16.195	12.200.000	~750	0,149	100
	Halle (Saale) (60 Discounter)	60	46.120	~770	<b>0,194</b>	<b>130</b>
Supermarkt	Vergleich Deutschland	10.785	10.400.000	~960	0,127	100
	Halle (Saale) (23 Supermärkte)	23	22.410	~970	<b>0,094</b>	<b>74</b>
Verbrau- chermarkt/ SBW	Vergleich Deutschland	1.945	9.800.000	~5.040	0,120	100
	Halle (Saale) (4 Verbrauchermärkte/ 4 SB-Warenhäuser)	8	44.120	~5.520	<b>0,185</b>	<b>154</b>
Gesamt	Vergleich Deutschland	28.925	32.400.000	~1.120	0,396	100
	Halle (Saale)	91	112.650	~1.240	<b>0,473</b>	<b>119</b>

Quelle: Daten EHI Retail Institute Köln 2015, Definition Betriebstypen: Supermarkt 800 - 2.500 m<sup>2</sup>, Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt) 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>, SB-Warenhaus ab 5.000 m<sup>2</sup>, Discounter entsprechend Angebotsstrategie  
Einwohner Deutschland: 81.770.944 Personen / Halle: 238.321 Personen.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von 0,47 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Halle im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 0,40 m<sup>2</sup>/Ew.) ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht (Dichteindex = 119). Dieser resultiert aus dem flächenseitig hohen Angebot, wobei Halle als oberzentraler Ort auch eine Versorgungsfunktion für seine Umlandgemeinden bzw. seinen Verflechtungsbereich mit übernimmt. Dabei strahlen insbesondere dezentrale Standorte (bspw. Globus [HEP], Kaufland [Magdeburger Chaussee, Zollrain]) über das Hallenser Stadtgebiet aus.

Bei einer Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen fällt auf, dass das Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus<sup>38</sup> in Halle im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Vergleichswerten flächenseitig sehr gut ausgeprägt ist (Dichteindex = 154). Die Verkaufsfläche hat sich in diesem Segment in

38 In Halle sind mit diesem Betriebstyp die Anbieter Kaufland, real, Globus und E-Center vertreten.

den letzten Jahren deutlich erhöht, was auf die Eröffnung von zwei E-Centern<sup>39</sup> (Merseburger Straße [2011], Hermesstraße [2014]) zurückzuführen ist.

Die hohe Flächenausstattung ist für eine Großstadt wie Halle jedoch als üblich einzuschätzen, da solche großformatigen Anbieter meist in größeren Städten angesiedelt sind. Dies resultiert aus dem notwendigen betrieblichen Einzugsgebiet solcher Märkte, die i.d.R. ein hohes Einwohnerpotenzial benötigen.

Das Sortiment dieses Betriebstyps ist durch eine hohe Sortimentsbreite und –tiefe im Lebensmittelbereich geprägt. Das attraktive Lebensmittelvollsortiment wird dabei durch eine Non-Food-Abteilung ergänzt, deren Umfang von der Gesamtfläche des jeweiligen Marktes abhängt. Auf Grund der Leistungsfähigkeit und hohen Kundenakzeptanz besitzen Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser eine hohe Strahlkraft.

**Abbildung 11: Betriebstyp SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt in Halle (Auswahl)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Gegensatz zu dem vorstehenden Betriebstyp liegt der Dichteindex bei Supermärkten (74) im Vergleich zu bundesweiten Ausstattungswerten unterdurchschnittlich. Dieses rechnerische Defizit wird durch das bestehende Angebot an Verbrauchermärkten ausgeglichen, da diese Anbieter ein umfangreiches Lebensmittelsortiment führen, das mit dem Vollsortiment eines Supermarktes vergleichbar ist.

Die Supermärkte<sup>40</sup> offerieren ein attraktives und qualitativ höherwertiges Sortiment, wobei insbesondere die Innengestaltung der Märkte und die Warenpräsentation als ansprechend zu bewerten sind. In den Vorkassenzonen der Supermärkte runden meist Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) das Lebensmittelangebot im Frischebereich ab.

**Abbildung 12: Betriebstyp Supermarkt in Halle (Auswahl)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der Bereich der Lebensmitteldiscounter<sup>41</sup> ist durch eine verhältnismäßig hohe Ansiedlungsdichte gekennzeichnet, da der Wert der Verkaufsflächendichte rd. 30 % (vgl. Tab. 6) über dem Bundesdurchschnitt liegt.

39 Die bestehenden E-Center sind bezüglich der Verkaufsflächengröße als ein Verbrauchermarkt einzustufen, wenngleich diese Märkte hinsichtlich des Sortiments als sog. Großer Supermarkt zu klassifizieren sind.

40 In Halle sind mit diesem Betriebstyp vor allem die Anbieter REWE (inkl. nahkauf) und Edeka aktiv. Weitere Supermarktkonzepte sind Mixmarkt, ProCent und Naturana (Bio-Supermarkt).

41 In Halle sind mit diesem Betriebstyp die Anbieter Aldi, Lidl, Netto Marken-Discount, Penny, Netto (Dansk Supermarket), NP Niedrig Preis und Norma aktiv vorzufinden.

Der Großteil der Märkte befindet sich in städtebaulich integrierten bzw. zum Teil auch in verdichteten Wohngebietslagen, so dass die Discounter auch einen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung leisten.

Die Discounter decken insbesondere das preisorientierte Warenssegment ab. Das Angebot ist im Wesentlichen auf Lebensmittelteilsortimente bzw. sogenannte Schnelldreher begrenzt. Alle Anbieter sind als durchschnittlich attraktive Betriebe einzustufen und führen ein standardisiertes Sortiment.

**Abbildung 13: Betriebstyp Discounter in Halle (Auswahl)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben den vorstehend genannten strukturprägenden Anbietern ergänzen weitere Betriebsformen das Lebensmittelangebot in Halle. Aktuell sind zahlreiche Getränkemärkte mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.900 m<sup>2</sup> vorhanden, die das Angebot in den Warengruppen alkoholische und nicht-alkoholische Getränke abdecken.

Weiterhin existieren in Halle zahlreiche Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer), welche die Grundversorgung im Frischebereich komplettieren. Diese kleinflächigen Angebotsformate befinden sich zum Teil in den Vorkassenzonen der Lebensmittelmärkte und direkt in den einzelnen Wohnquartieren bzw. in Streulagen. Der Großteil der Betriebe präsentiert sich attraktiv und marktgerecht. Zum Teil verfügen die Lebensmittelhandwerker auch über Imbissangebote.

Eine flächenmäßig untergeordnete Bedeutung haben Lebensmittel SB-Geschäfte sowie Spezialgeschäfte. Hier sind neben kleineren Lebensmittelmärkten und Lebensmittelgeschäften verschiedene Obst/Gemüse-Geschäfte, Kioske und Spezialgeschäfte (u.a. mit Tee, Süßwaren, Spirituosen, Delikatessen) vorhanden, die meist auf gehobenem Qualitätsniveau ausgewählte Lebensmittelsortimente präsentieren. Ferner existieren auch größere Spezialanbieter wie Frostkauf, der Fabrikverkauf von Halloren oder die Lebensmittelabteilung von Galeria Kaufhof. Neben den genannten Anbietern ergänzen die Shops der Hallenser Tankstellen das Angebot insbesondere für Reisende.

**Abbildung 14: Sonstige Lebensmittelanbieter in Halle (Auswahl)**

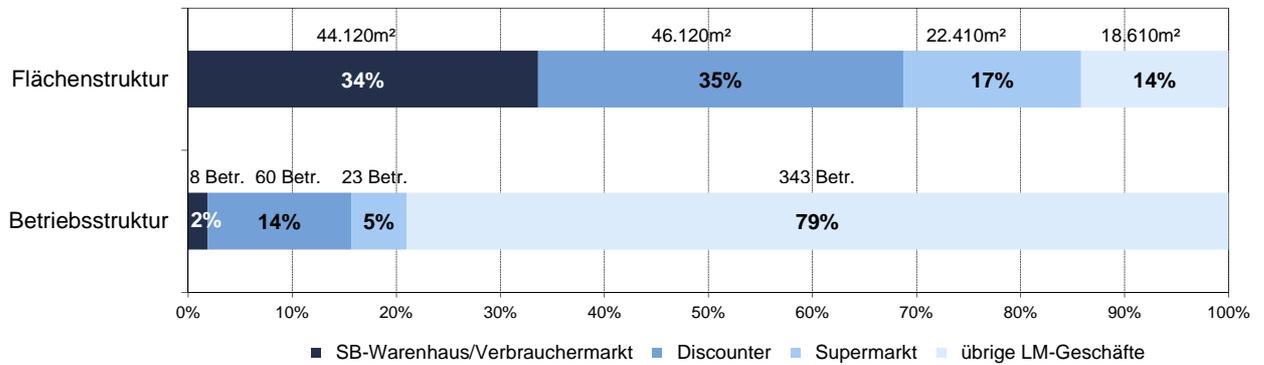


Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit ist zu konstatieren, dass bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** und der breiten Streuung des Angebots über das Hallenser Kernstadtgebiet ein ausgewogenes Versorgungsangebot besteht. Die Struktur des Lebensmittelangebots ist durch eine große Bandbreite von großformatigen Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot durch zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker und ver-

schiedene weitere Lebensmittelgeschäfte (u.a. SB-Geschäfte, Bio-Märkte, Getränkemärkte, Spezialitätengeschäfte) arrondiert wird.

**Abbildung 15: Flächen-/ Betriebsstruktur des Hallenser Lebensmittelhandels**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen April/Mai 2016

Naturgemäß belegen die großformatigen Lebensmittelmärkte den höchsten Flächenanteil. Die zahlreichen kleinen Angebotsbetriebe nehmen jedoch in Halle einen beachtlichen Flächenanteil von rd. 14 % ein, wobei der Betriebsanteil am gesamtstädtischen Angebot bei 79 % liegt.

### 3.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots

Hinsichtlich der **räumlichen Verteilung** des Hallenser Lebensmittelangebots wird eine Analyse des Flächenbestandes nach den einzelnen Stadtbezirken vorgenommen. Nachstehende Tabelle beschreibt die Ausstattung der einzelnen Bezirke und stellt vergleichende Kennzahlen dar.

**Tabelle 7: Lebensmittelverkaufsflächen und Geschäfte nach Bezirken**

	Halle	Mitte	Nord	Ost	Süd	West
Lebensmittelverkaufsfläche (m <sup>2</sup> )	131.300	14.200	21.200	17.900	37.300	40.700
Anteil (%)	100	11	16	14	28	31
Einwohner (abs.)	238.321	46.232	40.963	15.609	66.891	68.626
Verkaufsflächendichte (m <sup>2</sup> /Ew.)	0,55	0,31	0,52	1,15	0,56	0,59
Lebensmittelbetriebe (abs.)	434	109	77	51	96	101
Anteil (%)	100	25	18	12	22	23
Ø Betriebsgröße LEH (m <sup>2</sup> /Betrieb)	~300	~130	~280	~350	~390	~400

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen April/Mai 2016

Anmerkung: Die vorstehende Darstellung soll der besseren Übersicht und Einordnung der einzelnen Versorgungsgebiete dienen. Eine direkte Vergleichbarkeit ist nicht möglich, da die Versorgungsgebiete über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen. Bei der Berechnung der Verkaufsflächendichte wurde die Einwohnerzahl der Stadt Halle und nicht der Wert des Statistischen Ladensamtes zugrunde gelegt.

Bei der Analyse der Verkaufsflächenverteilung auf Ebene der **Stadtbezirke** zeigen sich teilweise deutliche Unterschiede. Der Großteil der Lebensmittelverkaufsfläche ist im Bezirk West verortet, wo ein hoch verdichteter Siedlungsschwerpunkt der Stadt Halle vorhanden ist. Die Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,6 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner deutet auf einen attraktiven flächenseitigen Ausstattungsgrad hin. Das Angebot ist discountlastig zu beschreiben, da den 24 Lebensmitteldiscountern nur 8 Vollsortimentsmärkte (Supermarkt, SB-Warenhaus) gegenüber stehen.

Der ebenfalls dichtbesiedelte Stadtbezirk Süd verfügt mit einer Flächenausstattung von 0,56 m<sup>2</sup> je Einwohner über ein attraktives flächenseitiges Lebensmittelangebot. Das Angebot der insgesamt 24 Lebensmittelmärkte besteht vorwiegend aus Discountern (18 Märkte). Weiterhin ergänzen 5 Supermärkte und 3 Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser das Angebot, so dass eine gute Auswahlvielfalt besteht.

Eine vergleichbare Flächenausstattung von rd. 0,52 m<sup>2</sup> je Einwohner weist der Bezirk Nord auf. Wie im gesamtstädtischen Maßstab sind auch hier die 9 Lebensmitteldiscounter angebotsprägend. Zu diesem Bestand addieren sich 6 Vollsortimentsmärkte, so dass eine attraktive Angebotsdurchmischung besteht.

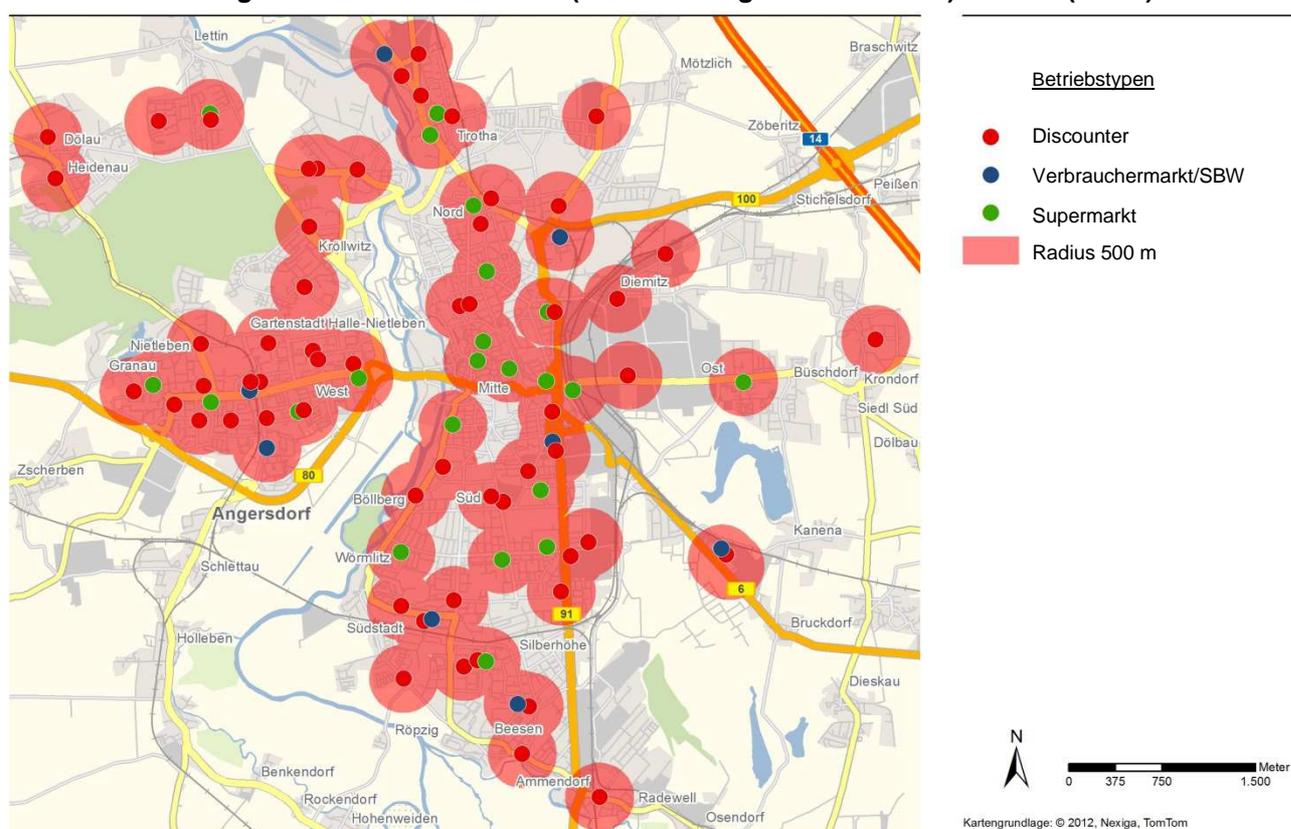
Der Stadtbezirk Ost weist mit Abstand die höchste Verkaufsflächendichte auf. In diesem Bezirk sind aktuell rd. 14 % der gesamtstädtischen Lebensmittelverkaufsfläche verortet, der Bevölkerungsanteil dieses Gebietes liegt allerdings nur bei knapp 7 %. Demzufolge sind zur wirtschaftlichen Auslastung der bestehenden Lebensmittelverkaufsfläche Kaufkraftzuflüsse aus anderen Gebieten bzw. Bezirken notwendig, was zu deutlichen Kundenbewegungen innerhalb des Hallenser Stadtgebietes führt. Prägender Angebotsbetrieb ist hier das SB-Warenhaus von Globus.

Das Einzelhandelsangebot des Bezirkes Mitte – insbesondere der Einkaufsinnenstadt – ist im Wesentlichen auf den mittel- und langfristigen Bedarf ausgerichtet. Somit erreicht der Lebensmittelhandel mit rd. 0,3 m<sup>2</sup> je Einwohner eine vergleichsweise geringe Flächenausstattung, die jedoch für eine Grundversorgung der hier wohnenden Bevölkerung ausreichend ist. Das Angebot besteht aus 6 Supermärkten und 4 Discountern. Die durchschnittliche Flächengröße des Lebensmittelhandels liegt bei lediglich rd. 130 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Geschäft, was sich aus der kleinstrukturierten Bebauung der Hallenser Innenstadt ergibt.

Bei der vorstehenden bezirksspezifischen Analyse werden bestehende Unterschiede in Bezug auf die Flächenausstattung deutlich. Innerhalb des gesamten Stadtgebietes bestehen jedoch diverse Kundenaustauschbeziehungen, so dass Konsumenten ihre Nachfrage nicht nur innerhalb eines abgegrenzten Stadtbezirkes, sondern auch darüber hinaus abdecken. Insofern überdecken sich teilweise die Einzugsgebiete von Lebensmittelmärkten mit den Bezirksgrenzen, so dass bspw. quantitative Ausstattungsdefizite eines Bezirkes durch ein im Umfeld liegendes, besser strukturiertes Angebot ausgeglichen werden können. Demnach relativieren sich insbesondere die berechneten Werte der Verkaufsflächendichte.

Nachstehend wird die Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Halle kartographisch abgebildet. Ferner wird der jeweilige **fußläufige Nahbereich**<sup>42</sup> der einzelnen Märkte schematisch als 500 m-Radius dargestellt.

**Karte 7: Verteilung der Lebensmittelmärkte (inkl. fußläufiger Nahbereiche) in Halle (Saale)**



Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels liegen über das gesamte Stadtgebiet verteilt. In der schematischen Darstellung der minimalen fußläufigen Einzugsbereiche von rd. 500 m wird deutlich, dass der Großteil der Einwohner in den einzelnen Wohnsiedlungsbereichen derzeit adäquat versorgt wird. Naturgemäß sind auch Wohnbereiche vorhanden, die in unmittelbarer Umgebung über keinen derartigen Markt verfügen. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete nicht zu konstatieren, da die Einwohner lediglich geringfügig höhere Laufwege<sup>43</sup> zur fußläufigen Deckung der Nachfrage in Kauf nehmen müssen.

42 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelanbietern ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein Radius von rd. 500 bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

43 Bei der Darstellung wurde der engere fußläufige Nahbereich von rd. 500 m abgebildet. Bei der Darstellung des erweiterten Nahbereichs (bis 800 m) ist aus fast allen verdichteten Wohnsiedlungsgebieten ein Lebensmittelmarkt erreichbar.

### 3.4.3. Zentralität des Hallenser Lebensmittelhandels

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Zentralität) stellt das Verhältnis zwischen dem bestehenden Nachfragevolumen und den erzielten Einzelhandelsumsätzen des stationären Lebensmittelhandels dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit der Großstadt Halle getroffen werden, die Lebensmittelkaufkraft ihrer Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Lebensmitteleinzelhandel zu binden. Die berechnete Bindungsintensität ist somit ein Indikator für die branchenspezifische Einzelhandelsattraktivität. Eine Kennziffer von über 100 drückt aus, dass die Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo demnach ein Umsatzabfluss.

Für die Berechnung der Zentralität wird vorab die Höhe des Marktpotenzials ermittelt. Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für die jeweils projektrelevante Branche bestimmt. Bei diesen branchenspezifischen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping, Online-Handel/E-Commerce und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben<sup>44</sup> für den stationären Einzelhandel der projektrelevanten Branche Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Randsortimente für Non-Food) ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die lokalen Verhältnisse in Halle angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.<sup>45</sup>

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** der Stadt Halle multipliziert, so dass sich das ladeneinzelhandelsrelevante Nachfragevolumen für die Lebensmittelbranche errechnet.

**Tabelle 8: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel in Halle (Saale)**

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.		Mio. EUR p.a.
Halle	238.321	2.278	91,1	494,58

Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur und Marktdaten im Einzelhandel (2013)  
MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern (2015) für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für die einzelnen Orte im Einzugsgebiet

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus der Stadt Halle errechnet sich vorstehendes branchenbezogenes Nachfragepotenzial für den Lebensmittelhandel.

Auf Grundlage dieses ladeneinzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze<sup>46</sup> errechnet sich für die Stadt Halle eine **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Zentralität) von rd. 110. Das bedeutet, dass die Hallenser Lebensmittelanbieter per Saldo die lokale Kaufkraft binden können und zudem einen Umsatzzufluss aus dem Umfeld nach Halle induzieren.

44 Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur und Marktdaten im Einzelhandel 2013.

45 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern teilweise deutlich innerhalb der einzelnen Branchen und auch von der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt / Region ab.

46 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelgeschäftes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

Dies ist einerseits mit dem flächenseitig gut ausgeprägten Lebensmitteleinzelhandel sowie der gute Erreichbarkeit und Anfahbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelmärkte, insbesondere in den Stadtrandlagen zu begründen.<sup>47</sup> Auf der anderen Seite bestehen in zahlreichen kleineren Orten im direkten Umfeld von Halle keine adäquaten Lebensmittelangebote, so dass für die hier lebende Bevölkerung keine vollumfassende Versorgung vorhanden ist. Demnach tendieren die Einwohner aus dem Umland zum Lebensmitteleinkauf u.a. nach Halle, was aus dem berechneten Zentralitätswert von 110 ablesbar ist. In der ausgewiesenen Zentralität spiegelt sich somit auch die oberzentrale Versorgungsfunktion von Halle für das Umland bzw. den Verflechtungsbereich wider.

**Tabelle 9: Zentralität der Lebensmittelbranche in Halle (Saale)**

	Marktpotenzial	realisierte Umsätze	Zentralität
	Mio. EUR	Mio. EUR	
Halle (Saale)	494,58	546,45	<b>110</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Zentrenkonzept der Stadt Halle wurde zum Erstellungszeitpunkt im Jahr 2010 für den Lebensmitteleinzelhandel eine Zentralität von 109 ausgewiesen.<sup>48</sup> Demnach sind der aktuelle Zentralitätswert bzw. die geringfügige Steigerung auf rd. 110 als plausibel einzustufen.

<sup>47</sup> Ein Teil der nach Halle fließenden Lebensmittelkaufkraft resultiert auch von Arbeitspendlern, da Halle mit einem deutlich positiven Pendler-saldo von rd. 11.600 Personen (vgl. Pkt. 2.1) eine hohe Arbeitsplatzzentralität besitzt. Auf dem Arbeitsweg bzw. auch am Arbeitsort werden dabei u.a. auch Lebensmitteleinkäufe getätigt.

<sup>48</sup> Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), Tab. 10.

## 4. Einzugsgebiet und relevanter Wettbewerb

### 4.1. Einzugsgebiet des Globus SB-Warenhauses und Nachfragepotenzial

Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. Dabei ist von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Untersuchungsstandort auszugehen, da naturgemäß auch Kaufkraftabflüsse zu konkurrierenden Einzelhandelslagen bestehen.

Zur **Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets** des Globus SB-Warenhauses am Projektstandort Dieselstraße sind vor allem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Ergebnisse einer regelmäßigen Kundenherkunftsanalyse bzw. Kundenbefragung des bestehenden Globus-Marktes im HEP,<sup>49</sup>
- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür i.d.R. in Kauf genommene Zeitaufwand,<sup>50</sup>
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Planstandortes Dieselstraße und die Verkehrsbindung des Standortes,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- das bestehende Einzelhandelsangebot im direkten Standortumfeld und mögliche Agglomerationseffekte,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft des SB-Warenhauses, welche durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzeptes bestimmt wird sowie
- das Angebot von strukturprägenden bzw. konzeptionell vergleichbaren Lebensmittelanbietern (d.h. Lebensmittel-Verbrauchermärkten bzw. SB-Warenhäuser, vgl. Anlage 2) im Umfeld des Vorhabenstandortes.

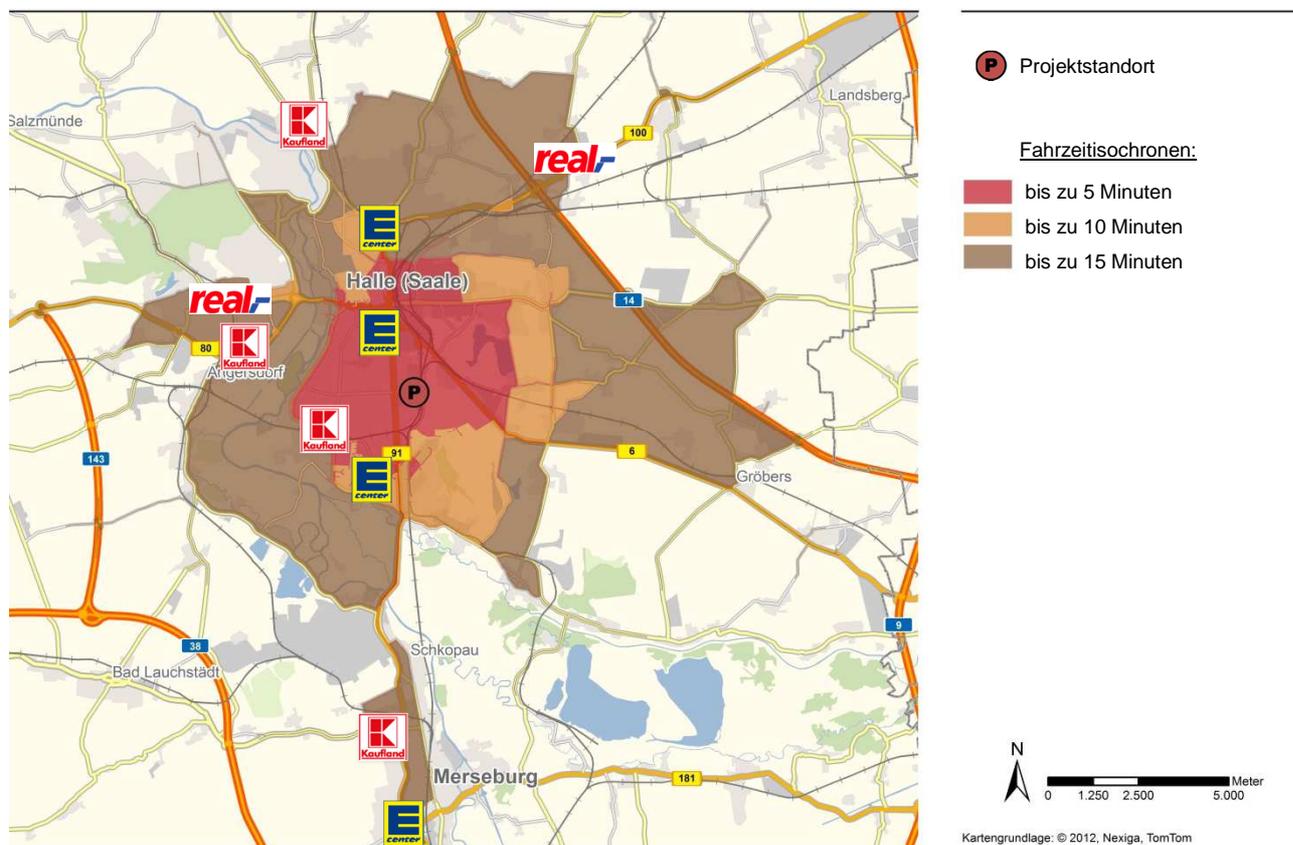
Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebietes ist neben der Erreichbarkeit die Angebotssituation im Lebensmittelhandel im regionalen Umfeld zu sehen. Die nachfolgend dargestellten Lebensmittelanbieter grenzen dabei das Einzugsgebiet des SB-Warenhauses an dem Projektstandort ein. Ferner wurde ebenfalls die Marktreichweite des bestehenden Globus-Marktes am derzeitigen Standort HEP<sup>51</sup> berücksichtigt.

49 Die Kundenherkunftsanalyse wird regelmäßig durch eine POS-Befragung von Globus durchgeführt. Es wurden die letzten Befragungen vom Juli und vom November 2015 ausgewertet.

50 Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Lebensmitteln größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis maximal 10 Auto-Minuten (Quelle: BBE Handelsberatung, Nahversorgung 2010, Perspektiven der Nahversorgung).

51 Der BBE Handelsberatung lagen zur Abgrenzung des Einzugsgebietes die im Jahr 2015 durchgeführten Kundenherkunftsanalysen vor. Eine Veröffentlichung dieser Daten ist aus betriebsinternen Gründen naturgemäß nicht möglich.

**Karte 8: Relevante Wettbewerber im Umfeld des Vorhabenstandortes und Erreichbarkeitsisochronen**



Unter besonderer Berücksichtigung der vorstehend dargelegten Ausgangssituation, aber insbesondere auch auf Basis der bestehenden Kundenverflechtungen des aktuellen Globus-Marktes, wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** des projektierten Globus-Marktes nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.

Der Naheinzugsbereich (Zone I) des SB-Warenhauses erstreckt sich größtenteils über die Stadtbezirke Süd und Ost bzw. einen Teil des Bezirkes Mitte. Der Bereich wird im Wesentlichen im Norden durch die Frankestraße (B 80), im Westen durch den Flusslauf der Saale, im Süden durch den Grünzug am Rande der Stadtgrenze und im Osten ebenfalls an der Gemarkungslinie der Stadt Halle begrenzt. In diesem Gebiet, in dem ca. 93.000 Personen wohnen, ist auf Grund der guten Erreichbarkeit mit der höchsten Marktdurchdringung des Globus-Marktes zu rechnen.

Das Kerneinzugsgebiet (Zone II) des SB-Warenhauses erstreckt sich über das gesamte Hallenser Stadtgebiet und umfasst auch an Halle direkt angrenzende Gemeinden (bspw. Ortsteile von Teutschental, Salzatal, Schkopau oder Kabelsketal). Insbesondere auf Grund der ansteigenden Zeit- und Wegedistanz, aber auch durch den verstärkten Wettbewerb, ist in diesem Bereich mit einer nachlassenden Bindungsintensität zu rechnen. Dies resultiert u.a. aus dem Vorhandensein von jeweils zwei SB-Warenhäusern von Kaufland und von real<sup>52</sup> sowie einem Verbrauchermarkt von Edeka. Im Einzugsgebiet der Zone II leben rd. 143.000 Personen.

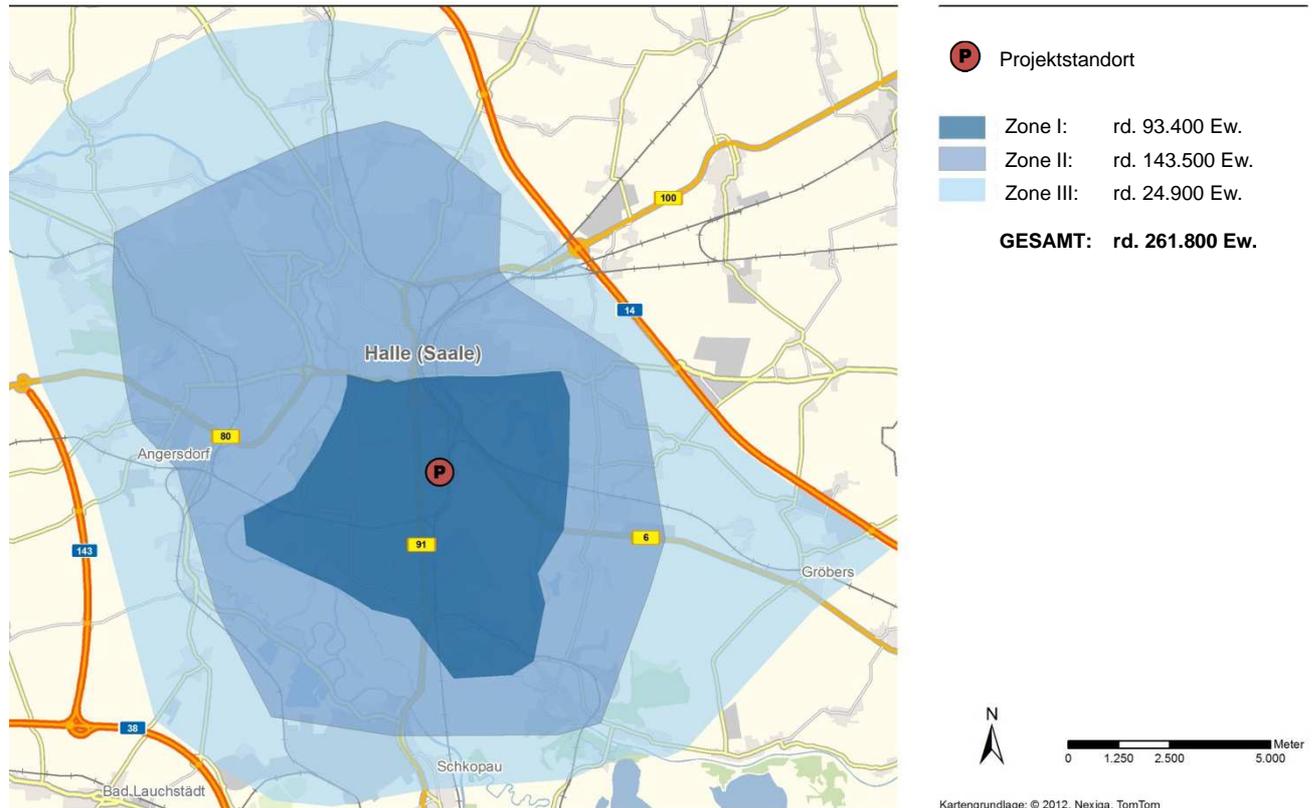
Das Ferneinzugsgebiet (Zone III) des Projektvorhabens umfasst an Halle angrenzende bzw. im weiteren Umfeld liegende Gemeinden. Mit Ausnahme der Stadt Schkopau ist in diesen Orten größtenteils keine um-

52 Das SB-Warenhaus von real, das im nordöstlichen Bereich der 15-Minuten-Fahrzeitisochrone liegt (vgl. Karte 8), befindet sich nicht mehr auf Hallenser Stadtgebiet, sondern liegt auf dem Gemarkungsgebiet von Landsberg (OT Peißen). Die Bewohner dieses Gebietes nutzen zur Deckung ihrer Nachfrage überwiegend das verkehrsgünstig erreichbare Halle-Center. Dieses Einkaufszentrum bietet auf knapp 30.000 m<sup>2</sup> (zzgl. leerstehendem Baumarkt) ein umfangreiches Angebot, das maßgeblich durch real geprägt wird. Das SB-Warenhaus von real belegt eine Fläche von rd. 9.500 m<sup>2</sup> (zzgl. eines Getränkemarktes) und stellt somit den größten Lebensmittelmarkt in der Region Halle dar.

fassende Lebensmittelversorgung vorhanden, so dass die Bewohner dieser Bereiche notwendigerweise für ihre Einkäufe ein Fahrzeug benötigen. Demzufolge fahren diese Einwohner auch z.T. den Globus-Markt an, wenngleich die Einkaufshäufigkeit bereits deutlich nachlässt. In dem Ferneinzugsgebiet leben rd. 25.000 Einwohner, so dass das Globus SB-Warenhaus auf ein Konsumentenpotenzial von rd. 260.000 Personen zurückgreifen kann.

Folgende Karte skizziert das prospektive Einzugsgebiet des Globus-Marktes am Standort Dieselstraße.

**Karte 9: Zonierung des Einzugsgebiets des Globus SB-Warenhauses am Planstandort Dieselstraße**



Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Da das Einzugsgebiet des Globus-Marktes nicht punktgenau an der dargestellten Grenze endet, sind naturgemäß auch diffuse Zuflüsse von außerhalb des aufgezeigten Einzugsgebietes zu erwarten. Insbesondere ist bezüglich der Strahlkraft des Globus-Marktes mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) von außerhalb des zonierte Einzugsgebietes resultieren können.

Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereiches sind jedoch nicht zum Marktgebiet des projektierten Vorhabens zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von zahlreichen Konkurrenzstandorten im weiteren Umfeld zu rechnen ist. Des Weiteren kann der Vorhabenstandort an der Dieselstraße – im Gegensatz zu dem derzeitigen Globus-Standort im HEP<sup>53</sup> – nicht von möglichen Kopplungseffekten profitieren, die sich bspw. durch umliegende Handelsbetriebe ergeben würden. Im direkten Umfeld befinden sich lediglich ein Zoofachmarkt und ein Angelfachmarkt, die keine relevanten Synergien für das projektierte SB-Warenhaus bedingen.

<sup>53</sup> Im HEP bzw. im direkten Umfeld sind allein über 50 Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von rd. 25.000 m<sup>2</sup> vorhanden, so dass von einem hohen Kopplungspotenzial zwischen den einzelnen Anbieter auszugehen ist.

Auf Basis der bereits vorstehend beschriebenen Methodik (vgl. Pkt.3.4.3) wird infolge das **Nachfragepotenzial** für das zu erwartende Einzugsgebiet des Globus SB-Warenhauses am Standort Dieselstraße berechnet. Dieses ergibt sich aus der Multiplikation der jeweiligen Einwohnerzahl mit der sortimentspezifischen Ausgabe pro Person, wobei der sortimentspezifische Kaufkraftindex je Ort<sup>54</sup> berücksichtigt wurde.

Innerhalb der einzelnen Zonen ist mit folgender Nachfrage nach Lebensmitteln (inkl. Randsortimente) zu rechnen.

**Tabelle 10: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet**

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentspez. Kaufkraftindex <sup>55</sup>	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.		Mio. EUR p.a.
Zone I	93.400		91,1	193,83
Zone II	143.500	2.278	91,2	298,13
Zone III	24.900		96,8	54,91
<b>Summe</b>	<b>261.800</b>			<b>546,87</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen (vgl. Methodik unter Pkt. 3.4.3)

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentspezifischen Kaufkraftniveaus errechnet sich vorstehendes branchenbezogenes Nachfragepotenzial für das Einzugsgebiet des Vorhabens.

54 Der sortimentspezifische Kaufkraftindex weicht in den Orten im Umfeld von Halle teilweise deutlich ab. Der relevante Kaufkraftindex für Lebensmittel liegt in Halle bei 91,1, in den umliegenden Orten Schkopau (97,1), Kabelsketal (97,0), Petersberg (95,7), Salzgatal (96,7) oder Teutschenthal (97,3) dagegen deutlich höher.

55 Der sortimentspezifische Kaufkraftindex wurde gemäß der Einwohnerzahl der einzelnen Orte in der jeweiligen Zone des Einzugsgebietes gewichtet. Die berechneten Volumina stellen aggregierte Werte dar.

## 4.2. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Um die städtebaulichen Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens des Globus-Marktes an der Dieselstraße in Halle-Süd zu bewerten wird analysiert, welche **zentralen Versorgungsbereiche** im Umfeld bzw. im Einzugsgebiet des Vorhabens vorhanden sind.

Prinzipiell handelt es sich bei sog. zentralen Versorgungsbereichen um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>56</sup> Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.<sup>57</sup>

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann diese allein noch nicht zu einem zentralen Versorgungsbereich machen. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.<sup>58</sup> Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen (bspw. Innenstadt-/ Neben-/ Grund- bzw. Nahversorgungszentrum) geben.

Im vorliegenden Fall verfügt die Stadt Halle über ein **Zentrenkonzept**<sup>59</sup> (vgl. Karte 2), in dem zentrale Versorgungsbereiche definiert sind. Für Halle wurde ein dreistufiges Zentrensystem ausgewiesen, welches neben der Altstadt (Hauptzentrum) in zwei Stadtteilzentren und acht Nahversorgungszentren gegliedert ist. Folgende zentralen Versorgungsbereiche liegen in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets:

**Tabelle 11: Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet des Globus-Marktes**

Zentrale Versorgungsbereiche	
Zone I	Südstadt (Nebenzentrum) Ammendorf, Vogelweide, Silberhöhe, Diesterwegstraße, Büschdorf (Nahversorgungszentren)
Zone II	Altstadt (Hauptzentrum) Neustadt (Nebenzentrum) Reileck, Hubertusplatz, Heide-Nord (Nahversorgungszentren)
Zone III	keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Angaben auf Basis Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle, 07.08.2013.

Demzufolge sind gemäß dem Prüfauftrag u.a. die Auswirkungen auf die vorstehend genannten zentralen Versorgungsbereiche zu untersuchen.

Die Orte im überörtlichen Einzugsgebiet des Globus-Marktes besitzen kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept, sodass keine zentralen Versorgungsbereiche definiert sind. Nach einer Ortsbegehung der Gemeinden im Einzugsgebiet konnten keine faktischen zentralen Versorgungsbereiche identifiziert werden.

56 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

57 vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

58 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

59 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013.

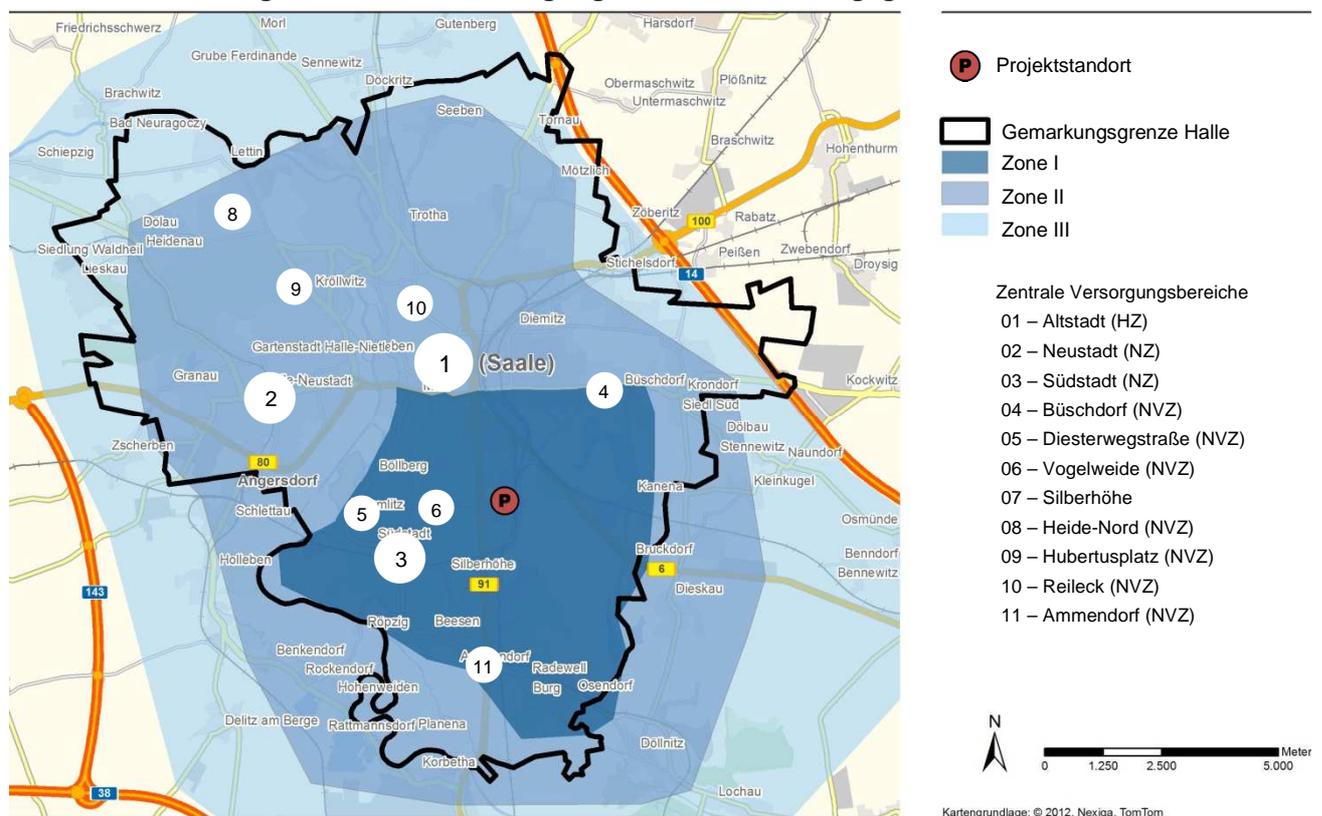
Anmerkung: Das Zentrenkonzept wurde mit Beschluss des Stadtrates vom 27.05.2015 geändert (Beschluss Nr. VI/2015/00583), um das Nahversorgungszentrum Ammendorf an der Merseburger Straße als weiteren zentralen Versorgungsbereich aufzunehmen.

### 4.3. Lebensmittelangebot in Halle (Saale)

Für die folgende Analyse wurden u.a. alle projektrelevanten Verkaufsflächen mit dem Umsatzschwerpunkt Lebensmittel (inkl. Nahrungsmittelhandwerker) im April und Mai 2016 im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in Halle aufgenommen und untersucht.

Da für die folgende Untersuchung insbesondere die Lebensmittelanbieter in **zentralen Versorgungsbereichen** relevant sind, erfolgt eine getrennte Aufstellung des Lebensmittelangebots in zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Lagen.

**Karte 10: Kartierung der zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet**



Zuzüglich zu dem bestehenden Lebensmittelangebot (vgl. Pkt. 3.4) wurde berücksichtigt, dass derzeit bereits verschiedene **Ansiedlungsvorhaben** in der Stadt Halle bestehen und bereits eine hohe Planreife erreicht haben. Diese Projektvorhaben, die aus gutachterlicher Sicht eine hohe Realisierungschance haben, wurden bei der folgenden Angebotsdarstellung mit berücksichtigt.

Im Einzelnen handelt es sich um folgende Projekte:

1. Der bestehende Lebensmittelmarkt von Netto Marken-Discount im zentralen Versorgungsbereich Hubertusplatz (Heide Süd) soll von rd. 800 m<sup>2</sup> auf 1.200 m<sup>2</sup> erweitert werden. Der Satzungsbeschluss zum B-Plan Nr. 165 wurde bereits gefasst.
2. In der Akeleistraße (Nördliche Neustadt) wird die Erweiterung der hier langjährig bestehenden Filiale von Netto Marken-Discount avisiert. Die Verkaufsfläche soll von rd. 750 m<sup>2</sup> auf dann rd. 1.200 m<sup>2</sup> erhöht werden. Die Erweiterung soll über einen B-Plan abgesichert werden.
3. Der bestehende REWE-Markt an der Hettstedter Straße (Westliche Neustadt), der die Fläche eines vormals hier befindlichen Penny-Marktes (rd. 800 m<sup>2</sup>) nachgenutzt hat, soll vergrößert werden. Es ist eine marktübliche Verkaufsfläche von rd. 1.500 m<sup>2</sup> geplant. Es wurde bereits ein Aufstellungsbeschluss für einen B-Plan (B-Plan Nr. 163) gefasst.

4. Für den bereits langjährig an der Leipziger Straße (Nördliche Innenstadt) bestehenden Edeka-Markt ist ein Ersatzneubau geplant. Die Verkaufsfläche von etwa 800 m<sup>2</sup> wird im Zuge des Neubaus nicht vergrößert. Der Satzungsbeschluss zum B-Plan Nr. 169 ist bereits gefasst.
5. An der Beesener Straße (Lutherplatz/Thüringer Bhf.) wird ein Drogeriemarkt (Rossmann) mit rd. 725 m<sup>2</sup> entstehen. Die Erweiterung der hier bestehenden Filiale von Netto Marken-Discount wird seitens der Genehmigungsbehörden abgelehnt.
6. Im NVZ Vogelweide (Südstadt) ist ein Ersatzneubau des bestehenden Edeka-Marktes geplant. Es ist eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 m<sup>2</sup> angedacht, so dass sich gegenüber dem Bestandsmarkt eine Flächenerhöhung um rd. 400 m<sup>2</sup> ergibt. Es wurde bereits ein Aufstellungsbeschluss für einen B-Plan (B-Plan Nr. 154) gefasst.
7. In der Merseburger Straße (Ortslage Ammendorf/Beesen) ist in dem ausgewiesenen NVZ Ammendorf die Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums geplant. Es sollen u.a. ein Supermarkt und ein Drogeriemarkt etabliert werden. Inklusiv weiterer Einzelhandelsflächen soll eine Gesamtverkaufsfläche von 3.500 m<sup>2</sup> nicht überschritten werden. Es besteht bereits ein Aufstellungsbeschluss für einen B-Plan (B-Plan Nr. 112.1).

Das letzte genannte Projektvorhaben in Ammendorf ist das einzige in Halle, bei dem es sich um einen Neuan siedlung handelt. Bei allen anderen Projekten ist jeweils eine Erweiterung bzw. Optimierung von Bestandsbetrieben angedacht, bei denen meist eine Erhöhung der Verkaufsfläche auf eine konzeptkonforme Größe im Vordergrund steht.

Die vorstehend skizzierten Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben wurden – soweit diese dem Lebensmittelhandel zugehörig sind – den **Bestandsumsätzen des Hallenser Lebensmittelhandels** hinzugerechnet. Demzufolge verändert sich naturgemäß die Umsatzleistung des lokalen Lebensmittelhandels, so dass die Umsatzwerte der folgenden Übersicht nicht mit den aktuellen Ist-Werten (vgl. Tab. 9) übereinstimmen können.

Ferner wurden bei der Berücksichtigung der zusätzlichen Umsätze mögliche Umsatzumverlagerungen von bestehenden Lebensmittelanbietern berücksichtigt. Dies ergibt sich aus dem Fakt, dass im Realisierungsfall der vorstehend beschriebenen Projekte der am jeweiligen Standort zu erwartende Umsatz meist zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.<sup>60</sup>

Umseitige Tabelle stellt die Verkaufsflächen, die Anzahl der Betriebe und die generierten Umsätze des Hallenser Lebensmitteleinzelhandels unter Berücksichtigung der beschriebenen Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben dar.

---

<sup>60</sup> Eine Ausnahme bilden mögliche Umsatzzuflüsse von außerhalb der Stadt Halle.

**Tabelle 12: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels in Halle (Saale) nach Lagen inkl. Planprojekte**

	Verkaufsfläche		Umsatz		Betriebe	
	m <sup>2</sup>	%	Mio. EUR	%	abs.	%
Südstadt (NZ)	8.080	6	33,88	6	6	1
Ammendorf (NVZ)	3.300	3	10,52	2	5	1
Vogelweide (NVZ)	1.530	1	5,04	1	3	1
Silberhöhe (NVZ)	2.580	2	8,79	2	6	1
Diesterwegstraße (NVZ)	1.510	1	4,63	1	3	1
Büschdorf (NVZ)	1.720	1	6,26	1	4	1
Sonstige Lagen Zone I	37.640	28	153,92	28	111	26
<b>Zone I Gesamt</b>	<b>56.360</b>	<b>42</b>	<b>223,04</b>	<b>41</b>	<b>138</b>	<b>32</b>
Altstadt (HZ)	5.280	4	21,03	4	48	11
Neustadt (NZ)	8.730	6	34,93	6	16	4
Reileck (NVZ)	500	1	2,39	1	10	2
Hubertusplatz (NVZ)	1.770	1	6,68	1	5	1
Heide-Nord (NVZ)	1.910	1	7,23	1	6	1
Sonstige Lagen Zone II	61.590	45	251,52	46	212	49
<b>Zone II Gesamt</b>	<b>79.780</b>	<b>58</b>	<b>323,78</b>	<b>59</b>	<b>297</b>	<b>68</b>
<b>Gesamt</b>	<b>136.140</b>	<b>100</b>	<b>546,82</b>	<b>100</b>	<b>435</b>	<b>100</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, April/Mai 2016

Die Betriebe in den sonstigen Lagen, d.h. die Bereiche außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche, wurden je nach der Zugehörigkeit zu dem Einzugsgebiet der Zone I<sup>61</sup> bzw. der Zone II<sup>62</sup> (vgl. Karte 10) zugeordnet.

61 Zu der Zone I gehören die Stadtviertel Böllberg/ Wörmnitz, Büschdorf, Damaschkestraße, Dieselstraße, Gesundbrunnen, Kanena/ Bruckdorf, Lutherplatz/ Thüringer Bhf., Ortslage Ammendorf /Beesen, Radewell/ Osendorf, Silberhöhe und Südliche Innenstadt.

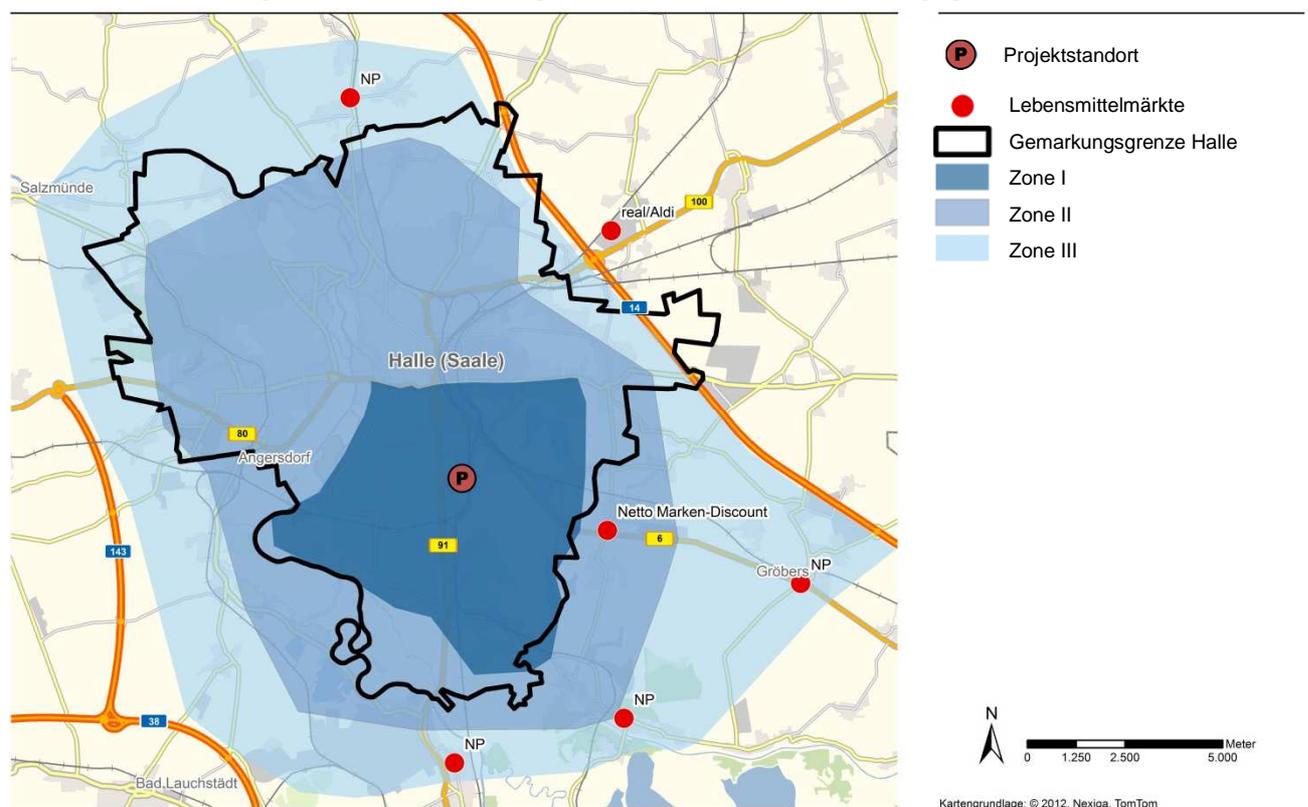
62 In der Zone II befinden sich die Stadtviertel Am Wasserturm/Thaerviertel, Dautsch, Diemitz, Dörlau, Freimfelder/ Kanenaer Weg, Frohe Zukunft, Gebiet der DB, Giebichenstein, Heide Süd, Heide Nord/ Blumenau, Industriegebiet Nord, Kröllwitz, Landrain, Nietleben, Nördliche Innenstadt, Nördliche Neustadt, Ortslage Trotha, Paulusviertel, Reideburg, Südliche Neustadt und Westliche Neustadt.

#### 4.4. Lebensmittelangebot im überörtlichen Einzugsgebiet

Im Rahmen der Wettbewerbserhebung im überörtlichen Einzugsgebiet des Globus-Marktes wurden lediglich die **strukturprägenden Lebensmittelmärkte** berücksichtigt, die ein dem Projektvorhaben vergleichbares Sortiment führen. Es ist davon auszugehen, dass kleinere Lebensmittelanbieter (SB-Geschäfte, Getränkemärkte, Bäcker/Fleischer etc.) keine direkte Konkurrenzsituation zu dem projektrelevanten SB-Warenhaus von Globus haben.

Nachstehend eingefügte Karte stellt die Angebotslage an Lebensmittelmärkten im überörtlichen Einzugsgebiet<sup>63</sup> des Globus-Marktes dar.

**Karte 11: Kartierung des Lebensmittelangebots im überörtlichen Einzugsgebiet**



In der Gemeinde Petersberg ist ein attraktiver NP-Markt verortet, der am nördlichen Rand des Siedlungskörpers des Ortsteils Teicha am Übergang zur offenen Landschaft liegt. Der Markt ist durch eine sehr gute Erreichbarkeit und Einsehbarkeit durch die direkte Lage an der Landesstraße L 145 (Autobahnzubringer von Halle) geprägt. NP besitzt eine konzeptkonforme Verkaufsfläche von rd. 770 m<sup>2</sup> (zzgl. Nahrungsmittelhandwerker).

In Schkopau ist in der Kernstadt eine moderne Filiale von NP mit einer Verkaufsfläche von rd. 760 m<sup>2</sup> (zzgl. Bäcker) vorhanden. Der Markt befindet sich in zentraler Lage und kann einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung in der Schkopauer Kernstadt leisten. Auf Grund der siedlungsintegrierten Lage verfügt der Standort in seinem fußläufigen Umfeld über ein hohes Bevölkerungspotenzial.

Im Schkopauer Ortsteil Lochau liegt an der örtlichen Hauptdurchfahrtsstraße ein weiterer NP-Markt (rd. 760 m<sup>2</sup> VK, zzgl. Bäcker). Der Discounter ist durch eine sehr gute Anfahbarkeit geprägt, ferner besteht eine

63 Nordöstlich der Stadt Halle befindet sich in Landsberg (OT Peißen) im Halle-Center ein SB-Warenhaus von real. Dieser Markt liegt nicht im Einzugsgebiet des projektrelevanten Globus-Marktes, sondern schränkt das Marktgebiet von Globus in diesem Bereich ein. Dies resultiert aus der verkehrsgünstigen Lage des Centers, des hohen Einzelhandelsbesatzes und insbesondere aus der Leistungsfähigkeit des rd. 9.500 m<sup>2</sup> großen real-Marktes (zzgl. eines Getränkemarktes von rd. 750 m<sup>2</sup>).

gute Einsehbarkeit und Fernwirkung des Marktes. Der Markt liegt jedoch nicht im Siedlungszusammenhang, sondern ist als Solitärstandort einzustufen.

In der Gemeinde Kabelsketal ist im Ortsteil Zwintschöna eine Filiale von Netto Marken-Discount vorhanden. Der Markt liegt in südlicher Randlage dieses Ortsteils. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus der Ortslage direkt möglich, ferner besteht eine gute Anfahrbarkeit durch die Nähe des Marktes zur Bundesstraße B 6. Der Markt besitzt eine Verkaufsfläche von rd. 720 m<sup>2</sup> (zzgl. Bäcker/Tabakwarenschop).

Im Ortsteil Gröbers liegt direkt an der Halleschen Straße ein NP-Markt mit rd. 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Der Markt ist einerseits durch eine gute verkehrliche Anfahrbarkeit durch die Lage an der Bundesstraße B 6 gekennzeichnet, ferner ist auch eine direkte fußläufige Erreichbarkeit aus den angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen möglich. Am Standort ergänzen ein Bäcker und Fleischer sowie eine Apotheke das Angebot des NP-Marktes.

### Abbildung 16: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet von Globus (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Nachstehende Tabelle stellt zusammenfassend die Angebotssituation an strukturprägenden Märkten bzw. die erzielten Umsätze im überörtlichen Einzugsgebiet des Globus SB-Warenhauses dar.

**Tabelle 13: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels im überörtlichen Einzugsgebiet**

Orte	Umsatz Mio. EUR
Petersberg / OT Teicha (NP)	3,05
Schkopau (2x NP)	6,52
Kabelsketal / OT Zwintschöna, OT Gröbers (Netto Marken-Discount, NP)	6,28
<b>Gesamt</b>	<b>15,85</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, April/Mai 2016

Der in der vorstehenden Karte 11 dargestellte Standort Halle-Center in Peißen (zu Landsberg), der u.a. mit einem SB-Warenhaus von real und einem Discountmarkt von Aldi belegt ist, zählt nicht zum Einzugsgebiet des Globus-Marktes. Das SB-Warenhaus von real besitzt mit rd. 9.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zzgl. eines Getränkemarktes von rd. 750 m<sup>2</sup> eine größere Verkaufsfläche und stellt somit eine Begrenzung des Einzugsgebietes für Globus dar (vgl. auch Karte 8).

## 5. Auswirkungsanalyse des Projektvorhabens

### 5.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für das Ansiedlungsvorhaben ist die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO geplant. Bei der Schaffung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen ist daher u.a. zu untersuchen, ob von dem Ansiedlungsvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ist insbesondere zu prüfen, welche

- Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde bzw. auch umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen u.a. die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzumlenkungen) auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle.

Ein fest **definierter Schwellenwert** für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit negativen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.<sup>64</sup>

**Tabelle 14: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben**

	Sortiment	
	Zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	< 10 %	< 10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	> 20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	> 20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	> 20 %	> 30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg

Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab

64 vgl. Sparwasser, R. (2006), Stadtplanung und Raumplanung - Herausforderung Einzelhandel; Uechtritz, M. (2004), Neuregelung im EAG Bau zur standortgerechten Steuerung des Einzelhandels; GMA (1998), Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Langzeitstudie). Anmerkung: Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.<sup>65</sup> Diese vorstehenden Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den **individuellen lokalen Gegebenheiten** betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden, was in der später folgenden Diskussion der Auswirkungen berücksichtigt wird.

Insbesondere sind bspw. bei einer bestehenden Vorschädigung oder bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenerststände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.<sup>66</sup>

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch weitere Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser beurteilen zu können. Dazu zählen u.a. die Entfernung des Planvorhabens zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.<sup>67</sup>

Mögliche Umsatzumlenkungen, welche keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt von Wettbewerbsschutz gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.<sup>68</sup>

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert oder können nachvollziehbar an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen. Im vorliegenden Fall verfügt die Stadt Halle über ein vom **Stadtrat beschlossenes Zentrenkonzept**<sup>69</sup> (vgl. Karte 2), in dem zentrale Versorgungsbereiche definiert sind. Demzufolge sind gemäß dem Prüfauftrag die Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche und auch die Stadtorte, welche der verbrauchernahen Versorgung dienen, zu untersuchen.

In den umliegenden Orten bzw. in den Bereichen, die zum Einzugsgebiet des Globus-Marktes zählen, konnten nach einer Ortsbegehung keine faktischen zentralen Versorgungsbereiche identifiziert werden. Da diese Orte jeweils kein Einzelhandels-/ Zentrenkonzept besitzen, sind sowohl faktisch als auch planerisch keine zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen.

65 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

66 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte - und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare - Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann - faustformelartig - davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ (vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012).

67 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

68 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

69 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013.

Anmerkung: Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale) ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche wurden ebenso wie die „Hallesche Sortimentsliste“ in der Stadtratssitzung am 30.10.2013 (Beschluss-Nr. V/2013/11902) beschlossen.

## 5.2. Umsatzprognose des Projektvorhabens

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung bzw. auch -verlagerung ist der Umsatz des Planvorhabens maßgeblich relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzzumlenkungen wettbewerbswirksam wird.

Nachfolgend wird für den Globus-Markt eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**<sup>70</sup>) des Vorhabens erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des Betriebstyps des Vorhabens
- der bereits bestehenden Kundenbeziehungen<sup>71</sup> des Globus-Bestandsmarktes im HEP und der hier erzielten Erlöse,
- der Größe des Einzugsgebiets,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität

ergibt sich für den projektierten Globus-Markt an der Dieselstraße ein zu erwartender Jahresumsatz von ca. 47,9 Mio. EUR. Vor allem durch den Einfluss von weiteren lokalen Lebensmittelanbietern im Einzugsgebiet und darüber hinaus und die ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Vorhabenstandortes verringert sich mit wachsender Entfernung vom Projektstandort die Bindungsintensität des Vorhabens.

Folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 9 i.V.m. Tab. 10) des SB-Warenhauses nach den einzelnen Zonen im Einzugsgebiet dar. Die Umsatzzahlen sind innerhalb der einzelnen Zonen jeweils aggregierte Werte, da bei der Umsatzherkunftsprognose eine weitere kleinräumige Intensitätsabstufung vorgenommen wurde.

**Tabelle 15: Marktanteilsprognose des projektierten Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße**

Vorhaben	Bereich	Marktpotenzial	Ø Marktanteil <sup>72</sup>	Umsatz
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.
SB-Warenhaus	Zone I	193,83	10-11	20,35
	Zone II	298,13	7-8	22,68
	Zone III	54,91	5-6	3,08
	<i>Zwischensumme</i>	<i>546,87</i>	<i>8-9</i>	<i>46,11</i>
	Streuumsätze			1,81
	<b>Gesamt</b>			<b>47,92</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Naheinzugsgebiet des Globus-Marktes (Zone I, vgl. Karte 9), das im Wesentlichen große Teile des Stadtbezirkes Süd und Ost mit rd. 93.000 Einwohnern umfasst, ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil zwischen 10 bis 11 % des vorhandenen Nachfragevolumens auszugehen. Hier ist mit der höchsten Marktdurchdringung von Globus zu rechnen, was aus der guten Erreichbarkeit von Globus aus den einzelnen

70 Bei dem sog. Marktanteilskonzept werden das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt. Der ausgewiesene Umsatz versteht sich als Bruttoumsatz, d.h. inklusive Mehrwertsteuer.

71 Der BBE Handelsberatung lagen die Ergebnisse von zwei im Jahr 2015 durchgeführten Kundenherkunftsanalysen vor. In dieser Analyse kann ebenfalls die Marktdurchdringung, d.h. der Marktanteil des bestehenden Globus-Marktes im HEP abgelesen werden. Eine Veröffentlichung dieser Daten ist aus betriebsinternen Gründen naturgemäß nicht möglich.

72 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Ortsteile bzw. Siedlungsgebiete im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

Wohnquartieren resultiert. Grundsätzlich verbleiben auch nach der Verlagerung des Globus-Marktes offene Nachfragevolumina, die von anderen lokalen Anbietern gebunden werden können. Eine weitere Steigerung des Marktanteils ist nicht möglich, da sich Konsumenten grundsätzlich bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 2) versorgen und ihre Nachfrage nicht nur bei einem Anbieter decken.

Im Einzugsgebiet der Zone II, das sich über das gesamte Hallenser Stadtgebiet erstreckt und auch direkt an Halle angrenzenden Gemeinden umfasst, ist mit einer rückläufigen Marktdurchdringung zu rechnen. Dies resultiert auch aus dem verstärkten Wettbewerb, da sich in diesem Gebiet mit weiteren SB-Warenhäusern (Kaufland, real) und einem Edeka-Verbrauchermarkt angebotsaffine Lebensmittelmärkten befinden, die den Einzugsbereich von Globus limitieren. Ferner ist mit einer ansteigenden Fahrzeit zum Erreichen des Globus-Standortes an der Dieselstraße auszugehen. In diesem Einzugsbereich ist für das Globus-Warenhaus mit einer Marktdurchdringung zwischen 7 bis 8 % zu rechnen, was einem zu erwartenden Umsatz von ca. 22,7 Mio. EUR entspricht.

Im Ferneinzugsgebiet des Marktes (Zone III), das die an Halle angrenzenden bzw. im weiteren Umfeld liegende Gemeinden umfasst, ist mit einer rückläufigen Kundenbindung zu rechnen. Bei einem durchschnittlich zu erwartenden Marktanteil zwischen 5 bis 6 % ergibt sich aus diesem Gebiet ein Umsatz von rd. 3,1 Mio. EUR.

Weiterhin ist neben den vorstehenden Umsatzquellen mit Erlösen von rd. 1,8 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streumsätze<sup>73</sup> resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind u.a. auf den Durchgangsverkehr am Standort, auf Zufallskunden oder auf Pendler zurückzuführen.

Nachfolgend wird auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsfläche die **Raumleistung** des Globus-Marktes berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden. Insbesondere kann so auch eine Plausibilitätsprüfung erfolgen, inwieweit die Umsatzprognose für das Planvorhaben an der Dieselstraße belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Folgende Tabelle stellt die Raumleistung des geplanten Globus-Marktes nach den einzelnen Hauptsortimentsbereichen (vgl. Tab. 1) dar.

**Tabelle 16: Prospektive Raumleistung des Globus SB-Warenhauses nach Sortimentsbereichen**

Branche	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
	Mio. EUR	m <sup>2</sup>	TEUR/m <sup>2</sup>
Food	36,67	4.500	8,1
Non-Food I	3,95	820	4,8
Non-Food II	7,30	3.250	2,2
<b>Gesamt</b>	<b>47,92</b>	<b>8.570</b>	<b>5,6</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Raumleistung des neu projektierten Globus-Marktes an der Dieselstraße wird über den derzeit erzielten Werten am Standort HEP liegen. Insbesondere durch eine Sortimentsstraffung und eine Optimierung der Warengruppen wird Globus auf einer um rd. 750 m<sup>2</sup> geringeren Verkaufsfläche (vgl. Tab. 1) eine höhere Flächenleistung erzielen. Dabei ist u.a. geplant, die sog. Non-Food II-Sortimente um rd. 870 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu verkleinern, da diese Warengruppen aktuell nur eine deutlich unterdurchschnittliche Flächenproduktivität besitzen.

<sup>73</sup> Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden. Diese Umsätze ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen, von Besuchern des Standortes oder von Zufallskunden.

Für den Food-Bereich des Globus-Marktes errechnet sich mit rd. 8,1 TEUR/m<sup>2</sup> eine weit überdurchschnittliche Raumleistung, da die Flächenleistung bei SB-Warenhäusern in diesen Abteilungen i.d.R. nur bei durchschnittlich rd. 7,1 TEUR/m<sup>2</sup> liegt.<sup>74</sup> Die hohe Raumleistung resultiert insbesondere aus dem attraktiven und leistungsfähigen Konzept von Globus, das ein hohes Augenmerk auf die Frische legt. Da hier ein hoher Planwert angesetzt wird, stellen die im Folgenden berechneten Umsatzverluste für die anderen Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet einen Maximalwert („Worst-Case-Szenario“) dar.

Der Bereich Non-Food I (Drogeriewaren, Tiernahrung) wird eine geringere Flächenleistung von rd. 4,8 TEUR/m<sup>2</sup> erzielen. Die Werte sind mit anderen Drogeriewarenanbietern vergleichbar, da ein SB-Warenhaus in diesem Bereich ebenfalls eine hohe Sortimentskompetenz besitzt. Die Sortimente des Non-Food I werden insbesondere in Kombination mit dem Lebensmittelsortiment nachgefragt, so dass Globus in dem Segment der sog. nahversorgungsrelevanten Sortimente über eine hohe Leistungsfähigkeit verfügen wird.

Die Raumleistung der Non-Food II Sortimente sinkt dagegen verhältnismäßig stark ab, da ein SB-Warenhaus nur ein gewisses Teilsegment innerhalb der zahlreichen Branchen offerieren kann. Da in diesem Bereich insbesondere spezialisierte Anbieter eine deutlich höhere Sortimentskompetenz besitzen, erreicht ein SB-Warenhaus nur eine geringe Raumleistung. Diese schwankt innerhalb der einzelnen Sortimente (vgl. Tab. 1) zwischen 1,5 TEUR und 3,6 TEUR, wobei der Durchschnittswert über alle Warengruppen bei 2,2 TEUR/m<sup>2</sup> liegt.

Unter Zugrundlegung der gesamten Umsätze des Non-Food Sortiments (11,25 Mio. EUR) und der Verkaufsfläche dieser Sortimentsgruppe (4.070 m<sup>2</sup>) ergibt sich eine durchschnittliche Raumleistung von rd. 2,8 TEUR/m<sup>2</sup>. Dieser Wert liegt im oberen Bereich der Flächenleistung von SB-Warenhäusern für diesen Sortimentsbereich.<sup>75</sup> Demnach besteht für den geplanten Globus-Markt eine realitätsnahe Umsatzprognose. Prinzipiell ist für das projektrelevante Globus SB-Warenhaus eine weitere Steigerung der Erlöse unter Berücksichtigung der Standortrahmendaten nicht realistisch. Dies resultiert insbesondere aus

- im Bundesvergleich niedrigeren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Halle bzw. im Umfeld des Projektstandortes (vgl. Abb. 3/5),
- dem vorhandenen Wettbewerbsdruck durch weitere leistungsstarke Großflächenanbieter in Halle (v.a. durch Kaufland und real),
- dem begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiet und
- einem nicht wesentlich zu steigernden Marktanteil.

Somit handelt es sich bei der dargestellten Umsatzprognose um einen Maximalwert für das Vorhaben, so dass die folgenden Auswirkungen für die betroffenen Unternehmen den sog. „Worst-Case-Fall“ darstellen. Des Weiteren wurden die Erlöse des geplanten Globus-Marktes an der Dieselstraße um rd. 5 % höher als die aktuellen Umsätze im HEP angesetzt, obwohl die Verkaufsfläche an dem Projektstandort Dieselstraße im Vergleich zum HEP um rd. 750 m<sup>2</sup> geringer ausfallen wird.

Im Vergleich mit publizierten Daten<sup>76</sup> zur Raumleistung von Globus wird das Projektvorhaben eine unterdurchschnittliche Flächenleistung erwirtschaften. Die angegebene Flächenproduktivität von rd. 6,3 TEUR/m<sup>2</sup> kann dabei auf Grund des geplanten bzw. abweichenden Konzeptes nicht erreicht werden. Dies ist auf folgende Gründe zurückzuführen:

74 Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt in den Food-Abteilungen von SB-Warenhäusern bei ca. 7,1 TEUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, wobei hier eine Spannweite von 6,6 – 7,6 TEUR/m<sup>2</sup> üblich ist (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, Seite 8).

75 Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt in den Non-Food-Abteilungen von SB-Warenhäusern bei ca. 2,5 TEUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, wobei hier eine Spannweite von 2,0 – 3,0 TEUR/m<sup>2</sup> üblich ist (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, Seite 8).

76 Die Statista GmbH Hamburg geht für Globus von einer Raumleistung von 6,37 TEUR/m<sup>2</sup> aus (Quelle: Bruttoumsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche der führenden Vertriebslinien im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland im Jahr 2014). Der gleiche Wert der Raumleistung wird von dem Kölner EHI Retail Institute (Quelle: Flächenproduktivität ausgewählter Lebensmittelhändler in Deutschland in den Jahren 2013 bis 2014) angegeben. Beide Institute beziehen sich dabei auf die gleiche Quelle, so dass die Übereinstimmung nachvollziehbar ist.

- Globus wird an dem neuen Projektstandort keine Tankstelle betreiben. Die Tankstelle weist eine extrem hohe Umsatz- und auch Flächenleistung aus, da auf einer äußerst geringen Fläche hohe Tankumsätze von meist mehreren Millionen Euro erzielt werden. Am Standort Dieselstraße wird ebenfalls keine Waschstraße betrieben, so diese Erlöse dem Standort fehlen. Auf der anderen Seite sind diese Umsätze in die o.g. Vergleichswerte eingeflossen.
- Eine hohe Flächenleistung erreicht ebenfalls das Reifencenter, das an dem Projektstandort Dieselstraße ebenfalls nicht angesiedelt wird. Hier werden ebenfalls auf einer geringen Verkaufsfläche hohe Erlöse erzielt, zumal ein Großteil der Umsätze nicht dem Handel zuzuordnen ist, sondern aus Dienstleistungen bzw. Reparaturleistungen generiert wird.
- In die vorstehende Umsatzprognose sind die Erlöse einer eigenen Gastronomie nicht eingeflossen, da diese nicht den Handelserlösen zuzuordnen sind. Im Gesamtmaßstab spielen diese einzelhandelsfremden Gastronomieumsätze für Globus eine wichtige Rolle und erhöhen ebenfalls den Gesamtumsatz eines Marktes.

Die vorstehende Ausrichtung des Globus-Marktes zeigt, dass ein Vergleich mit den Umsatzzahlen eines „üblichen“ Globus-Marktes nicht möglich ist, da einzelne Angebotsbausteine von Globus am Standort Dieselstraße nicht umgesetzt werden bzw. einzelhandelsfremde Erlöse (Gastronomie) nicht berücksichtigt werden. Demnach werden die in der Statistik dargestellten Gesamterlöse bzw. die Raumleistung von Globus am Standort Dieselstraße geringer ausfallen.

Zu den vorstehend geplanten Erlösen des Globus SB-Warenhauses addieren sich noch die Umsätze der **Lebensmittelanbieter in der Vorkassenzone**, wobei Globus die Shops für Backwaren und Wurst-/Fleischwaren i.d.R. selbst betreibt. Die Umsatzschätzung wird für die beiden Shops auf Basis einer maximalen branchenüblichen Raumleistung<sup>77</sup> für den jeweiligen Betriebstyp vorgenommen.

**Tabelle 17: Umsatzplanung der Nahrungsmittelhandwerker in der Shopzone**

	Verkaufsfläche	Raumleistung	Umsatzprognose
	m <sup>2</sup>	TEUR/m <sup>2</sup>	Mio. EUR
Bäcker	50	5,5	0,28
Fleischer	50	7,8	0,39
<b>Gesamt</b>	<b>100</b>		<b>0,67</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

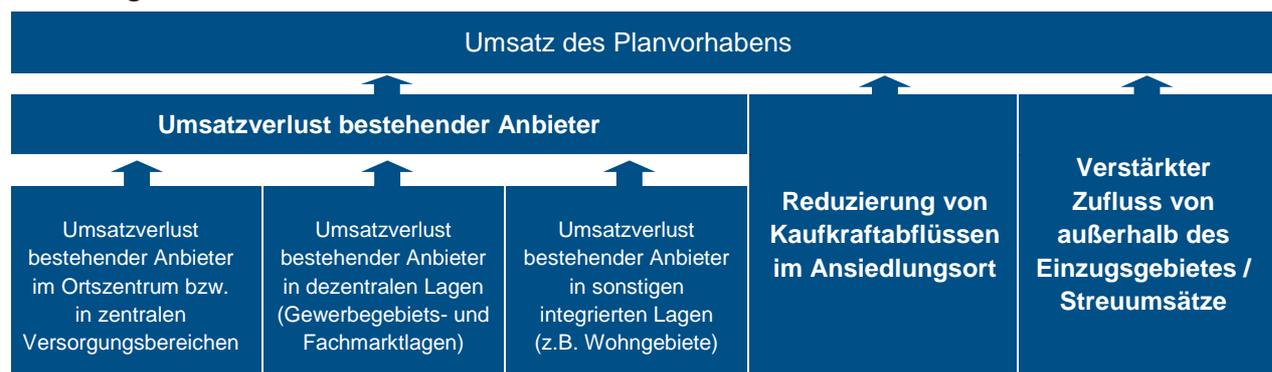
Die Erlöse des Bäckers und auch des Fleischer können je nach der Höhe des Gastronomieanteils ggf. auch höher ausfallen. Diese Umsätze sind jedoch nicht als Handelserlöse zu klassifizieren, sondern fallen dem Gastronomiebereich zu (bspw. Imbisslöhne oder Getränke). Demnach werden diese Umsätze nicht zu Lasten anderer Backwaren- oder Fleischwarenanbieter generiert.

<sup>77</sup> Die bundesdurchschnittliche Raumleistung liegt bei Bäckern bei ca. 5,0 TEUR/m<sup>2</sup> VK, wobei eine Spannweite von 4,5 – 5,5 TEUR/m<sup>2</sup> VK zu beobachten ist. Metzger erzielen eine Raumleistung zwischen 6,8 – 7,8 TEUR/m<sup>2</sup> VK, der Mittelwert liegt bei rd. 7,3 TEUR/m<sup>2</sup> VK (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013).

### 5.3. Umsatzherkunft des Projektvorhabens

Die Umsätze eines Ansiedlungsvorhabens setzen sich aus mehreren Faktoren zusammen. In Abhängigkeit von Art, Größe und Lage des Vorhabens sowie der Wettbewerbssituation fallen die verschiedenen Quellen der Umsatzherkunft unterschiedlich ins Gewicht.

**Abbildung 17: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Prinzipiell resultiert bei einem unter dem örtlichen Nachfragepotenzial liegenden Angebot ein Umsatzanteil aus der **Reduzierung von Kaufkraftabflüssen** aus dem Ansiedlungsort. Je geringer das bestehende Angebot an einem Standort in Relation zur durch die Verbraucher dort erzeugten Nachfrage ist, desto höher ist regelmäßig der Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen.

In Halle ist im Lebensmittelbereich ein flächenseitig hohes und qualitativ attraktives Angebot vorhanden, so dass eine vollumfängliche Bedarfsabdeckung in diesem Segment besteht. Des Weiteren deutet die berechnete Zentralität von 110 (vgl. Tab. 9) bereits auf einen Umsatzzufluss aus dem Umland nach Halle hin. Ferner ist auch das Segment des SB-Warenhauses bereits mehrfach in Halle vertreten, so dass die lokale Kaufkraft vollständig in Halle gebunden werden kann. Da aus der Stadt Halle (per Saldo) keine Kaufkraft abfließt, ist diese Umsatzquelle für das Projektvorhaben nicht relevant.

Ein verstärkter Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes ist vor allem durch sog. **Streuumsätze** möglich. Diese diffusen Umsätze, deren Herkunft nicht genau bestimmt werden kann, resultieren bspw. aus einer verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes oder von Besuchern eines Ortes.

Mit der Ansiedlung des SB-Warenhauses werden auch Umsätze von außerhalb des Einzugsgebietes zu dem Projektstandort fließen, da das aufgezeigte Marktgebiet (vgl. Karte 9) des Globus-Marktes nicht punktgenau an der dargestellten Grenze endet. Insbesondere ist bezüglich der verkehrlichen Erreichbarkeit des Standortes mit diffusen Umsätzen zu rechnen, die aus sog. Streuumsätzen resultieren können. Diese stammen u.a. von Pendlerströmen, dem Pkw-Verkehr an der Dieselstraße oder von Zufallskunden. Die Streuumsätze von rd. 1,8 Mio. EUR nehmen in Bezug auf den Gesamtumsatz nur eine deutlich untergeordnete Größe ein, da diese einen Umsatzanteil von knapp 4 % des Gesamtumsatzes ausmachen.

Die Streuumsätze werden gemäß den Ergebnissen einer regelmäßigen Kundenbefragung<sup>78</sup> bereits heute von dem Globus-Markt im HEP gebunden, so dass mit dem Umzug von Globus lediglich eine Verlagerung dieser Kundengruppe erfolgen wird. Eine wesentliche Erhöhung der Streukunden ist nicht zu erwarten, da an dem Planstandort Dieselstraße keine Agglomerationseffekte wie am derzeitigen Standort HEP möglich sind, von denen Globus profitieren könnte.

Mögliche **Umsatzumverteilungen** entstehen, wenn ein Attraktivitätsgefälle zwischen den bestehenden lokalen Anbietern und dem Planvorhaben gegeben ist. Sie fallen umso höher aus, je größer der Unterschied zu

<sup>78</sup> Die Kundenherkunftsanalyse wird regelmäßig durch eine POS-Befragung von Globus durchgeführt. Es wurden die letzten Befragungen vom Juli und vom November 2015 ausgewertet.

den bestehenden Anbietern ist. Städtebaulich relevant sind Umsatzumverteilungen jedoch nur, wenn sie zu Lasten schützenswerter Bereiche gehen und dabei eine bestimmte Schwelle überschreiten (vgl. Pkt. 5.1).

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umsatzumlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz von Globus zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird. Die Umsatzumlenkungen des Globus-Marktes werden im Segment Food/ Non-Food I bei rd. 46,78 Mio. EUR liegen (vgl. Tab. 18).

Die anschließenden Berechnungen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden für die jeweiligen Lebensmittelanbieter nicht einzeln getätigt, da es sich bei dem Vorhaben (SB-Warenhaus und Bäcker/Fleischer) um eine Agglomeration handelt. Aus diesem Grund ist üblicherweise die **Summationswirkung** für den Standort zu betrachten. Somit werden die Umsätze bzw. die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen in ihrer Gesamtheit ermittelt. Die untersuchungsrelevanten Umsätze ergeben sich dabei aus der Prognose der einzelnen Ansiedlungsvorhaben (vgl. Tab. 15/17) und liegen in Summe bei 46,78 Mio. EUR.

Nachstehend werden die untersuchungsrelevanten Umsatzquellen des Projektvorhabens zusammenfassend dargestellt.

**Tabelle 18: Umsatzherkunft der projektierten Lebensmittelanbieter**

	Umsatzherkunft	
	Mio. EUR	%
Umsatzprognose SB-Warenhaus/Bäcker/Fleischer (vgl. Tab. 15/17)	<b>48,59</b>	<b>100</b>
- Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus Halle	0,00	0
- Streuumsätze	1,81	4
- Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	46,78	96
davon Food	(35,96)	
davon Non-Food I	(3,80)	
davon Non-Food II	(7,02)	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

## 5.4. Auswirkungsanalyse des Verlagerungsvorhabens

### 5.4.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist im Wesentlichen die Überprüfung möglicher **Umsatzumlenkungsprozesse** - die aus zentralen Versorgungsbereichen induziert werden könnten - von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzumlenkungen, die durch das Planvorhaben hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- der erzielte Umsatz bzw. die Raumleistung eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den Anbietern und dem Projektstandort,
- die räumliche Verortung des Konsumentenpotenzials und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Mit der Verlagerung des Globus SB-Warenhauses wird sich das räumliche Angebotsgefüge in Halle verändern. Nach dem Hinzutreten der Verkaufsfläche an der Dieselstraße werden sich in Folge Umsatzverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben.

Somit liefert das Modell eine Berechnung der wahrscheinlichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der konkreten Standortgegebenheiten der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt somit eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens.

Der Umzug des Globus SB-Warenhauses von dem Standort HEP in die Dieselstraße ist dabei nicht als „reine“ Verlagerung zu sehen. Bei der zu erwartenden Absiedlung von Globus aus dem HEP ist baurechtlich eine Nachnutzung des Standortes mit Lebensmitteleinzelhandel weiter möglich, da die entsprechende Zulässigkeit mit der bloßen Betreiber Aufgabe nicht unwirksam wird. Demzufolge ist die Verlagerung methodisch als **Neuansiedlung** zu bewerten, wobei zu unterstellen ist, dass die Globus-Verkaufsfläche im HEP durch ein vergleichbares Lebensmittelkonzept belegt bleibt. Hierbei wird in der folgenden Modellrechnung angenommen, dass die Umsätze des Globus-Marktes weiterhin am Standort HEP verbleiben bzw. durch einen vergleichbaren Anbieter generiert werden.

Bei der Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden die Bereiche Food und Non-Food I (ca. 39,76 Mio. EUR, vgl. Tab. 18) zusammen betrachtet. Dies resultiert aus dem Fakt, dass Konsumenten i.d.R. die Waren des Non-Food I (Drogeriewaren, Tiernahrung) in Kombination mit dem Lebensmittelsortiment nachfragen, da enge Kopplungen zwischen beiden Sortimenten bestehen. Somit werden die Einkäufe von Drogeriewaren und Tiernahrung überwiegend zu Lasten anderer Lebensmittelanbieter generiert und weniger zu Lasten von Drogerie- oder Zoofachmärkten gehen.

Die Sortimente des Non-Food II werden zum großen Teil in Supermärkten oder Discountern nicht geführt. Die zu erwartenden Erlöse des SB-Warenhauses von rd. 7,02 Mio. EUR (vgl. Tab. 18) werden dabei – neben angebotsgleichen Märkten wie vergleichbare SB-Warenhäuser – überwiegend von branchenfremden Anbietern abgezogen. Hierbei werden insbesondere Fachmärkte tangiert, die ein vergleichbares Sortimentskonzept bzw. Preisniveau führen.

#### 5.4.2. Städtebauliche Auswirkungen des Verlagerungsvorhabens (Food + Non-Food I)

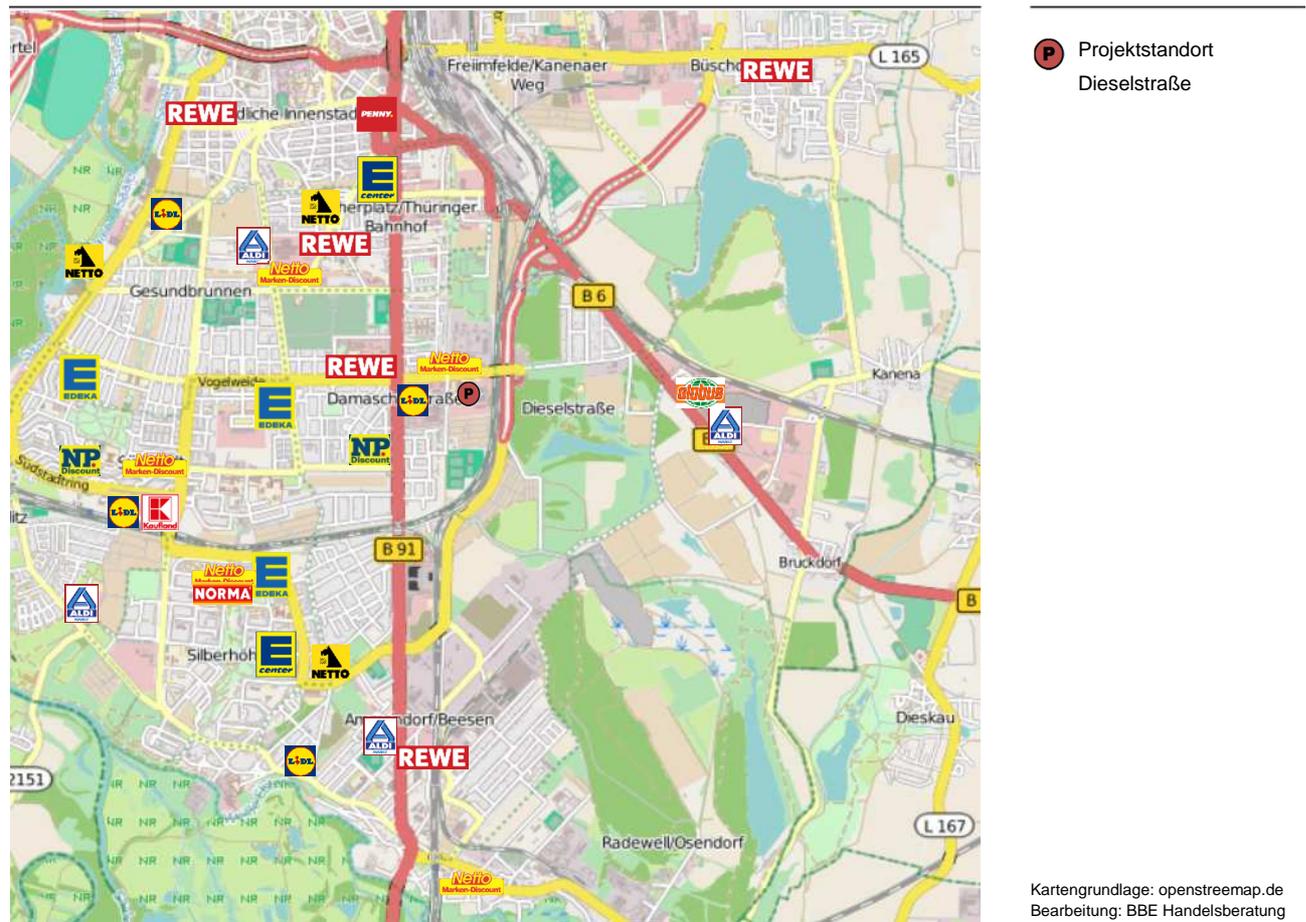
Auf Grundlage der Umsatzumlenkungen, die durch die Verlagerung des Globus SB-Warenhauses vom Standort HEP in die Dieselstraße im Segment Food/ Non-Food I induziert werden (39,76 Mio. EUR, vgl. Tab. 18), errechnet sich eine durchschnittliche **Umsatzumlenkungsquote von rd. 7 %** des aktuell in dem Einzugsgebiet getätigten Bestandsumsatzes.

Der vorstehende Wert der Umsatzverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- des Betriebstypenbesatzes,
- der Entfernung betroffener Betriebe zum Projektstandort und
- des spezifischen Einkaufsverhaltens der Konsumenten

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Lebensmittelanbieter aus dem Umfeld des Projektstandortes. Folgende Abbildung stellt die Lagebeziehungen der betroffenen Anbieter im Einzugsgebiet der Zone I, in dem die höchsten Umsatzumverlagerungen zu dem Projektstandort zu erwarten sind, kartographisch dar.

**Karte 12: Lage der strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet der Zone I**



Durch die Sortimentszusammensetzung des SB-Warenhauses werden absatzwirtschaftlich in erster Linie die Betriebe tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen, die als sog. Systemwettbewerber (d.h. SB-Warenhäuser sowie in Folge auch Verbrauchermärkte, Supermärkte und Discounter) einzustufen sind.

Des Weiteren werden sich für näher am Projektstandort liegende Lebensmittelanbieter tendenziell höhere Umsatzverluste ergeben, da mit einer abnehmenden Erreichbarkeit und der Zunahme von Einkaufsalternativen im weiteren Umfeld weniger Kunden zu dem Vorhabenstandort tendieren. Dies resultiert aus dem Fakt, dass für Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und des hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwands geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit der einzelnen Sortimente wird dabei wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.<sup>79</sup>

Folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen<sup>80</sup> in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen (zVB) bzw. den sonstigen Lagen in Halle (vgl. Tab. 12) bzw. den Lagen außerhalb des Stadtgebiets (vgl. Tab. 13).

**Tabelle 19: Prognostizierte Umsatzumlenkungen (Food/ Non-Food I) des Globus-Warenhauses**

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Südstadt (NZ)	33,88	2,62		7,7
Vogelweide (NVZ)	5,04	0,26		5,2
Ammendorf (NVZ)	10,52	0,45		4,3
Diesterwegstraße (NVZ)	4,63	0,17		3,7
Silberhöhe (NVZ)	8,79	0,19		2,2
Büschdorf (NVZ)	6,26	0,07		1,1
Sonstige Lagen Zone I (außerhalb zVB)	153,92	33,57		21,8
(davon HEP)	(51,40)	(29,73)		(57,8)
(davon restliche Lagen außer HEP)	(102,52)	(3,84)		(3,7)
<b>Zone I Gesamt</b>	<b>223,04</b>	<b>37,33</b>		<b>16,7</b>
Neustadt (NZ)	34,93	0,24		0,7
Hubertusplatz (NVZ)	6,68	0,04		0,6
Altstadt (HZ)	21,03	0,11		0,5
Heide-Nord (NVZ)	7,23	0,03		0,4
Reileck (NVZ)	2,39	0,01		0,4
Sonstige Lagen Zone II (außerhalb zVB)	251,52	1,90		0,8
<b>Zone II Gesamt</b>	<b>323,78</b>	<b>2,33</b>		<b>0,7</b>
Überörtliches Einzugsgebiet	15,85	0,10		0,6
<b>Gesamt</b>	<b>562,67</b>	<b>39,76</b>		<b>7,1</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die höchsten Umsatzverluste, die durch die Verlagerung des Globus-Marktes entstehen werden, wird naturgemäß der derzeitige Bestandsstandort **Hallescher Einkaufspark (HEP)** zu verkraften haben. Unter Be-

<sup>79</sup> Die Waren des täglichen Bedarfs (bspw. Lebensmittel, Drogeriewaren) weisen bezüglich des relativ niedrigen Warenwertes und der verhältnismäßig hohen Einkaufsfrequenz (Nachfragehäufigkeit) eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass zur Deckung der Nachfrage von Kunden i.d.R. nur geringe Zeitdistanzen akzeptiert werden.

<sup>80</sup> In den dargestellten Angebotsstrukturen wurden bereits die avisierten Ansiedlungsvorhaben umsatzseitig mit berücksichtigt (vgl. Pkt. 4.3).

rücksichtigung der simulierten Annahme, dass ein vergleichbares SB-Warenhaus an dem Standort HEP Bestand haben würde und der projektierte Globus-Markt neu zu dem Angebot in Halle hinzutreten wird, sind für das angebotsgleiche SB-Warenhaus im HEP Umsatzverluste von rd. 65 % zu erwarten. Demnach ist davon auszugehen, dass sich bezüglich dieser Umsatzverlagerung ein SB-Warenhaus in der aktuell bestehenden Größenordnung von rd. 9.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im HEP nicht rentabel betreiben lässt. Grundsätzlich ergeben sich somit nach dem Rückzug von Globus schädliche Auswirkungen für diesen Standort.

Auf Grundlage des Zentrensystems der Stadt Halle ist zu konstatieren, dass der Standort HEP nicht als zentraler Versorgungsbereich<sup>81</sup> ausgewiesen ist und bezüglich seiner dezentralen bzw. autokundenorientierten Lage nicht das Kriterium der verbrauchernahen Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO erfüllt. Demzufolge ist die zu erwartende Schädigung dieses Standortbereiches grundsätzlich hinzunehmen, da keine Beeinträchtigung eines städtebaulich relevanten Einzelhandelsstandortes erfolgt.

Da es sich um einen flächenseitig größeren Bestandswechsel für die Stadt Halle bzw. insbesondere für das HEP handelt, erfolgt nachstehend eine Gegenüberstellung und Bewertung der beiden Standorte unter Berücksichtigung von städtebaulichen Aspekten.

HEP	Dieselstraße
<b>Lage</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtbezirk: Ost (rd. 15.600 Ew.) Stadtviertel: Kanena/Bruckdorf (rd. 1.300 Ew.)</li> <li>▪ Östlich der Leipziger Chaussee, zwischen Messestraße und Deutscher Grube</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtbezirk: Süd (rd. 66.900 Ew.) Stadtviertel: Damaschkestraße (rd. 8.400 Ew.)</li> <li>▪ Südlich der Dieselstraße zwischen Ottostraße und dem Gleiskörper der Bahn</li> </ul>
<b>Verkehrsanbindung</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an der Bundesstraße B6</li> <li>▪ Direkte Anfahbarkeit und Fahrzeugzugänge von diesem Straßenzug</li> <li>▪ Zügige Erreichbarkeit, insbesondere auch aus dem östlichen Umfeld von Halle (Saale)</li> <li>▪ Autokundenorientierter Standort, keine Fußwegebeziehungen zu Wohnsiedlungsbereichen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gute verkehrliche Erreichbarkeit, direkte Anfahbarkeit von einem örtlichen Hauptverkehrsträger nicht gegeben</li> <li>▪ Erreichbarkeit über die Dieselstraße aus der Merseburger Straße und der Europachaussee</li> <li>▪ Fußwegbeziehungen zu umliegenden Wohnquartieren, fußläufige Erreichbarkeit über straßenbegleitenden bzw. kombinierten Fuß-/ Fahrradweg an der Dieselstraße direkt möglich</li> </ul>
<b>ÖPNV-Anbindung</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bushaltestelle („Einkaufspark HEP“) direkt vor dem HEP (2x Taktung p. Std. während der Hauptgeschäftszeiten)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bushaltestelle („Ottostraße“) direkt vor dem Projektstandort (2x Taktung p. Std. während der Hauptgeschäftszeiten)</li> <li>▪ Kombinierte Straßenbahn-/ Bushaltestelle („Damaschkestraße“) knapp 500 m in westlicher Richtung (Merseburger Straße) entfernt</li> </ul>
<b>Umfeldnutzungen</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weitere Handelsbetriebe, Messe, Gewerbebetriebe, Dauerkleingartenanlage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vorwiegend Gewerbe-/ Industriebetriebe, auch Einzelhandel im direkten Umfeld vorhanden</li> <li>▪ Verdichtete Wohnbebauung nord- und südwestlich des Projektstandortes</li> </ul>

81 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013.

### Städtebauliche Situation

- Standort ist durch den Baukörper des HEP geprägt, weitere arrondierende Gewerbenutzungen (u.a. Handel, Messegebäude) und Freiflächen befinden sich im Umfeld
- Einfache, fachmarkttypische Gebäudestrukturen ohne architektonische/städtebauliche Qualitäten
- Westlich der Leipziger Chaussee befinden sich Dauerkleingartenanlagen
- Östlich liegender Gleiskörper der Bahn stellt eine Zäsur des Standortes dar
- Standort ist durch die gewerbegebietstypische Nutzungen im Umfeld geprägt, inhomogene städtebauliche Struktur
- Östlich befindliches Bahngleis stellt eine Zäsur dar, kann jedoch an der Dieselstraße überquert werden
- Unattraktiver städtebaulicher Zustand des Umfelds, deutliche Aufwertungspotenziale vorhanden
- Nordwestlich des Standortes besteht ein verdichtetes Wohnquartier, meist mit mehrgeschossigen Zeilenbauten, hohe Bevölkerungsverdichtung
- Standort besitzt durch einen ehemaligen Baumarkt (Hela) und Lebensmitteldiscounter (NP) eine Einzelhandelsvorprägung, derzeit besteht mit einem Zoofachmarkt und einem Angelfachmarkt eine Handelsnutzung im direkten Umfeld

### Nahversorgungsfunktion

- Keine Nahversorgungsfunktion, da im fußläufigen Umfeld keine wesentliche Wohnbebauung vorhanden ist
- Nahversorgungsfunktion für die nordwestlich angrenzenden Wohnquartiere
- Hohes Einwohnerpotenzial von rd. 4.600 Personen im fußläufigen Nahbereich

### Einwohner fußläufiger Nahbereich



Laufwege bis 500 m: rd. 40 Pers. / 500–800 m: rd. 30 Pers.  
 GESAMT: rd. 70 Personen



Laufwege bis 500 m: rd. 1.420 Pers. / 500–800 m: rd. 3.160 Pers.  
 GESAMT: rd. 4.580 Personen

### Einstufung gemäß Zentrenkonzept

- Sonderstandort
- Standort ist im Einzelhandelskonzept nicht vorgesehen
- Projektvorhaben fungiert als Ergänzungsstandort zu dem Nahversorgungsangebot in zentralen Versorgungsbereichen

### Versorgungsfunktion des Standortes

- Vollumfängliche Versorgung des HEP durch zahlreiche Angebote in allen Bedarfsbereichen, attraktiver Versorgungsstandort mit einem hohen Betriebstypenmix
- Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und das überörtliche Einzugsgebiet von Halle (Saale)
- Vollumfängliche Versorgung mit Lebensmitteln, Arrondierung durch diverse Randsortimente
- Bezüglich der Ausstrahlung von Globus besteht eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und auch umliegenden Orte

Im Ergebnis der vorstehenden städtebaulichen Bewertung ist zu konstatieren, dass sich beide Standorte im Wesentlichen durch ihre Nahversorgungsfunktion unterscheiden. Im Gegensatz zu dem ausschließlich auf Autokunden orientierten Standort HEP besitzt der Standort Dieselstraße trotz seiner Randlage in dem Stadtviertel Damaschkestraße eine Nahversorgungskompetenz.

In Bezug auf die verkehrliche Erreichbarkeit wird die Ausrichtung des HEP auf motorisierte Kunden deutlich, da eine hervorragende Verkehrsanbindung besteht. Der Standort Dieselstraße ist verkehrlich ebenfalls gut angebunden, liegt jedoch im Vergleich zum HEP nicht an einer Hauptdurchfahrtsstraße.

Durch den Rückzug von Globus aus dem HEP werden sich keine städtebaulichen Schädigungen ergeben. Der bestehende Markt bzw. die Mall des HEP ist nach innen gerichtet, so dass Austauschbeziehungen zum Umfeld oder auch Sichtbeziehung grundsätzlich nicht bestehen. Demnach sind auch keine städtebaulichen Schäden für das Ortsbild zu erwarten, zumal auch die wenig innovative Bebauung und die spartanische Gestaltung des Umfelds des HEP eine geringe Aufenthaltsqualität bedingen.

Eine mögliche Beeinträchtigung des HEP ist unter dem Blickwinkel der im Hallenser Einzelhandels- und Zentrenkonzept formulierten Entwicklungsziele zu sehen. In diesem städtebaulichen Entwicklungskonzept wird darauf hingewiesen, dass der Sonderstandort HEP möglichst für großflächige und flächenintensive Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten genutzt werden soll.<sup>82</sup> Demnach würde ein Rückzug von Globus diesem im Zentrenkonzept formulierten Ziel entsprechen, da die Sortimente von Globus größtenteils als sog. zentrenrelevante Sortimente<sup>83</sup> eingestuft werden.

Bei der Absiedlung von Globus ist grundsätzlich kein Verlust der Versorgungsfunktion des HEP mit Lebensmitteln zu erwarten, da mit dem Discounter Aldi bereits ein leistungsstarker Lebensmittelmarkt im HEP vorhanden ist. Des Weiteren ist die Nachbelegung der Globus-Fläche bezüglich der Attraktivität des HEP<sup>84</sup> grundsätzlich möglich, da es sich um eine großformatige und gut geschnittene Fläche handelt, die für zahlreiche Handelskonzepte nutzbar ist.

Die vorstehende Modellrechnung hat ergeben, dass nur ein Teil der bestehenden Lebensmittelumsätze des Bestandsmarktes im HEP zu dem Vorhabenstandort von Globus in der Dieselstraße umgeleitet wird. Bei der Simulierung der Umsatzverlagerungen würde ein Bestandsumsatz für das Segment Food und Non-Food I von rd. 10 Mio. EUR verbleiben. Dies bedeutet, dass im HEP die Wiederansiedlung eines Lebensmittelmarktes prinzipiell möglich ist, wobei dessen „neue“ Fläche allerdings deutlich kleiner ausfallen wird. Unter Zugrundelegung der am Standort HEP „verbliebenen Umsätze“ und möglicher Umsätze aus dem Non-Food II-Segment wäre die Ansiedlung eines Supermarktes bzw. eines Verbrauchermarktes grundsätzlich möglich. Das rechnerische Umsatzpotenzial würde eine Verkaufsfläche zwischen 2.500 bis 3.000 m<sup>2</sup> rechtfertigen.

82 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 7. August 2013, Seite 179. Hier wird ausgeführt: „Die beiden bestehenden Fachmarktstandorte sowie der Sonderstandort HEP sind sinnvolle und notwendige Ergänzungsstandorte für großflächige flächenintensive Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Der Sonderstandort HEP stellt derzeit einen beträchtlichen Konkurrenzstandort zu den integrierten halleschen Zentren dar.“

83 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 7. August 2013, Abbildung 34.

84 Prinzipiell ist an dieser Stelle darauf zu verweisen, dass im HEP trotz der guten Bausubstanz augenscheinlich ein gewisser Investitions- bzw. Modernisierungsbedarf besteht. Bei einer ausbleibenden Attraktivierung des Centers sind perspektivisch weitere Trading-Down-Tendenzen zu erwarten.



Das ausgewiesene Nahversorgungszentrum liegt verkehrsgünstig im Kreuzungsbereich der Elsa-Brandström-Straße sowie der Damaschkestraße/Vogelweide und ist durch eine gute Erreichbarkeit gekennzeichnet. Der Bereich ist durch eine hohe Fahrzeugfrequentierung geprägt, was zu einer geringen Aufenthaltsqualität führt. Parkplätze sind nur im beschränkten Umfang in umliegenden Straßenzügen vorhanden, insbesondere fehlt dem bestehenden Lebensmittelmarkt eine betriebseigene Parkplatzanlage.

Das Nahversorgungszentrum besitzt eine optimale ÖPNV-Anbindung, da hier mehrere Straßenbahn- und Buslinien kreuzen und dieser Bereich als Umsteigepunkt fungiert. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohnquartieren durch mehrere Zugänge direkt möglich.

Der Hauptgeschäftsbereich liegt in dem Kreuzungsbereich der vorstehend genannten Straßenzüge, die eine hohe Fahrzeugfrequentierung aufweisen. Das Gebiet bzw. das nähere Umfeld ist durch eine hoch verdichtete Wohnbebauung geprägt, so dass das Nahversorgungszentrum bezüglich der siedlungsintegrierten Lage über eine sehr hohe Wohnbevölkerung und solide Potenzialbasis im direkten Umfeld verfügt. Die Bebauungsstrukturen sind vor allem durch sanierte Altbauwohnanlagen in Blockrandbebauung bzw. in Zeilenbauweise gekennzeichnet, die zum großen Teil attraktiv saniert wurden.

Der lediglich rd. 1.300 m<sup>2</sup> umfassende Einzelhandelsbesatz wird durch einen Edeka-Markt geprägt, der sich mit rd. 1.200 m<sup>2</sup> VK in einem baulich nicht-zeitgemäßen Zustand präsentiert. Perspektivisch ist ein Ersatzneubau mit einer konzeptkonformen Verkaufsfläche von rd. 1.500 m<sup>2</sup> geplant (vgl. Pkt.4.3), sodass von einer deutlichen Aufwertung der Bestandsstrukturen auszugehen ist. Die restlichen Einzelhandelsbetriebe – die in Funktionsunterlagerung zu den Wohnbauten etabliert sind – besitzen eine durchschnittliche Ladengröße von ca. 20 m<sup>2</sup>, sodass von einer äußerst kleinteiligen Bestandsstruktur auszugehen ist.

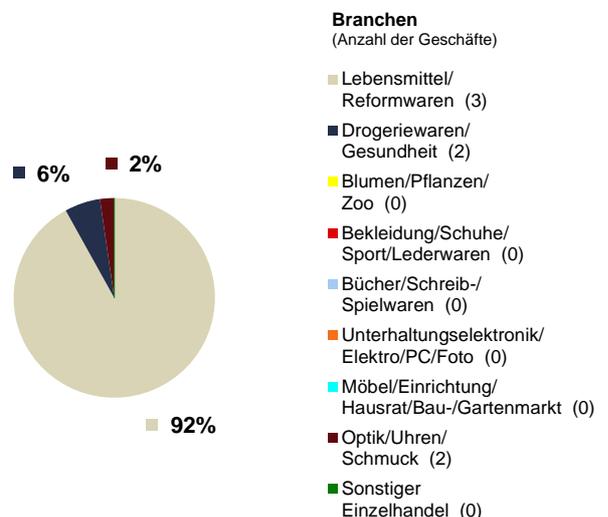
Die Branchenausrichtung der lediglich 7 Einzelhandelsgeschäfte zeigt funktionsgerecht eine Angebotsfokussierung auf den Lebensmittelhandel. Als Magnetbetrieb sollte der Edeka-Markt fungieren, der jedoch bezüglich seines optischen Zustands nur eine eingeschränkte Strahlkraft besitzt und lediglich auf die Kunden im fußläufigen Nahbereich ausgerichtet ist. Im Ergebnis kann der Bereich bezüglich des geringen Einzelhandelsangebots nur eine eingeschränkte Versorgung offerieren.

In dem Nahversorgungszentrum ist derzeit nur ein Leerstand vorhanden, da die wenigen Ladeneinheiten vollständig belegt sind. Grundsätzlich bestehen eingeschränkte Entwicklungsmöglichkeiten im Bestand, da augenscheinlich keine Potenzialflächen, insbesondere für größere Handelsbetriebe vorhanden sind.

Der Einzelhandel wird durch verschiedene Komplementäre (v.a. Dienstleistungs-, Kleingastronomieanbieter) arrondiert, die eine Angebotsergänzung darstellen. Ferner findet auf einer Freifläche in der Nähe des Edeka-Marktes ein Wochenmarkt statt, der zu einer erhöhten Frequentierung dieses Bereiches führt.



Verkaufsflächenstruktur NVZ Vogelweide



Im Fazit stellt sich der zentrale Versorgungsbereich Vogelweide aus Handelssicht als ein unterdurchschnittlich attraktives Nahversorgungszentrum dar, das lediglich eine Versorgungsfunktion für sein unmittelbares fußläufiges Umfeld besitzt. Der guten verkehrlichen und ÖPNV-Erreichbarkeit, die aus der Lage in einem Kreuzungsbereich von zwei innerörtlichen Hauptverkehrsträgern resultiert, stehen eine hohe Verkehrsbelastung und eine zersprengte Einzelhandelslage gegenüber. Des Weiteren wirken sich die geringe Attraktivität des Edeka-Marktes und Nutzungsdefizite sowie fehlende fußläufige Austauschbeziehungen negativ auf diesen Bereich aus. Als Standortvorteil ist jedoch das hohe Bevölkerungspotenzial im fußläufigen Nahbereich zu sehen.

Für die Lebensmittelanbieter in dem westlich des Globus-Vorhabenstandortes liegenden Nahversorgungszentrum Vogelweide sind Umsatzrückgänge von rd. 5 % zu erwarten.<sup>86</sup> Aus diesem Wert der Umsatzverluste ist keine Absiedlung von bestehenden Anbietern abzuleiten. Insbesondere lässt dieser Wert nicht auf einen Rückzug des Edeka-Supermarktes schließen, wengleich sich dieser Anbieter an dem Standort unter qualitativen Gesichtspunkten aktuell suboptimal präsentiert.

Die relativ hohe Stabilität des Edeka-Marktes resultiert dabei nicht aus seiner Darstellung, sondern insbesondere aus der Lagequalität. Mit fast 12.000 Einwohnern kann der Standort auf ein hohes Marktpotenzial zurückgreifen, wobei die Einwohner in diesem Bereich ein Lebensmittel-Nachfragepotenzial von rd. 24,3 Mio. EUR besitzen. Bezüglich der hohen Potenzialbasis, die allein im Nahbereich besteht, sind insbesondere für den Edeka-Markt auch weiterhin sehr gute Umsatzchancen am Standort vorhanden. Hierbei ist die siedlungsintegrierte Lage ein deutlicher Vorteil, da der Markt fußläufig aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen direkt erreichbar ist.

Ferner handelt es sich bei diesem Markt um einen langjährig etablierten Standort, der von Edeka bereits im Jahr 1991 übernommen wurde. Somit haben sich die Kunden- und Einkaufsbeziehung in diesem Gebiet auch langfristig ausgeprägt und verfestigt, zumal Edeka fast ausschließlich auf die Versorgung der Bevölkerung des fußläufigen Umfelds ausgerichtet ist.

Sollte sich Edeka an diesem Standort zu einem Neubau entschließen, ist mit einer deutlichen Attraktivierung des Angebots und einer erhöhten Kundenbindung zu rechnen, da sich der Markt derzeit insbesondere in Bezug auf seine Außendarstellung nicht mehr zeitgemäß präsentiert. Bei einer gleichzeitigen Erhöhung der Verkaufsfläche auf rd. 1.500 m<sup>2</sup> kann so langfristig ein attraktives Lebensmittelangebot an diesem Standort vorgehalten werden. Die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen sollen dazu laut Angabe der Stadt Halle<sup>87</sup> geschaffen werden.

Im Fazit ist davon auszugehen, dass eine Schädigung des Magnetanbieters Edeka in diesem ausgewiesenen Nahversorgungszentrum nicht zu erwarten ist. Somit werden auch die Bestandsstrukturen im Umfeld des Marktes, die sich jedoch lediglich auf vereinzelte Handelsanbieter stützen, nicht negativ tangiert werden.<sup>88</sup>

Ferner wird auch der weiteren Entwicklung dieses und auch anderer zentraler Versorgungsbereiche<sup>89</sup> nicht entgegengewirkt, da hier die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für ein großformatiges SB-Warenhaus grundsätzlich nicht gegeben sind. Der Immobilienbestand dieses Nahversorgungszentrums setzt sich ausschließlich aus einer kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen (vgl. auch vorstehenden städtebaulichen Kurzcheck). Mögliche Potenzialflächen, die für eine Bebauung infrage kommen würden, konnten augenscheinlich nicht identifiziert werden. Ferner sind die für ein SB-Warenhaus notwendigen Standortvoraussetzungen auch hinsichtlich der Erreichbarkeit, des induzierten Verkehrs und der

86 Für die Modellrechnung wurde unterstellt, dass der Edeka-Markt bereits auf 1.500 m<sup>2</sup> VK erweitert wurde und dementsprechend höhere Umsätze generiert.

87 Es wurde bereits ein Aufstellungsbeschluss für einen B-Plan (B-Plan Nr. 154) gefasst, der eine Flächenerweiterung auf 1.500 m<sup>2</sup> vorsieht.

88 Anmerkung: Die Einzelhandelsstruktur ist in diesem Bereich auf Grund des nur rudimentär ausgeprägten Handels und der suboptimalen Standortvoraussetzungen als fragil einzustufen.

89 Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre bspw. anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren Ansiedlungsvorhabens im zentralen Versorgungsbereich gefährdet wäre.

logistischen Voraussetzung hier nicht darstellbar. Dies trifft sowohl für das Nahversorgungszentrum Vogelweide als auch für die anderen Nahversorgungszentren im untersuchten Einzugsgebiet zu. Im Fazit der vorstehenden Diskussion sind demnach keine negativen Auswirkungen auf die Entwicklung des ausgewiesenen Nahversorgungszentrums Vogelweide im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten.

Neben dem Angebot in dem vorstehend dargestellten zentralen Versorgungsbereich Vogelweide sind weitere Lebensmittelanbieter in dem Stadtviertel Damaschkestraße außerhalb dieses schützenswerten Bereiches in sonstigen Lagen angesiedelt. Die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden dabei lediglich für die bestehenden Lebensmittelmärkte dargestellt, die ein umfassendes bzw. dem Projektvorhaben vergleichbares Sortiment führen. Somit sind insbesondere Supermärkte und Lebensmitteldiscounter relevant, die zudem ein wichtiger Träger der lokalen Nahversorgung in ihren jeweiligen Wohngebieten sind. Da die anderen Lebensmittelanbieter vergleichsweise geringe Umsatzverluste zu verkraften haben, werden diese zusammenfassend dargestellt.

Folgende Übersicht stellt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Bestandsanbieter in dem Stadtviertel Damaschkestraße dar. Insbesondere auf Basis der betriebstypenspezifischen Ausrichtung und der jeweiligen Entfernung zum Projektstandort werden die einzelnen Anbieter in unterschiedlicher Höhe von dem Verlagerungsvorhaben von Globus betroffen sein:

**Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Damaschkestraße**

Netto Marken-Discount (Dieselstraße 137)	rd. 12 %
Lidl (Merseburger Straße 221)	rd. 11 %
REWE (Frau-von-Selmnitz-Straße 4)	rd. 9 %
NP (Carl-Schurz-Straße 14)	rd. 6 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Die im direkten Umfeld des Globus-Standortes befindlichen Lebensmittelmärkte von Lidl und Netto Marken-Discount werden verhältnismäßig hohe Umsatzverluste hinnehmen müssen, die oberhalb des Abwägungsschwellenwertes der Verträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 14) liegen werden.

Für Netto Marken-Discount sind Umsatzverluste von rd. 12 % zu prognostizieren. In Bezug auf seine Leistungsfähigkeit sind die Umsatzverluste für den Netto-Markt u.E. als verkraftbar zu werten. Ein Rückzug dieses Anbieters aus seinem Marktgebiet ist grundsätzlich nicht zu erwarten, da es sich bei Netto Marken-Discount um einen bundesweit agierenden Großfilialisten mit einer hohen Marktstärke bzw. Marktdurchdringung<sup>90</sup> handelt.

Der Netto-Markt besteht bereits langjährig (seit dem Jahr 2000) an diesem Standort. Die Standortqualität ist als gut zu bewerten, da der Markt sowohl verkehrsgünstig gut erreichbar ist als auch an die nördlich angrenzenden, hoch verdichteten Wohnquartiere fußläufig direkt angebunden ist. Die Verkaufsfläche von knapp 800 m<sup>2</sup> ist als konzeptkonform zu bewerten, ferner ergänzt ein Bäcker das Lebensmittelangebot im Frische-segment. Im Fazit sind für diesen Markt standortbezogen keine Vorschädigungen erkennbar, so dass eine Absiedlung trotz der prognostizierten Umsatzverluste nicht anzunehmen ist.

Für den Discounter Lidl werden die prognostizierten Umsatzverluste in Höhe von rd. 11 % nicht zu einer Gefährdung führen. Dies ist insbesondere aus der Leistungsfähigkeit und Marktstärke dieses umsatzseitig

90 Netto Marken-Discount hat mit 4.126 Filialen vor Lidl (3.203 Filialen), Aldi-Nord (2.398 Filialen), Aldi-Süd (1.843 Filialen) und Penny (2.200 Filialen) die höchste Anzahl an Lebensmitteldiscountmärkten. Norma verfügt über 1.290 Filialen. (Quelle: Statista GmbH Hamburg, Lebensmittel-Discounter in Deutschland - Statista Dossier 2015).

größten deutschen Discountanbieters abzuleiten.<sup>91</sup> Lidl besitzt als überregionaler Filialist eine hohe Stabilität, so dass eine Absiedlung als Folge der Globus-Verlagerung nicht realistisch ist.

Ferner besitzt Lidl hinsichtlich der Lage im Kreuzungsbereich Merseburger Straße/ Dieselstraße eine sehr gute Standortqualität und ist aus dem gesamten Umfeld verkehrlich und mit dem ÖPNV gut zu erreichen. Der Markt verfügt über eine ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage, so dass der Standort auch für motorisierte Kunden attraktiv ist. Bezüglich der Standortqualität ist nicht zu erwarten, dass der Standort von Lidl – auch unter Berücksichtigung der zu erwartenden Umsatzverluste – aufgegeben wird.

Sollte sich dennoch eine – nicht anzunehmende – Absiedlung einer dieser beiden Lebensmittelmärkte ergeben, so wird an dem Mikrostandort keine Versorgungslücke auftreten. Die Lebensmittelversorgung kann so von dem jeweils anderen Markt, insbesondere jedoch auch von dem Globus-Markt auf einer deutlich höheren Attraktivitätsstufe sichergestellt werden. Ein Verlust der wohnortnahen Versorgung ist in diesem Gebiet somit definitiv nicht möglich.

Für die anderen Lebensmittelanbieter REWE und NP sind Umsatzverluste zu erwarten, die unterhalb der sog. „10 %-Marke“ liegen werden. Somit ist auf Grundlage der Rechtsprechung anzunehmen, dass bei diesem Kaufkraftabfluss noch keine negativen Folgen für den betroffenen Handelsbetrieb bzw. die betroffene Handelslage zu erwarten sind. Grundsätzlich ist jedoch zu beachten, dass der sog. 10 %-Schwellenwert lediglich ein Indiz für einen „Anfangsverdacht“ liefern kann (vgl. Ausführungen unter Pkt. 5.1). Somit sind bei möglichen Umsatzverlusten, die unterhalb dieses Schwellenwertes liegen, auch die Standortvoraussetzungen bzw. mögliche Vorschädigungen zu beachten.<sup>92</sup>

Die Standortqualität stellt sich für den REWE-Markt als gut dar. Der Markt liegt an der Damaschkestraße, so dass die dem Markt vorgelagerte Parkplatzanlage direkt angefahren werden kann. Ferner sind die Einsehbarkeit des Marktes und die Fernwirkung auf den vorbeilaufenden Verkehr gegeben. Neben der guten Erreichbarkeit verfügt REWE auch über ein hohes Einwohnerpotenzial in seinem Umfeld, da sich der Standort im fußläufigen Nahbereich der umliegenden Wohnquartiere befindet.

Aus den standortseitigen Gegebenheiten sind keine Vorschädigungen ablesbar. Da der Markt ein attraktives Vollsortiment anbietet und auch die objektseitigen Voraussetzungen in Bezug auf die Größe der Verkaufsfläche (ca. 1.200 m<sup>2</sup> VK inkl. Getränkemarkt) gegeben sind, werden die prognostizierten Umsatzverluste nicht zu einer Absiedlung dieses Marktes führen.

Die Umsatzrückgänge des NP-Marktes in der Carl-Schurz-Straße werden mit ca. 6 % deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwertes von rd. 10 % liegen. Der Markt nimmt grundsätzlich nur eine Nahversorgungsfunktion für sein Wohnumfeld wahr. Dies resultiert aus der geringen Verkaufsfläche von knapp 500 m<sup>2</sup>, den nicht vorhandenen Parkplätzen und einer siedlungsintegrierten Lage in einem Wohnquartier. Diese Versorgungsfunktion wird der Markt weiterhin ausfüllen können, da sich durch die Verlagerung des Globus-Marktes die Verbrauchergewohnheiten nicht ändern werden und die wohnortnahe Nachfrage in diesem Gebiet nicht wesentlich abnehmen wird. Bezüglich der Höhe der Umsatzrückgänge ist grundsätzlich nicht mit einer Absiedlung zu rechnen.

Für die übrigen Lebensmittelanbieter, d.h. kleinformatische Nahrungsmittelhandwerker, SB-Geschäfte oder Getränkemarkte, sind einzelbetrieblich keine absatzwirtschaftlichen Auswirkungen nachweisbar, was auf die geringe Höhe der Umsatzverluste zurückzuführen ist. Die rechnerisch ermittelten bzw. prognostizierten Umsatzverlagerungen liegen über alle vorstehende genannten Anbieter in Summe unterhalb der sog. Nach-

91 Lidl (rd. 14,7 Mrd. EUR) ist vor Aldi-Süd (rd. 12,4 Mrd. EUR) und Netto Marken-Discount (rd. 11,3 Mrd. EUR) der umsatzseitig größte Lebensmitteldiscounter in Deutschland (Quelle: EHI Retail Institute Köln, Nettoumsatz der führenden Lebensmitteldiscounter in Deutschland im Jahr 2012).

92 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in seinem Urteil [D 63/11.NE] vom 09.11.2012 zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte - und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare - Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann - faustformelartig - davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“

weisbarkeitsgrenze von rd. 0,10 Mio. EUR<sup>93</sup>, so dass grundsätzlich keine funktionsschädigenden Auswirkungen nachweisbar sind. Diese Umsatzverluste verteilen sich zudem auf zahlreiche Betriebe, so dass einzelbetrieblich keine spürbaren Ertragsausfälle für die jeweiligen Anbieter zu erwarten sind.

**Fazit:** Für den Ansiedlungsbezirk Damaschkestraße sind keine negativen Auswirkungen auf den hier verorteten zentralen Versorgungsbereich Vogelweide und auf die verbrauchernahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten.

Nachstehend werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Anbieter in dem Stadtviertel **ORTSLAGE AMMENDORF/BEESEN** dargestellt. Hierbei werden insbesondere die Auswirkungen auf den ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich NVZ Ammendorf thematisiert, der knapp über 3 km von dem Projektstandort in südlicher Richtung verortet ist.

### Städtebaulicher Kurzcheck Nahversorgungszentrum Ammendorf

Lage	Bezirk Süd Stadtviertel Ortslage Ammendorf/Beesen
Einwohner Nahbereich	bis 500 m Laufweg: ca. 1.490 Ew. bis 800 m Laufweg: ca. 2.730 Ew.
Einzelhandelsfläche	ca. 1.740 m <sup>2</sup> VK (Erweiterung um ca. 3.500 m <sup>2</sup> geplant)
Einzelhandelsbetriebe	8 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel, Textil
Magnetbetriebe	Aldi
Umsatzverluste Lebensmittelhandel	4,3 % des Bestandsumsatzes (0,45 Mio. EUR)
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	- REWE (gepl. Ansiedlung): rd. 5 % - Aldi (Merseburger Str.): rd. 4 % - sonstige Lebensmittelanbieter: <1 %



Quelle: Junker und Kruse, Anlage zur 1. Änderung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes – Nahversorgungszentrum Ammendorf  
 Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums wird über die Merseburger Straße dargestellt, die als vierspurige und hoch frequentierte Verbindungsstraße zwischen der Innenstadt und dem südlichen Kernstadtgebiet bzw. hier angrenzenden Orten fungiert. Das hohe Verkehrsaufkommen und der sanierungsbedürftige Zustand der Merseburger Straße wirken sich negativ auf die Aufenthaltsqualität dieses Bereiches aus. Parkplätze sind im beschränkten Umfang entlang der Merseburger Straße und in umliegenden Straßenzügen vorhanden. Vor den bestehenden bzw. auch geplanten Fachmärkten sind weitere, ausreichende Abstellmöglichkeiten vorhanden.

Das Nahversorgungszentrum besitzt mit einer kombinierten Straßenbahn-/ Bushaltestelle eine direkte ÖPNV-Anbindung. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohnquartieren entlang der Merseburger Straße bzw. aus den westlichen Wohnsiedlungsbereichen direkt möglich. Ferner verläuft straßenbegleitend zur Merseburger Straße ein Radweg, der sich derzeit noch in einem nicht-zeitgemäßen Zustand befindet.

Der Hauptgeschäftsbereich ist um den Kreuzungsbereich Merseburger Straße und Kurt-Wüsteneck-Straße verortet. Hier ist bereits ein kleineres Fachmarktzentrum (u.a. Aldi, KIK, Getränkemarkt, Farben

93 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,1 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieser Werte sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

Schulze) vorhanden. Zukünftig ist der Bau von weiteren Fachmärkten, konkret von einem Lebensmittelvollsortimenter, einen Drogeriemarkt und einen weiteren Fachmarkt, auf dem ehemaligen Gelände der Verkehrsbetriebe geplant. Somit kann sich zukünftig zwischen diesen beiden Polen eine Handelslage entwickeln, da dieser Bereich derzeit nur durch einen rudimentären Gewerbebesatz geprägt ist. Das nähere Umfeld des Nahversorgungszentrums ist von verdichteter Wohnbebauung geprägt, wobei der Standort bezüglich des östlich verlaufenden Bahngleiskörpers kein optimales fußläufiges Einzugsgebiet ausprägen kann. Trotzdem kann der Standort allein in seinem fußläufigen Nahbereich auf ein Bevölkerungspotenzial von rd. 2.700 Personen zurückgreifen. Die Bebauungsstrukturen sind vor allem durch Altbauwohnanlagen geprägt, die z.T. noch einen Sanierungsstau aufweisen.

Der Einzelhandel (rd. 1.700 m<sup>2</sup>) in dem Nahversorgungszentrum weist überwiegend fachmarkttypische Angebotsstrukturen auf, die von vier Fachmärkten repräsentiert werden. Der restliche Handel umfasst kleinformatige Betriebe, deren durchschnittliche Betriebsgröße unter 50 m<sup>2</sup> je Geschäft liegt.

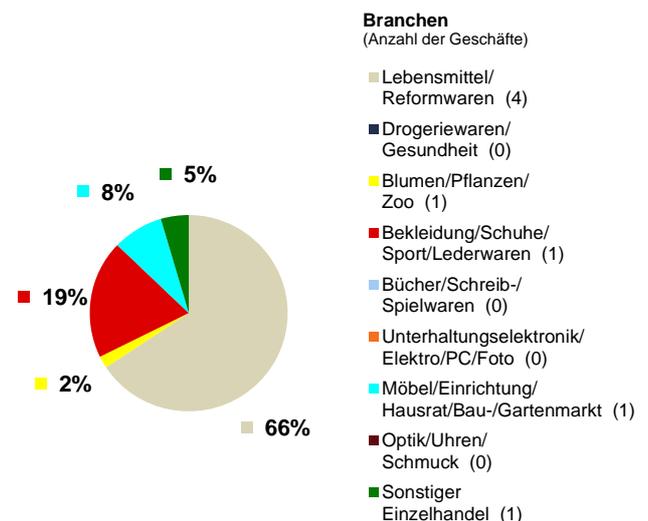
Perspektivisch ist durch das Hinzutreten eines Lebensmittel- und eines Drogeriemarktes sowie eines weiteren Fachmarktes eine deutliche Aufwertung der Angebotsstrukturen zu unterstellen, wobei sich insbesondere das prospektiv kompetente Angebot der Nahversorgung positiv auf die Frequenzen in dem Bereich auswirken dürfte. Der Branchenschwerpunkt wird weiterhin funktionsgerecht auf den sog. nahversorgungsrelevanten Branchen liegen, wobei zu dem derzeitigen Magnetbetrieb Aldi mit REWE und Rossmann (geplant) zwei weitere Ankerbetriebe hinzutreten werden. Im Ergebnis wird das Nahversorgungszentrum eine attraktive Sortimentsausprägung, insbesondere im Segment der Nahversorgung aufweisen.

In dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich ist nur ein vereinzelter Leerstand zu beobachten, da insgesamt wenige Geschäftslokale vorhanden sind. Der Bereich ist aktuell noch nicht als Handelslage entwickelt, so dass noch gewisse Potenzialflächen – die derzeit durch einzelhandelsfremde Nutzungen belegt sind – bestehen.

In dem Nahversorgungszentrum sind derzeit nur vereinzelte Komplementäre (v.a. Dienstleistungs-, Kleingastronomieanbieter) vorhanden.



Verkaufsflächenstruktur NVZ Ammendorf



Im Fazit besitzt das ausgewiesene Nahversorgungszentrum mit der Revitalisierung des ehemaligen Straßenbahnhofs und der Belegung durch nahversorgungsrelevanten Einzelhandel gute Voraussetzungen, sich zu einem attraktiven Versorgungsbereich zu entwickeln. Bezüglich der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit und der direkten ÖPNV-Anbindung ist grundsätzlich eine stadtteilbezogene Versorgungsfunktion denkbar. Mit der Inwertsetzung des Straßenbahnhofs können sich positive Impulse insbesondere auf die straßenbegleitende Bebauungsstrukturen der Merseburger Straße ergeben.

Die Umsatzverluste für das Nahversorgungszentrum Ammendorf werden mit durchschnittlich rd. 4 % unterhalb des Schwellenwertes der Unverträglichkeit liegen. In Bezug auf die städtebauliche Situation vor Ort ist anzumerken, dass die Performance dieses zentralen Versorgungsbereiches noch nicht voll ausgeprägt ist. Dies resultiert aus dem derzeitigen Fehlen von weiteren, strukturprägenden Anbietern, die im Rahmen der Projektentwicklung auf dem Gelände des ehemaligen Straßenbahnhofs jedoch angesiedelt werden.

Da zu dem bestehenden, standortprägenden Angebot des Fachmarktzentrums westlich der Merseburger Straße u.a. zwei weitere Märkte mit nahversorgungsrelevanten Angeboten hinzukommen werden, ist perspektivisch von einer hohen Auswahlvielfalt in diesem Bereich auszugehen. Insbesondere wird zukünftig durch einen Lebensmittelsupermarkt, einen Lebensmitteldiscounter, einen Getränkemarkt, einen Drogeriemarkt und Nahrungsmittelhandwerker eine hohe Angebotsdichte im Segment der Nahversorgung geschaffen. Somit ist von einer hohen Stabilität dieses Bereiches auszugehen, zumal zu unterstellen ist, dass der avisierte Supermarkt (REWE) und der Drogeriemarkt (Rossmann) ihre jeweils neuesten Konzepte etablieren werden.

Die Höhe der Umsatzrückgänge sind für den REWE-Markt<sup>94</sup> auf rd. 5 % seines zu erwartenden Umsatzes zu prognostizieren. Da REWE ein attraktives und modernes Supermarktkonzept präsentieren wird, sind die Umsatzverluste als verkraftbar einzustufen. Dies ist ferner auch aus der Standortqualität (Erreichbarkeit, ÖPNV, Parkplätze) und der zu erwartenden hohen baulichen Attraktivität der neu geplanten Fachmarkt abzuleiten. Des Weiteren kann der geplante Supermarkt auf Kopplungen und Synergien zu dem Drogeriemarkt und einen weiteren Fachmarkt zurückgreifen. In Summe bestehen somit optimale Standortvoraussetzungen für den projektierten Supermarkt.

Die Umsatzrückgänge des Discounters Aldi werden von diesem Anbieter problemlos zu verkraften sein. Aldi präsentiert ein attraktives Konzept, das ausschließlich auf den Discountbereich fokussiert ist. Die klare Sortimentsausrichtung, das straffe Sortiment und die wöchentliche Angebotsergänzung durch ausgewählte Non-Food-Waren führen zu einer hohen Leistungsfähigkeit dieses Großfilialisten.

Hinsichtlich der Standortqualität sind die guten Standortvoraussetzungen (u.a. Anfahrbarkeit, ÖPNV, Parkplätze) und insbesondere die Lage von Aldi in einer Einzelhandelsagglomeration zu erwähnen. Durch die Ausnutzung möglicher Kopplungen zu den Nahrungsmittelhandwerkern und zu dem Getränkemarkt, aber auch zu dem preislich gleich ausgerichteten Textildiscounter KIK, ist eine hohe Standortqualität dieser Handelslage gegeben.

Abschließend ist im Ergebnis der vorstehenden Diskussion zu erwarten, dass sich die Verlagerung des Globus-Marktes nicht negativ auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Ammendorf auswirken wird. Durch das Vorhaben von Globus wird der Ansiedlung des geplanten Supermarktes bzw. der beiden weiteren Fachmärkte nicht entgegengewirkt.

Nachstehende Übersicht beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die sonstigen Lebensmittelanbieter in Ammendorf und Beesen.

#### **Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Ortslage Ammendorf/Beesen**

Lidl (Broihanstraße 2)	rd. 2 %
Netto (Industriestraße 116)	rd. 2 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Bezüglich der geringen Höhe der monetären Beeinträchtigung der beiden Lebensmittelmärkte ist keine Absiedlung dieser Bestandsmärkte zu erwarten. Dies ist nicht nur aus der Höhe der Umsatzverlagerungen zu

<sup>94</sup> Es ist zu erwarten, dass die Projektentwicklung des Nahversorgungszentrums Ammendorf in einem deutlich kürzeren Zeitraum als die Ansiedlung des Globus-Marktes erfolgen wird. Zur möglichen Eröffnung des Globus-Marktes wird somit der REWE-Markt bereits am Markt aktiv sein.

dem Globus-Markt abzuleiten, sondern resultiert ebenfalls aus der hohen Leistungsfähigkeit der beiden Lebensmittel-filialisten.

**Fazit:** Für die Ortslage Ammendorf/Beesen sind keine negativen Auswirkungen auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Ammendorf und auf die verbrauchernahe Versorgung anzunehmen.

Im Stadtviertel **RADEWELL/OSENDORF** ist lediglich ein rudimentärer Einzelhandelsbesatz vorhanden, so dass kein zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden kann. Demnach sind naturgemäß mögliche Auswirkungen auf Grund des Nichtvorhandenseins solcher Bereiche ausgeschlossen. Hinsichtlich der geringen Mantelbevölkerung beider Ortsteile ist auch perspektivisch die Ausprägung eines zentralen Versorgungsbereichs bezüglich des geringen Nachfragepotenzials nicht realistisch.

Die Netto-Filiale im westlichen Eingangsbereich von Radewell ist der einzige Lebensmittelmarkt<sup>95</sup> für die rd. 1.700 Einwohner umfassenden Ortsteile und ein wichtiger Träger der lokalen Nahversorgung.

### Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Radewell/ Osendorf

Netto Marken-Discount (Regensburger Straße 137)	rd. 2 %
Restliche Anbieter:	<1 %

**Fazit:** Eine Schädigung der verbrauchernahen Versorgung in den Ortsteilen Radewell und Osendorf ist mit Blick auf die niedrigen vorhabeninduzierten Umsatzverluste des einzigen Lebensmittelmarktes (Netto Marken-Discount) mit großer Sicherheit auszuschließen.

Das Stadtviertel **SILBERHÖHE** weist einen relativ hohen Bestand an Lebensmittelverkaufsfläche auf, was insbesondere auf die hohe Siedlungsverdichtung in diesem Stadtteil zurückzuführen ist. Für die Bewertung der Auswirkungen sind insbesondere die Umsatzverlagerungsprozesse aus dem Nahversorgungszentrum Silberhöhe relevant, das ca. 3 km von dem Vorhabenstandort an der Dieselstraße entfernt liegt.

### Städtebaulicher Kurzcheck Nahversorgungszentrum Silberhöhe

Lage	Bezirk Süd / Stadtviertel Silberhöhe
Einwohner Nahbereich	bis 500 m Laufweg: ca. 6.550 Ew. bis 800 m Laufweg: ca. 10.060 Ew.
Einzelhandelsfläche	ca. 3.040 m <sup>2</sup> VK
Einzelhandelsbetriebe	16 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel
Magnetbetriebe	Edeka, Netto Marken-Discount
Umsatzverluste Lebensmittelhandel	2,2 % des Bestandsumsatzes (0,19 Mio. EUR)
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	- Edeka (Wilhelm-von-Klewiz-Straße): rd. 2 % - Netto Marken-Discount (Philipp-von-Ladenberg-Straße): rd. 2 % - sonstige Lebensmittelanbieter: <1 %



Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), Karte 58  
 Bearbeitung: BBE Handelsberatung

<sup>95</sup> An der Regensburger Straße 106 in Richtung Osendorf war vormals ein Nahversorgungszentrum vorhanden. Die Bestandsanbieter Aldi, Schlecker und ein Getränkemarkt haben sich abgesiedelt, so dass der Standort seine Versorgungsfunktion vollständig verloren hat.

Das NVZ Silberhöhe ist ein siedlungsintegrierter Versorgungsstandort, der durch eine eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit gekennzeichnet ist. Dies resultiert aus der eingebetteten Lage der bestehenden Handelseinrichtungen in die umliegenden Wohnbaustrukturen. Die Anfahrbarkeit aus der Freyburger Straße ist für potenzielle Kunden weniger relevant, da die Kunden überwiegend aus dem fußläufigen Nahbereich stammen. Dies wird auch in der eingeschränkten Anzahl der Parkplätze ersichtlich, die sich vorwiegend auf den betriebseigenen Parkplatz des Netto-Marktes beschränken.

Das Nahversorgungszentrum besitzt eine direkte ÖPNV-Anbindung, die durch zwei Straßenbahnhaltestellen dargestellt wird. Mit dem S-Bahnhof Silberhöhe besteht auch ein Anschluss an das städtische S-Bahnnetz. Die fußläufige Erreichbarkeit des gesamten Bereiches ist aus den umliegenden Wohnquartieren durch die offene Gestaltung barrierefrei möglich. Demzufolge kann das Nahversorgungszentrum auf ein hohes Konsumentenpotenzial von rd. 10.000 Personen im Nahbereich zurückgreifen, wenngleich die Bevölkerungsentwicklung u.a. durch den Rückbau von Wohneinheiten rückläufig ist.

Der Hauptgeschäftsbereich setzt sich aus einem Edeka-Markt und den südlich liegenden Pavillons zusammen, die u.a. mit Einzelhandel belegt sind. Der bauliche Zustand dieser Handelseinrichtungen ist als nicht-zeitgemäß bzw. modernisierungsbedürftig zu beschreiben. Westlich dieses Bereiches ist ein moderner und attraktiver Netto-Markt verortet. Nördlich schließt sich an den Edeka-Markt ein modernes Ärztehaus an, in dem zahlreiche Arztpraxen vorhanden sind und auch Gesundheitsdienstleistungen angeboten werden. In Folge liegt hier der Zugang zum S-Bahnhof Silberhöhe.

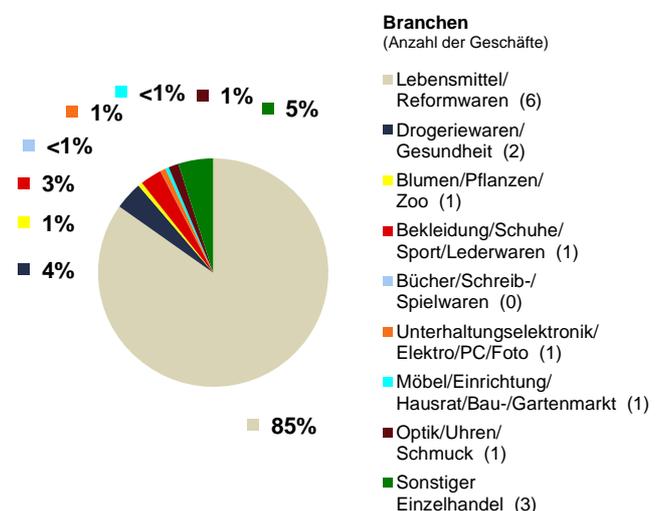
Der Einzelhandel umfasst eine Verkaufsfläche von rd. 3.000 m<sup>2</sup>, so dass ein attraktiver flächenseitiger Angebotsbesatz besteht. Als Magnetbetriebe fungieren die beiden Lebensmittelmärkte Edeka und Netto Marken-Discount, die funktionsgerecht den Großteil der Fläche einnehmen. Weitere kleinteilige Handelsbetriebe arrondieren dieses Angebot, so dass – für die örtlichen Verhältnisse – ein relativ breites Angebot dargestellt wird. Bezüglich der eingeschränkten verkehrlichen Anfahrbarkeit strahlt das Angebot jedoch vorwiegend auf den Nahbereich aus.

In dem Nahversorgungszentrum sind diverse Leerstände vorhanden, die sich vor allem auf die Pavillons beziehen. Die bestehenden Flächen fallen hier teilweise zu klein aus, als dass diese für moderne Handelskonzepte langfristig tragfähig sein könnten. Ferner stellen sich die diffuse Anordnung dieser kleinformatigen Einheiten und die mangelnde Wegführung als suboptimal dar. Die bestehende Vorschädigung dieses Bereiches resultiert somit aus funktionalen Mängeln der Handelsimmobilien.

Der bestehende Einzelhandel wird durch zahlreiche Komplementäre ergänzt. Neben diversen Dienstleistungsanbietern und der Kleingastronomie ist das qualifizierte Angebot an Ärzten und Gesundheitsdienstleistungen zu nennen, die in dem modernen Gesundheitszentrum Silberhöhe untergebracht sind.



Verkaufsflächenstruktur NVZ Silberhöhe



Im Fazit ist das vollständig siedlungsintegrierte NVZ Silberhöhe als durchschnittlich attraktiver Versorgungsbereich zu bewerten. Der Bereich besitzt eine hohe Sortimentskompetenz im Segment Lebensmittel, wobei eine Angebotsabrundung mit weiteren Sortimenten und arrondierenden Dienstleistungen erfolgt. Bezüglich der Standortqualität ist das Nahversorgungszentrum vordringlich auf die Versorgung des fußläufigen Nahbereiches ausgerichtet.

Die Umsatzverluste des Nahversorgungszentrums Silberhöhe werden bei durchschnittlich rd. 2 % liegen. Demnach ist für diesen Bereich kein „Anfangsverdacht“ auf mögliche negative Auswirkungen abzulesen, da die zu erwartenden Umsatzverlagerungen zu dem neuen Globus-Standort in der Dieselstraße mit einem hohen Sicherheitspuffer unterhalb des Abwägungsschwellenwerts von rd. 10 % (vgl. Pkt. 5.1) liegen werden. Die Umsatzrückgänge werden für die beiden Lebensmittelmärkte Edeka und Netto Marken-Discount bei rd. 2 % liegen. Edeka verfügt mit fast 1.700 m<sup>2</sup> über eine ausreichend dimensionierte Fläche und kann ein attraktives Vollsortiment offerieren. Der Markt ist auf Grund der fehlenden Parkplatzanlage ausschließlich auf die fußläufige Nahversorgung ausgerichtet und generiert somit den Großteil des Umsatzes mit Kunden, die ihren Einkauf zu Fuß erledigen. Gerade bezüglich des hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich, welches rd. 10.000 Personen umfasst, ist von einer soliden Nachfrage- und somit Potenzialbasis sowohl für Edeka als auch für den Netto-Markt auszugehen.

Der relativ neue Markt von Netto Marken-Discount, der im Jahr 2011 eröffnet wurde, besitzt eine konzeptkonforme Verkaufsfläche von knapp 800 m<sup>2</sup>. Netto verfügt über eine vorgelagerte Parkplatzanlage und somit auch über gute Standortbedingungen für motorisierte Kunden. Die Standortrahmendaten – insbesondere die hohe Mantelbevölkerung – sind somit für diesen Markt für die örtlichen Gegebenheiten als sehr gut einzustufen, so dass die Umsatzrückgänge in Höhe von rd. 2 % als verkraftbar zu bewerten sind.

Im Ergebnis sind die Umsatzverluste für beide Magnetbetriebe Edeka und Netto Marken-Discount als hinnehmbar einzustufen. Die bestehenden städtebaulichen Vorschädigungen dieses Bereiches, die sich in den teilweisen leerstehenden Ladengeschäften der Pavillonanlage zeigen, haben keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf die Stabilität der bestehenden Lebensmittelmärkte. Die Leerstände sind insbesondere auf funktionale Mängel dieser zu kleinen Ladengeschäfte und deren verstreute Anordnung zurückzuführen. Grundsätzlich bestehen (theoretisch) auf Grund des hohen Nachfragepotenzials im fußläufigen Nahbereich zahlreiche Ansiedlungsmöglichkeiten, die jedoch bezüglich der geringen flächenseitigen und der teilweise nicht-zeitgemäßen Angebotsreserven nicht genutzt werden können.

Nachstehende Übersicht beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die sonstigen Lebensmittelanbieter im Stadtviertel Silberhöhe.

**Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Silberhöhe**

E-Center (Weißenfelser Straße 52)	rd. 7 %
Norma (Hermann-Heidel-Straße 11)	rd. 2 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Für das E-Center in der Weißenfelser Straße sind vergleichsweise hohe Umsatzverluste von rd. 7 % zu erwarten, die auf eine adäquate Angebotsausrichtung dieses Marktes im Vergleich zu dem Globus-Markt zurückzuführen sind. Der Verbrauchermarkt führt auf rd. 3.400 m<sup>2</sup> ein vollumfassendes Sortiment, das sich fast vollständig aus den Segmenten Food und Non-Food I zusammensetzt. Die Präsentation und die Warendarstellung sind als äußerst attraktiv zu beschreiben, ebenso besitzt der Markt einen deutlichen Schwerpunkt auf Frischeprodukte.

Das E-Center ist durch eine sehr gute Standortqualität geprägt. Der Markt befindet sich in siedlungsintegrierter Lage in der Großwohnsiedlung Silberhöhe und kann auf ein hohes Konsumentenpotenzial im Nahbereich zurückgreifen. Ferner ist der Standort auch verkehrstechnisch gut über die Weißenfelser Straße angebun-

den, so dass auch hinsichtlich der bestehenden Parkplatzanlage sehr gute Standortvoraussetzungen für motorisierte Kunden gegeben sind. Neben dem E-Center sind weitere Einzelhandelsbetriebe vorhanden, so dass in Summe ein attraktives Versorgungsangebot präsentiert wird. An dem Standort sind keine städtebaulichen Vorschädigungen ersichtlich, so dass eine hohe Stabilität dieses für die Nahversorgung wichtigen Bereichs gegeben ist. Auf Grund der beschriebenen Standortgegebenheiten und der Höhe der zu erwartenden Umsatzverlagerungen ist keine Absiedlung dieses Marktes zu erwarten.

Die Umsatzverluste des Norma-Marktes in der Hermann-Heidel-Straße, der unweit des zentralen Versorgungsbereiches Silberhöhe liegt, werden mit rd. 2 % nicht zu einer Beeinträchtigung dieses Anbieters führen.

**Fazit:** Eine negative Beeinträchtigung des Nahversorgungszentrums Silberhöhe ist bezüglich der geringen Umsatzverluste der Lebensmittelanbieter in diesem Bereich nicht zu erwarten. Ein Abbau von wohnortnaher Versorgung, die u.a. durch den Verbrauchermarkt E-Center an der Weißenfelser Straße abgesichert wird, ist insbesondere hinsichtlich der guten Standort- und Objektqualität sowie der attraktiven Sortimentsausrichtung des zur Edeka-Gruppe gehörenden Marktes nicht realistisch.

In dem Stadtviertel **BÖLLBERG/WÖRMLITZ** ist kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen. Demnach sind hier die Auswirkungen zu untersuchen, die das Projektvorhaben auf die bestehenden Lebensmittelmärkte haben wird, welche der verbrauchernahen Versorgung dienen.

In diesen Ortsteilen ist mit Aldi lediglich ein Lebensmittelmarkt vorhanden. Aldi befindet sich in verkehrlich gut erreichbarer Lage nördlich der Kaiserslauterer Straße und kann für die knapp 2.700 Personen des Stadtviertels eine Lebensmittelversorgung gewährleisten. Insbesondere auf Grund der Leistungsstärke von Aldi, aber auch bezüglich der geringen Umsatzverluste von lediglich rd. 1 % werden die Umsatzverlagerungen zu keiner vorhabeninduzierten Beeinträchtigung des Aldi-Marktes führen.

#### Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Böllberg/ Wörmlitz

Aldi (Kaiserslauterer Straße 65)	rd. 1 %
Restliche Anbieter:	<1 %

**Fazit:** Eine negative Beeinträchtigung der Lebensmittelversorgung im Stadtviertel Böllberg/ Wörmlitz ist bezüglich der marginalen Umsatzverluste des bestehenden Lebensmittelmarktes Aldi definitiv nicht möglich.

In dem westlich des Projektstandortes liegenden Stadtviertel **SÜDSTADT** sind zwei zentrale Versorgungsbe-  
reiche ausgewiesen. Das ca. 3 km entfernt liegende Nebenzentrum Südstadt ist dabei mit fast 19.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der flächenseitig größte Angebotsstandort im Bezirk Süd.

#### Städtebaulicher Kurzcheck Nebenzentrum Südstadt

Lage	Bezirk Süd / Stadtviertel Südstadt
Einwohner Nahbereich	bis 500 m Laufweg: ca. 3.840 Ew. bis 800 m Laufweg: ca. 8.190 Ew.
Einzelhandelsfläche	ca. 19.060 m <sup>2</sup> VK
Einzelhandelsbetriebe	30 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel, Mode, Einrichtungsbedarf, Unterhaltungselektronik
Magnetbetriebe	Kaufland, Lidl, dm, AWG Mode, Woolworth, Deichmann, Reno, Medi Max



Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), Karte 54  
 Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Umsatzverluste Lebensmittelhandel	7,7 % des Bestandsumsatzes (2,62 Mio. EUR)
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	- Kaufland (Südstadtring): rd. 9 % - Lidl (Südstadtring): rd. 2 % - sonstige Lebensmittelanbieter: <1 %

Das ausgewiesene Nebenzentrum liegt verkehrsgünstig im Kreuzungsbereich der Paul-Suhr-Straße und des Südstadtrings. Beide Straßenzüge sind jeweils vierspurig ausgebaut und besitzen einen großzügigen Straßenquerschnitt. Am Standort sind im Kauflandcenter (Parkhaus) und vor den umliegenden Fachmärkten jeweils großzügig dimensionierte Parkplatzanlagen vorhanden. Somit ist für den gesamten Bereich eine sehr gute Erreichbarkeit, insbesondere für motorisierte Kunden gegeben.

Das Nebenzentrum besitzt eine optimale ÖPNV-Anbindung, da Straßenbahn- und Buslinien direkt vor dem Kauflandcenter halten. Westlich befindet sich zudem der S-Bahnhof Südstadt. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus den nördlich und östlich liegenden Wohnquartieren über ampelgeregelter Fußgängerüberwege über die vorstehend genannten, vielbefahrenen Straßenzüge direkt möglich, da sich das definierte Nebenzentrum nicht in einer siedlungsintegrierten Lage befindet.

Der Umgriff des Nebenzentrums gliedert sich (mit Ausnahme der Tankstelle) in zwei Standortbereiche. Der Hauptgeschäftsbereich umfasst das attraktive zweigeschossige Kauflandcenter, das als klassisches Einkaufscenter mit einer innenliegenden Mall konzipiert ist. Die Verbindung beider Geschosse erfolgt über einen Rollsteig. Die Erreichbarkeit des Centers ist einerseits (für Pkw-Kunden) über das angegliederte Parkhaus möglich, andererseits liegt der Hauptzugang direkt zum Südstadtring und somit in Richtung der hier befindlichen Wohnbebauung. Bezüglich der direkt angrenzenden, hoch verdichteten Wohnquartiere, die aus mehrgeschossigen Zeilenbauten bestehen, kann das Nebenzentrum trotz der südlichen Zäsur des Bahngleiskörpers auf ein hohes Konsumentenpotenzial von über 8.000 Personen zurückgreifen.

Westlich des Kauflandcenters sind in einer Agglomeration verschiedene Fachmärkte angesiedelt. Die Märkte können untereinander auf Grund der Weitläufigkeit und auch der unattraktiven Wegebeziehung zum Kauflandcenter keine direkten Austauschbeziehungen ausbilden.

Der Einzelhandel im Kauflandcenter belegt derzeit rd. 15.700 m<sup>2</sup>, so dass zuzüglich des Bestands in den angrenzenden Fachmärkten ein flächenseitig attraktives Gesamtangebot von ca. 19.000 m<sup>2</sup> vorhanden ist. Das Kauflandcenter ist durch meist großformatige Gewerbeeinheiten belegt, wobei auch kleinteilige Handelsnutzungen und Komplementäre für einen attraktiven Angebotsmix sorgen. Als Magnet fungiert das SB-Warenhaus Kaufland, das als hoch attraktiver Anbieter einzustufen ist. Weiterer, insbesondere filialisierter Handel (v.a. Textil- und Schuhanbieter, UE-Fachmarkt Medi Max) führt aus Kundensicht insgesamt zu einem leistungsfähigen und breiten Gesamtangebot, das eine hohe Strahlkraft entwickelt.

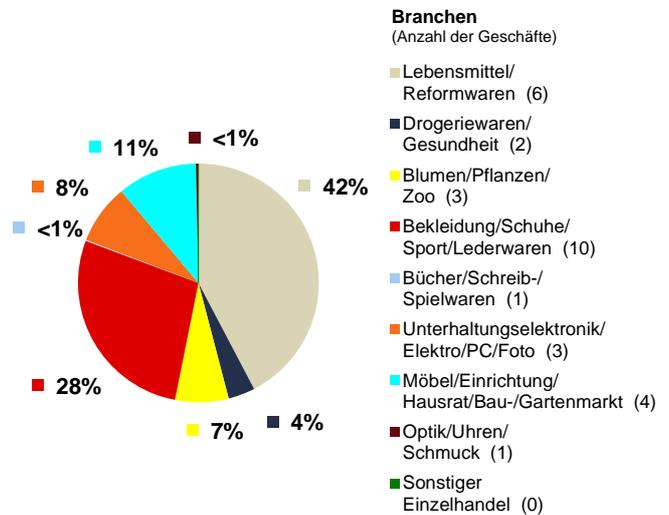
Der Handelsbestand im Kauflandcenter wird durch die angrenzenden Fachmärkte zielgerecht abgerundet. Mit einem Lebensmitteldiscounter (Lidl), einem Möbelmarkt (Dän. Bettenlager), einem Zoofachmarkt (Futterhaus) und einem Haushaltwaren-Discounter (Pfennigpfeiffer) sind weitere großformatige und kundenattraktive Anbieter vorhanden. Die Attraktivität des gesamten Nebenzentrums wird auch anhand der durchschnittlichen Geschäftsgröße deutlich, die mit rd. 630 m<sup>2</sup> VK je Anbieter aus Kundensicht auf eine hohe Leistungsfähigkeit schließen lässt.

Derzeit ist im Kauflandcenter lediglich eine Leerstandsfläche vorhanden, so dass nicht von einem strukturellen Leerstand gesprochen werden kann. Die Flächen in der westlich befindlichen Fachmarkttagglomeration sind vollständig belegt.

Der Einzelhandel in dem Nebenzentrum wird durch zahlreiche Komplementäre im Kauflandcenter und durch eine Tankstelle ergänzt. In der Mall sind vor allem verschiedene Dienstleistungs- und Kleingastromieanbieter vorhanden, während im 2. und 3. Obergeschoss u.a. Büros, Dienstleistungsbetriebe und weitere Nutzungen (Sport, Freizeit, Stadtteilbibliothek, Ärzte) vorhanden sind. Somit ist für den Bereich eine gewisse Multifunktionalität zu konstatieren.



Verkaufsflächenstruktur NZ Südstadt



Im Fazit stellt das definierte Nebenzentrum Südstadt aus Handelssicht einen kundenattraktiven Standort dar. Dies resultiert aus dem flächenseitig hohen und durch Filialisten geprägten Handelsbestand sowie dem attraktiven Sortimentsmix. Neben der sehr guten Standortqualität (Erreichbarkeit, Parken, ÖPNV) verfügt der Standort in seinem Nahbereich über ein hohes Kundenpotenzial, so dass auch auf Basis der soliden Nachfragebasis eine hohe Stabilität dieses Bereiches besteht.

Für die Lebensmittelanbieter im ausgewiesenen Nebenzentrum Südstadt sind durchschnittliche Umsatzverluste von knapp 8 % zu prognostizieren (vgl. Tab. 19). Diese Umsatzrückgänge liegen unterhalb des Schwellenwertes der Unverträglichkeit, so dass aus der Höhe dieses Wertes keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Insbesondere ist dies aus der hohen Stabilität dieser Versorgungsdestination abzuleiten, die in Bezug auf die Standortqualität (Erreichbarkeit, ÖPNV-Anbindung, Parkplätze, Fernwirkung/Sichtbarkeit, Einwohner im Nahbereich) und den Handelsbesatz (Großflächenanbieter, Filialisten, Komplementäre) eine hohe Stabilität besitzt (vgl. vorstehenden städtebaulichen Kurzcheck). Zudem sind in diesem Bereich keine städtebaulichen Vorschädigungen vorhanden.

Den Großteil der Umsatzverluste wird in dem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich das angebotsaffine SB-Warenhaus von Kaufland zu verkraften haben. Kaufland präsentiert auf rd. 7.000 m<sup>2</sup> ein attraktives Vollsortiment auf Discount-Niveau, das durch eine hohe Sortimentsbreite und –tiefe geprägt ist. Das Lebensmittelsortiment wird dabei durch eine leistungsstarke Non-Food-Abteilung ergänzt. Auf Grund der Leistungsfähigkeit besitzt Kaufland eine hohe Kundenakzeptanz und eine hohe Strahlkraft. Zudem ist Kaufland bereits seit dem Jahr 1996 an diesem Standort etabliert.

Kaufland zählt zu den leistungsstärksten Lebensmittelanbietern dieses Betriebstyps in Deutschland. Dies wird einerseits durch die große Anzahl an Filialen<sup>96</sup> deutlich, andererseits erreicht die Schwarz-Gruppe – zu der Kaufland angehört – nach der Edeka-Gruppe mit die höchste Marktdurchdringung<sup>97</sup> in Deutschland.

96 Kaufland hat mit 642 Märkten die mit Abstand höchste Anzahl an Filialen im Segment SB-Warenhaus/Verbrauchermärkte. Es folgen Marktkauf/E-Center (311 Märkte), real (303 Märkte), Famila (102 Märkte), REWE (99 Märkte), Hit (83 Märkte) und Globus mit 46 Märkten (Quelle: Statista GmbH Hamburg, Anzahl der Verkaufsstellen der führenden Betreiber von SB-Warenhäusern und großen Verbrauchermärkten in Deutschland im Jahr 2015).

97 Die Schwarz-Gruppe (Kaufland/Lidl) erzielte mit einem Marktanteil von 14,8 % zusammen mit der REWE-Gruppe (14,8 %) nach der Edeka-Gruppe (25,2 %) den höchsten Marktanteil im Lebensmittelhandel in Deutschland (Quelle: Statista GmbH Hamburg, Marktanteil der führenden Unternehmen im Lebensmittelhandel in Deutschland in 2014). Ferner erzielen die Lebensmittelmärkte der Schwarz-Gruppe mit durchschnittlich 7.030 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine deutlich überdurchschnittliche Flächenleistung (Quelle: Statista GmbH Hamburg, Bruttoumsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche der führenden Vertriebslinien im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland im Jahr 2014).

Auf Grund der hohen Leistungsfähigkeit ist abzuleiten, dass die zu erwartenden Umsatzverluste in Höhe von rd. 9 % zu verkraften sind.

Des Weiteren stellen sich die Standortvoraussetzungen für Kaufland optimal dar. Dies leitet sich aus der vorstehend beschriebenen Standortqualität des Marktes in dem Kauflandcenter ab. Neben Kaufland sorgen weitere zahlreiche Großfilialisten für eine hohe Zentralität dieses Bereiches, der sich zudem als flächenseitiger Angebotsschwerpunkt bereits langjährig im Hallenser Bezirk Süd etabliert hat. Im Fazit ist daher ein Rückzug von Kaufland nicht zu erwarten.

Die Umsatzumlenkungen des ebenfalls zur Schwarz-Gruppe gehörenden Lidl-Marktes werden bei rd. 2 % des Bestandsumsatzes liegen. Bezüglich der geringen Höhe der Umsatzverlagerungen, der optimalen Standortqualität dieses Marktes (v.a. hohes Bevölkerungspotenzial im Nahbereich, Lage an der frequentierten Zufahrtsstraße zum Kauflandcenter) und dessen Leistungsfähigkeit ist keine Absiedlung zu erwarten.

Zusammenfassend sind insbesondere auf Grund der sehr guten Standortqualität und der hohen Leistungsfähigkeit der betroffenen Lebensmittelmärkte Kaufland und Lidl ein Rückzug der beiden Anbieter aus dem zentralen Versorgungsbereich Südstadt nicht anzunehmen. Ferner wird auch der möglichen weiteren Entwicklung dieses zentralen Versorgungsbereiches<sup>98</sup> im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO nicht entgegen gewirkt, da hier bereits ein SB-Warenhaus und weiterer Lebensmittelhandel vorhanden sind. Eine flächenseitige Weiterentwicklung dieses Bereiches ist daher nicht zu erwarten, da der Lebensmittelhandel bereits mit ca. 8.100 m<sup>2</sup> rund 45 % der gesamten Verkaufsfläche dieses Bereiches einnimmt.

Neben den vorstehenden Auswirkungen auf das Nebenzentrum Südstadt sind auch die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf das Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße zu thematisieren, das rd. 2,6 km westlich des geplanten Globus-Standortes an der Dieselstraße liegt. Die städtebauliche Situation stellt sich in diesem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich wie folgt dar.

### Städtebaulicher Kurzcheck Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße

Lage	Bezirk Süd / Stadtviertel Südstadt
Einwohner Nahbereich	bis 500 m Laufweg: ca. 6.230 Ew. bis 800 m Laufweg: ca. 8.890 Ew.
Einzelhandelsfläche	ca. 1.670 m <sup>2</sup> VK
Einzelhandelsbetriebe	6 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel
Magnetbetriebe	Edeka
Umsatzverluste Lebensmittelhandel	3,7 % des Bestandsumsatzes (0,17 Mio. EUR)
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	- Edeka (Katowitzer Straße): rd. 4 % - sonstige Lebensmittelanbieter: <1 %



Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), Karte 56  
 Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Das NVZ Diesterwegstraße liegt im westlichen Bereich der Südstadt in einem verdichteten Wohngebiet. Die verkehrliche Erreichbarkeit erfolgt über die Diesterwegstraße, die eine innerörtliche Erschließungsstraße darstellt. Das Nahversorgungszentrum verfügt nur über eine eingeschränkte Parkplatzanzahl, die entlang der Diesterwegstraße – höhenversetzt zu dem Edeka-Markt – angeordnet sind. Der Standort ist somit für potenzielle Pkw-Kunden auf Grund des limitierten Stellplatzangebots weniger interessant.

98 Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre bspw. anzunehmen, wenn durch das Globus-Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren Ansiedlungsvorhabens im zentralen Versorgungsbereich gefährdet wäre.

Das Nahversorgungszentrum besitzt keine direkte ÖPNV-Anbindung. In rund 200 m Entfernung befindet sich in östlicher und westlicher Richtung je eine Bushaltestelle. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus den angrenzenden Wohnquartieren barrierefrei möglich, da das Nahversorgungszentrum direkt in die umliegende Wohnbebauung eingebettet ist. Dies wird aus der hohen Bevölkerungszahl von fast 9.000 Personen im fußläufigen Nahbereich ersichtlich.

Der Hauptgeschäftsbereich umfasst den bestehenden Edeka-Markt und eine angrenzende, kurze Geschäftszone, so dass eine kompakte Einzelhandelslage präsentiert wird. Der Einzelhandel und die Komplementäre sind auf verschiedene Gebäude verteilt, wobei die Immobilien ein gewisses optisches Aufwertungspotenzial besitzen. Ferner ist ein gewisser Modernisierungsbedarf bei der Bepflasterung und der Möblierung in diesem Bereich erkennbar. Im direkten Umfeld ist ausschließlich eine homogene Wohnbebauung mit mehrgeschossigen, größtenteils attraktiv sanierten Wohnhäusern vorhanden.

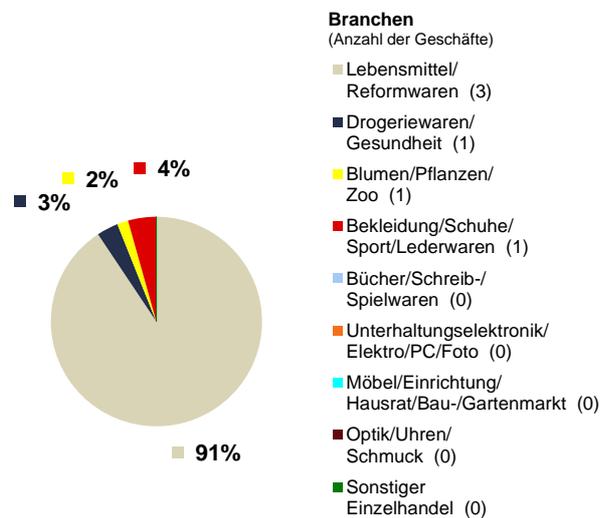
Der knapp 1.700 m<sup>2</sup> umfassende Einzelhandel wird durch den bestehenden Edeka-Markt geprägt, der auf einer konzeptkonformen Verkaufsfläche von rd. 1.500 m<sup>2</sup> ein attraktives Vollsortiment offeriert. Weiterer nahversorgungsrelevanter Einzelhandel ergänzt dieses Angebot. Im Ergebnis kann der Bereich auf Grund des geringen Einzelhandelsangebots zwar nur eine eingeschränkte Versorgung offerieren, jedoch ist insbesondere das Lebensmittelangebot als kundenattraktiv zu bewerten.

In dem Nahversorgungszentrum sind zwei größere Leerstände vorhanden, die aus dem Auszug von Schlecker und eines Getränkemarktes resultieren. Demnach bestehen für das Nahversorgungszentrum Angebotsreserven, die für eine Belegung durch Einzelhandel genutzt werden können. Weitere Potenzialflächen sind nicht vorhanden, was aus dem engen räumlichen Umgriff dieses Bereiches resultiert.

Die Komplementärfunktionen spielen für das NVZ Diesterwegstraße eine wesentliche Rolle, da insbesondere verschiedene Dienstleistungsanbieter, Kleingastronomie und auch Ärzte vorhanden sind. Als standortprägende Nutzungen fungieren eine Filiale der Sparkasse und ein Fitnessstudio.



Verkaufsflächenstruktur NVZ Diesterwegstraße



Im Fazit ist der zentrale Versorgungsbereich Diesterwegstraße als ein durchschnittlich attraktives Nahversorgungszentrum zu werten. Der eingeschränkten Standortqualität (u.a. Erreichbarkeit, Parken) steht ein hohes Bevölkerungspotenzial im fußläufigen Nahbereich gegenüber, für das ein attraktives Lebensmittelangebot bereit steht. Durch eine Aufwertung der städtebaulichen Strukturen und einer Komplettierung des Einzelhandelsbesatzes ist eine Attraktivitätssteigerung dieser kompakten Nahversorgungsanlage möglich.

Für die Lebensmittelanbieter in dem rd. 3 km westlich des Globus-Vorhabenstandortes befindlichen Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße sind Umsatzrückgänge von knapp 4 % (vgl. Tab. 19) zu prognostizieren. Der Wert der Umsatzverluste liegt mit hohem Abstand unterhalb des Schwellenwertes der Unverträglichkeit von rd. 10 %.

Die verhältnismäßig geringen Umsatzumverlagerungen sind unter dem Aspekt der Standortqualität dieses zentralen Versorgungsbereiches zu sehen. Hierbei ist insbesondere auf die Wohnbevölkerung im Nahbereich (rd. 9.000 Personen) abzustellen, die zu einer hohen und soliden Nachfrage und somit auch zur Stabilität dieses Bereiches führt. Hiervon kann insbesondere der Lebensmittelhandel profitieren, da sich eine Nachfrage nach Lebensmitteln von rd. 18,45 Mio. EUR ergibt.

Des Weiteren besitzt das ausgewiesene Nahversorgungszentrum diverse städtebauliche Möglichkeiten zur Attraktivierung, so dass perspektivisch eine Aufwertung dieses Bereiches möglich ist. Ferner bestehen auch flächenseitige Angebotsreserven (vgl. vorstehenden Kurzcheck), die bspw. auch für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Branchen (bspw. Drogeriewaren) genutzt werden können. Demzufolge ist eine Erhöhung der Attraktivität und der Stabilität dieses Bereiches definitiv möglich.

Der bestehende Edeka-Lebensmittelmarkt ist bereits langjährig Bestandteil des lokalen Lebensmittelangebots, da der Markt bereits vor dem Jahr 1989 an der Diesterwegstraße betrieben wurde. Edeka besitzt mit rd. 1.500 m<sup>2</sup> eine großzügig dimensionierte Verkaufsfläche, auf der ein attraktives Vollsortiment präsentiert wird. Die Stabilität dieses Marktes ergibt sich dabei insbesondere aus der vorstehend beschriebenen Lagequalität bzw. aus dem hohen Einwohnerpotenzial im Fußnahbereich. Hierbei ist insbesondere die siedlungsintegrierte Lage ein deutlicher Vorteil, da der Markt fußläufig aus den umliegenden, hoch verdichteten Wohnsiedlungsbereichen direkt erreichbar ist. Im Fazit ist daher zu erwarten, dass eine negative Beeinträchtigung dieses Magnetanbieters – die zu einer Absiedlung führen würde – nicht zu erwarten ist.

Neben dem Angebot in den beiden zentralen Versorgungsbereichen Südstadt und Diesterwegstraße sind weitere Lebensmittelanbieter außerhalb dieser schützenswerten Bereiche in sonstigen Lagen verortet. Hierbei handelt es sich um zwei Lebensmitteldiscounter, die in räumlicher Nähe zum Kauflandcenter am Südstadtring liegen.

#### **Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Südstadt**

Netto Marken-Discount (Amsterdamer Straße 1)	rd. 2 %
NP (Turiner Eck 2)	rd. 1 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Für Netto Marken-Discount, der sich in einem kleineren, jedoch funktionierenden Nahversorgungszentrum an der Amsterdamer Straße befindet, sind nur geringe vorhabeninduzierte Umsatzumverlagerungen von knapp 2 % zu prognostizieren. Ein Rückzug dieses Marktes ist insbesondere bezüglich der geringen Höhe nicht zu erwarten.

Gleiches trifft für den Discountmarkt von NP am Turiner Eck zu, wenngleich die baulichen Gegebenheiten bzw. das städtebauliche Umfeld dieses Marktes als unattraktiv zu bewerten sind. Andererseits besitzt NP mit rd. 1.100 m<sup>2</sup> eine attraktive und großzügig dimensionierte Verkaufsfläche.

**Fazit:** Eine negative Beeinträchtigung der beiden zentralen Versorgungsbereiche Südstadt und Diesterwegstraße ist auf Basis der vorstehenden Diskussion nicht anzunehmen. Ebenso ist ein Abbau von wohnortnaher Versorgung, die durch zwei siedlungsintegriert liegende Lebensmitteldiscounter in der Südstadt sichergestellt wird, nicht zu erwarten.

In dem Stadtviertel **GESUNDBRUNNEN**, welches nordwestlich des Globus-Projektstandortes liegt, sind keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden. Die Auswirkungen werden sich daher auf die Betrieb erstrecken, die in Nahversorgungslagen (Aldi, Lidl) bzw. an autokundenorientierten Standorten (Netto) verortet sind. Das Angebot ist hier ausschließlich durch discountlastige Lebensmittelmärkte geprägt.

**Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Gesundbrunnen**

Aldi (Beesener Straße 225)	rd. 2 %
Lidl (Böllberger Weg 26a)	rd. 1 %
Netto (Böllberger Weg 168)	rd. 1 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Insbesondere bezüglich der Entfernung variieren die Umsatzzumlenkungen der vorstehend aufgelisteten Lebensmittelmärkte. Für Aldi, dessen Markt sich an einem siedlungsintegrierten Standort direkt an der Beesener Straße befindet, werden die Umsatzverluste von rd. 2 % nicht wesentlich spürbar sein. Die guten Standortvoraussetzungen, der weitere Handel und insbesondere die zu erwartende Ansiedlung eines Drogeriemarktes (Rossmann mit rd. 700 m<sup>2</sup>) werden zu einer weiteren Stabilisierung dieser Handelslage führen.

Für die am Böllberger Weg liegenden Lebensmittelmärkte Lidl und Netto sind nur marginale Umsatzverlagerungen zu erwarten, die nicht zu einem Rückzug dieser Anbieter führen werden.

**Fazit:** Eine vorhabeninduzierte Beeinträchtigung der drei Lebensmittelmärkte im Stadtviertel Gesundbrunnen ist bezüglich der geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Das Stadtviertel **LUTHERPLATZ/THÜRINGER BAHNHOF** verfügt über ein umfängliches Lebensmittelangebot, wenngleich für dieses Stadtgebiet kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen wurde. Die Umsatzverlagerung zum Projektstandort von Globus in der Dieselstraße stellen sich wie folgt dar.

**Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Lutherplatz/Thüringer Bahnhof**

E-Center (Merseburger Straße 40)	rd. 7 %
REWE (Liebenauer Straße 64)	rd. 2 %
Netto (Liebenauer Straße 52)	rd. 2 %
Netto Marken-Discount (Beesener Straße 42)	rd. 2 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Für das E-Center auf dem ehemaligen Mafa-Gelände an der Merseburger Straße, welches Ende des Jahres 2011 eröffnet wurde, sind vergleichsweise hohe Umsatzverluste von rd. 7 % zu prognostizieren. Dies resultiert aus einer dem Globus-Projektvorhaben ähnlichen Angebotsausrichtung, da dieser Verbrauchermarkt auf rd. 3.000 m<sup>2</sup> ein vollumfassendes Lebensmittelsortiment führt. Das Lebensmittelsortiment wird dabei durch Angebote aus dem Non-Food I-Segment abgerundet.

Die Präsentation und die Warendarstellung des E-Centers sind als überdurchschnittlich attraktiv zu bewerten. Insbesondere stellen sich jedoch die Rahmenbedingungen am Standort ansprechend dar. Dies resultiert aus der denkmalgerechten Sanierung des gesamten Areals, wobei der Edeka-Markt und weitere Komplementäre mit insgesamt fast 4.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in einer ehemaligen Industriehalle etabliert wurden. Die gute Erreichbarkeit, die Anfahrbarkeit von zwei umliegenden Straßenzügen und die rd. 300 Pkw-Stellplätze sorgen für eine gute Lagequalität dieses siedlungsintegrierten Standortes.

Im Fazit der vorstehenden Standortvoraussetzungen und der hohen städtebaulichen Qualität dieser Einkaufslage ist eine Absiedlung des Ankerbetriebes Edeka mit einer hohen Sicherheit auszuschließen. Ferner ist auf die hohe Leistungsfähigkeit der Edeka-Gruppe, die mit Abstand der größte Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland ist, zu verweisen.

Für den REWE-Markt an der Liebenauer Straße, der auf rd. 1.500 m<sup>2</sup> erweitert werden soll (vgl. Pkt. 4.3), sind Umsatzverluste von rd. 2 % zu erwarten. Ein möglicher Rückzug des Anbieters ist bezüglich der geringen Höhe der Umsatzrückgänge mit einer hohen Sicherheit auszuschließen. Ferner ist davon auszugehen, dass mit der geplanten Erweiterung auch eine weitere Attraktivierung des Marktes einhergeht, so dass ein Rückzug von REWE unwahrscheinlich ist.

Ein weiterer Träger der lokalen Nahversorgung stellt der Netto-Markt an der Liebenauer Straße dar. Der moderne und attraktive Markt, dessen Angebot in der Vorkassenzone durch einen Bäcker und einen Fleischer im Frischesegment arrondiert wird, wird einen Umsatzverlust von rd. 2 % hinnehmen müssen. Ein vorhabeninduzierter Rückzug dieses Marktes ist somit nicht zu erwarten.

Gleiches trifft für Netto Marken-Discount an der Beesener Straße zu. Der Markt befindet sich im Standortverbund mit dem vorstehend erwähnten Aldi-Markt (Beesener Straße 225), so dass im Verbund mit diesem Markt und den weiteren Anbietern – auch dem geplanten Rossmann-Drogeriemarkt – eine hohe Angebotsdichte und Stabilität dieses Nahversorgungsbereiches besteht. Ein Rückzug von Netto Marken-Discount ist auch auf Basis geringen Umsatzverluste von rd. 2 % nicht realistisch.

**Fazit:** Im Ergebnis der vorstehenden Bewertung ist eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung in dem Stadtviertel Lutherplatz/Thüringer Bahnhof im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO nicht zu erwarten.

Im Stadtviertel **SÜDLICHE INNENSTADT** sind zwei Lebensmittelmärkte vorhanden, welche die wohnortnahe Versorgung der Einwohner in diesem Gebiet sicherstellen.

**Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Südliche Innenstadt**

Penny (Willi-Brandt-Straße 57)	rd. 1 %
REWE (Torstraße 38)	rd. 1 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Der Lebensmitteldiscounter Penny befindet sich westlich der Merseburger Straße im sog. ComCenter (Schulungs-/ Tagungsstätte) im Standortverbund mit einem Non-Food-Discounter (Tedi). Der Standort ist insbesondere für die Versorgung der westlich angrenzenden Wohnquartiere von Bedeutung. Für Penny ist ein kaum spürbarer Umsatzverlust von rd. 1 % seines Bestandsumsatzes zu erwarten, wobei die rechnerisch ermittelten bzw. die absoluten Werte der Umsatzverlagerungen unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,10 Mio. EUR<sup>99</sup> liegen.

Gleiches trifft auf den REWE-Markt (Super- inkl. Getränkemarkt) in der Torstraße zu, so dass hinsichtlich der marginalen Umsatzverluste beider Anbieter definitiv keine Absiedlungstendenzen erkennbar sind.

**Fazit:** Durch das Verlagerungsvorhaben von Globus ist keine negative Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung im Stadtviertel Südliche Innenstadt zu erwarten.

99 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,1 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieser Werte sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

Neben den dargestellten Umsatzverlagerungen, die von Lebensmittelmärkten aus dem Bezirk Süd zu erwarten sind, werden sich auch Verlagerungserlöse von Anbietern aus dem Bezirk Ost ergeben. Das Projektvorhaben wird auch teilweise auf die Lebensmittelmärkte im Stadtviertel **BÜSCHDORF** ausstrahlen, so dass die Auswirkungen auf die verschiedenen Lebensmittelanbieter zu prüfen sind. Der Großteil der Lebensmittelverkaufsfläche ist dabei im rd. 5 km entfernt liegenden NVZ Büschdorf verortet. Die städtebauliche Situation stellt sich wie folgt dar.

### Städtebaulicher Kurzcheck Nahversorgungszentrum Büschdorf

Lage	Bezirk Ost / Stadtviertel Büschdorf
Einwohner Nahbereich	bis 500 m Laufweg: ca. 2.030 Ew. bis 800 m Laufweg: ca. 4.010 Ew.
Einzelhandelsfläche	ca. 4.250 m <sup>2</sup> VK
Einzelhandelsbetriebe	15 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel, Drogeriewaren, Mode
Magnetbetriebe	REWE, dm
Umsatzverluste Lebensmittelhandel	1,1 % des Bestandsumsatzes (0,07 Mio. EUR)
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	- REWE (Delitzscher Straße): rd. 1 % - sonstige Lebensmittelanbieter: <1 %



Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), Karte 55  
 Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Das Nahversorgungszentrum Büschdorf liegt verkehrsgünstig an der Delitzscher Straße und ist durch die Nähe zur innerörtlichen Umgehungsstraße Europachaussee geprägt. Die Delitzscher Straße stellt einen modernen und leistungsfähigen Straßenzug dar, so dass der gesamte Bereich durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit gekennzeichnet ist. Die bestehenden Fachmärkte verfügen über eine betriebseigene, kostenfreie Parkplatzanlage.

Das Nahversorgungszentrum besitzt mit einer Straßenbahnhaltestelle eine direkte ÖPNV-Anbindung. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohnquartieren direkt möglich, wenngleich die Delitzscher Straße bezüglich der hohen Fahrzeugfrequenzen eine gewisse Barriere darstellt. Der Fußgängerweg ist mit einem separaten Fahrradstreifen versehen.

Den Hauptgeschäftsbereich des Nahversorgungszentrums bilden die Fachmärkte der sog. Büschdorfer Mitte. Diese Funktionsbauten besitzen eine moderne Architektursprache und verfügen über eine vorgelagerte, großzügig dimensionierte Parkplatzanlage. Westlich der Büschdorfer Mitte liegen ein mehretagiges Bürohaus und ein Wohn- und Geschäftshaus („Götzehaus“). Östlich schließt sich nach einem Grünstreifen eine Seniorenwohnanlage an. Das weitere Umfeld ist durch moderne Wohnbebauung mit ein- bis zweigeschossigen, meist freistehenden Stadthäusern geprägt, so dass für den Standort eine gewisse Siedlungsverdichtung zu erkennen ist.

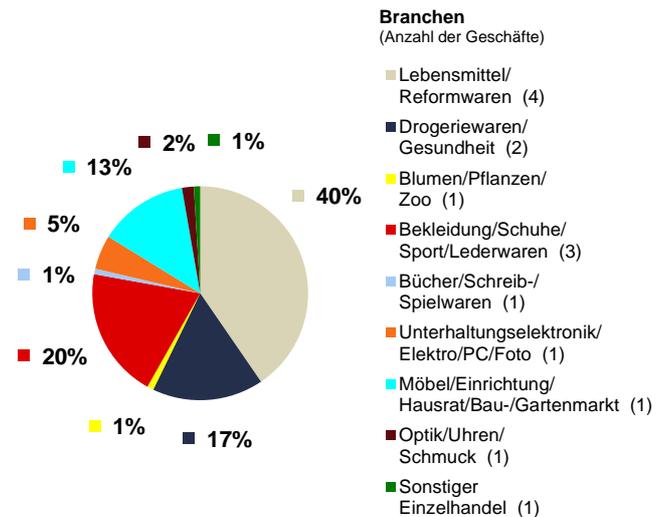
Der Einzelhandel in dem Nahversorgungszentrum besitzt mit einer Verkaufsfläche von rd. 4.300 m<sup>2</sup> einen flächenseitig attraktiven Bestand. Das Hauptangebot von knapp 4.000 m<sup>2</sup> ist in der Büschdorfer Mitte verortet. In der Seniorenwohnanlage sind ausschließlich vereinzelte kleinformatische Geschäfte vorhanden, gleiches trifft für das Götzehaus zu. Die Branchendifferenzierung der 15 Einzelhandelsgeschäfte zeigt funktionsgerecht eine Fokussierung auf nahversorgungsrelevante Sortimente, deren Angebot u.a. durch zwei Textilmärkte und einen Haushaltwaren-Discounter arrondiert wird. Weitere kleinformatische Händler stellen eine attraktive Angebotsergänzung dar. Auf Grund der vorhandenen Magnetbetriebe besitzt der Bereich – insbesondere die sog. Büschdorfer Mitte – eine große Attraktivität, so dass eine umfängliche Nahversorgung für die umliegenden Wohnquartiere präsentiert werden kann.

In der Seniorenwohnanlage und dem Götzehaus ist derzeit je ein kleinteiliger Leerstand vorhanden. In dem räumlichen Umgriff des Nahversorgungszentrum sind keine weiteren Potenzialflächen erkennbar, wobei eine Ausweitung dieses Bereiches auf Grund des derzeit umfänglichen und ausreichenden Handelsangebots nicht notwendig erscheint.

Der Einzelhandelsbesatz wird durch zahlreiche Komplementäre (v.a. Dienstleistungsanbieter) ergänzt, die im Götzehaus, insbesondere aber in der Seniorenwohnanlage verortet und maßgeblich auf diese Bewohner ausgerichtet sind.



Verkaufsflächenstruktur NVZ Büschdorf



Im Fazit hat sich das Nahversorgungszentrum durch die modernen, fachmarkttypischen Gebäudestrukturen und den leistungsfähigen Einzelhandel als eine kundenattraktive Versorgungsdestination etabliert und kann eine umfängliche Stadtteilversorgung wahrnehmen. Die sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, die direkte ÖPNV-Anbindung und die hohe Einwohnerzahl im Nahbereich bedingen eine hohe Stabilität dieses zentralen Versorgungsbereiches.

Für die Lebensmittelanbieter in dem rd. 5 km nordöstlich des Globus-Projektstandortes ausgewiesenen Nahversorgungszentrums Büschdorf sind durchschnittliche Umsatzrückgänge von rd. 1 % zu erwarten. Der Wert der Umsatzverluste liegt mit einem hohen Sicherheitsabstand unterhalb des Schwellenwertes der Unverträglichkeit von rd. 10 %. Die nur marginalen Umsatzrückgänge sind vor allem unter dem Aspekt der guten Standortqualität dieses zentralen Versorgungsbereiches, insbesondere der hohen Attraktivität und Stabilität des Teilbereiches Büschdorfer Mitte zu sehen. Dies resultiert aus dem attraktiven Handelsangebot, das vorwiegend durch großformatige Filialisten geprägt wird (vgl. vorstehenden Kurzcheck).

Der bestehende REWE-Markt wird die zu erwartenden Umsatzverluste problemlos verkraften können, da diese unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR liegen werden. REWE verfügt über einen attraktiven und modernen Supermarkt, der auf einer konzeptkonformen Verkaufsfläche rd. 1.500 m<sup>2</sup> ein attraktives und leistungsfähiges Vollsortiment offeriert. Ferner handelt es sich bei REWE um einen bundesweit agierenden Großfilialisten, der eine hohe Marktstärke und Leistungsfähigkeit besitzt.

**Fazit:** Auf Grund der geringen absatzwirtschaftlichen Beeinträchtigung des Magnetanbieters REWE, der den einzigen Lebensmittelmarkt im Stadtviertel Büschdorf darstellt, sind keine negativen Auswirkungen auf das Nahversorgungszentrum Büschdorf zu erwarten. Insbesondere ist ein Rückzug von REWE mit großer Sicherheit auszuschließen.

Im Stadtviertel **KANENA/ BRUCKDORF** ist mit Aldi ein Lebensmittelmarkt vorhanden, der im Einkaufszentrum HEP verortet ist.

**Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Kanena/ Bruckdorf**

Aldi (Leipziger Chaussee 147)	rd. 2 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Für den Discounter Aldi sind Umsatzrückgänge von rd. 2 % zu prognostizieren. Diese Ertragsverluste resultieren aus dem Rückzug des Globus-Marktes, so dass mit einer gewissen Reduzierung der Kundenfrequenz bzw. mit einer teilweisen Verlagerung der Kundenströme zum Projektstandort Dieselstraße zu rechnen ist. Die Umsatzrückgänge werden definitiv nicht zu einem Rückzug von Aldi führen, da der Anbieter auf hohe Kopplungen und Synergien zu den anderen im HEP befindlichen Handelsbetrieben zurückgreifen kann. Ferner generieren die Anbieter des HEP bezüglich der Agglomerationseffekte aller Anbieter ein großes Einzugsgebiet.

**Fazit:** Für den Aldi-Markt im HEP sind keine negativen Auswirkungen zu erwarten, wenngleich der Markt auf Grund seiner dezentralen Lage nicht auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet ist.

In den restlichen Stadtvierteln, die in der Zone I des Projektvorhabens liegen (d.h. die Stadtviertel Freimfelde/ Kanenaer Weg, Gebiet, der DR, Dieselstraße), sind keine Lebensmittelmärkte vorhanden. Demzufolge sind naturgemäß keine negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in diesen Gebieten zu erwarten.

Für die zentralen Versorgungsbereiche im **Einzugsgebiet der Zone II** sind absatzwirtschaftliche Auswirkungen von jeweils unter 1 % der Bestandumsätze in diesen Bereichen zu erwarten (vgl. Tab. 19). Demnach sind städtebauliche Auswirkungen auf diese Bereiche mit großer Sicherheit auszuschließen. Die geringen monetären Beeinträchtigungen resultieren insbesondere aus der rückläufigen Marktdurchdringung des Globus-Marktes. Diese sind auf die steigenden Distanzen zum Erreichen des Vorhabenstandortes in der Dieselstraße aus diesen Gebieten und den wachsenden Markteinfluss von angebotsaffinen Märkten und auch anderen Lebensmittelmärkten abzuleiten. Die prognostizierten Umsatzrückgänge werden somit insbesondere einzelbetrieblich nicht zu einer Absiedlung von strukturprägenden Lebensmittelmärkten führen. Dies ist auch für einzelne Märkte zu erwarten, so dass eine negative Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auszuschließen ist.

Die gleiche Einschätzung trifft auch auf die Anbieter im **überörtlichen Einzugsgebiet** des Globus-Marktes zu (vgl. Karte 11). Da sich die Einkaufsbeziehungen zu diesen Orten seitens des Globus-Marktes bereits durch dessen langjährige Existenz in Halle herausgebildet haben, ist eine wesentlich höhere Marktdurchdringung von Globus nicht zu erwarten. Dies resultiert einerseits aus der verminderten Verkaufsfläche des Globus-Marktes (vgl. Tab. 1), andererseits kann Globus nicht mehr von den Agglomerationseffekten und Synergien zu den anderen Einzelhandelsbetrieben des HEP profitieren. Demnach ist nicht von einer wesentlichen erhöhten Marktdurchdringung des Globus-Marktes in seinem überörtlichen Einzugsgebiet auszugehen. Die zu erwartenden Umsatzverluste auf die Lebensmittelmärkte in Petersberg, Schkopau und Kabelsketal (vgl. Pkt. 4.4) werden mit 0,6 % des Bestandumsatzes keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf diese Anbieter auslösen. Insbesondere der absolute Wert der Umsatzrückgänge, der über alle Betriebe verteilt bei 0,10 Mio. EUR liegen wird (vgl. Tab. 19), wird einzelbetrieblich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze ausfallen. Die Umsatzverlagerungen der einzelnen Lebensmittelmärkte werden somit nicht spürbar werden und liegen im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzschwankung im Lebensmittelhandel.

Die gleiche Einschätzung trifft auf das SB-Warenhaus von real in Landsberg (OT Peißen) zu, das außerhalb des Einzugsbereiches des projektierten Globus-Marktes liegt. Die Umsatzabflüsse von diesem Markt, der

zudem flächenseitig deutlich größer als der projektrelevante Globus-Markt ausfällt,<sup>100</sup> liegen unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze.

Die vorstehenden Berechnungen wurden unter der Prämisse erstellt, dass die bestehende Globus-Lebensmittelverkaufsfläche im HEP durch einen (fiktiven) **neuen Lebensmittelmarkt** nachbelegt wird. Gemäß der Modellrechnung steht zu erwarten, dass nach dem dargestellten Umsatzabzug für den Bereich Food/Non-Food I ein Umsatzpotenzial von rd. 10 Mio. EUR verbleibt, dass von einem Lebensmittelsupermarkt bzw. –verbrauchermarkt am Standort HEP gebunden werden kann. Demzufolge kann zwar die gesamte Verkaufsfläche von rd. 9.300 m<sup>2</sup> nicht wirtschaftlich tragfähig gestaltet werden, jedoch ist die Belegung einer Teilfläche mit einem Lebensmittelkonzept durchaus möglich.<sup>101</sup>

Sollte eine dementsprechende Ansiedlung jedoch nicht erfolgen, werden sich die vorstehend ausgewiesenen Umsatzverluste auf die Bestandsanbieter in Halle deutlich reduzieren. Dies ergibt sich aus dem Fakt, dass in diesem Fall die kompletten Umsätze des Globus-Marktes an den neuen Standort Dieselstraße mit übernommen bzw. verlagert werden. Demnach wären für die Bestandsanbieter lediglich geringe Umsatzverluste zu konstatieren, die sich aus dem Mehrumsatz des Globus-Marktes an dem neuen Standort ergeben würden.

---

<sup>100</sup> Das SB-Warenhaus von real im Halle-Center in Peißen besitzt eine Fläche von rd. 9.500 m<sup>2</sup>. Hierzu addiert sich die Verkaufsfläche eines separat liegenden Getränkemarktes von rd. 750 m<sup>2</sup>.

<sup>101</sup> Eine vollständige Belegung der Bestandsfläche von rd. 9.300 m<sup>2</sup> ist nicht realistisch. Dies ist einerseits aus der betreiberseitig eingeschränkten Nachfrage abzuleiten, da für diese Flächen lediglich eine äußerst eingeschränkte Auswahl an potenziellen Nutzern besteht. Ferner ist insbesondere eine Nachbelegung des Obergeschosses nicht realistisch, da Betreiber von Lebensmittelmärkten i.d.R. lediglich die Erdgeschossfläche nutzen.

### 5.4.3. Städtebauliche Auswirkungen des Verlagerungsvorhabens (Non-Food II)

Die Umsatzprognose der Non-Food II-Sortimente beträgt für das Globus SB-Warenhaus rd. 7,30 Mio. EUR p.a. (vgl. Tab. 16). Nach Abzug möglicher Streuumsätze, die von außerhalb des Einzugsgebietes zufließen werden, ist mit einem umverteilungsrelevanten Umsatz von rd. 7,02 Mio. EUR zu rechnen (vgl. Tab. 18).

Gemäß der bereits dargestellten Methodik (vgl. Pkt. 5.4.1) wurde ermittelt, wie sich die Umsätze auf einzelne Handelsbetriebe in Halle auswirken werden. Hierzu wurden in der folgenden Tabelle die bestehenden Anbieter berücksichtigt, deren Kern- bzw. auch maßgebliches Randsortiment zu den jeweiligen projektrelevanten Warengruppen des Non-Food II (vgl. Tab. 1) zählt.

Zur Ermittlung der Umsatzverlagerungen wurden die jeweils betroffenen Handelsbetriebe den einzelnen Lagen zugeordnet, wobei eine Differenzierung nach zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Lagen vorgenommen wurde. Folgende Tabelle stellt die **lagebezogenen Umsatzumlenkungsquoten** der Non-Food II-Sortimente dar.

**Tabelle 20: Prognostizierte Umsatzumlenkungen (Non-Food II) des Globus-Warenhauses**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Südstadt (NZ)	23,24	0,21	0,9
Ammendorf (NVZ)	0,58	0,01	n.n.
Vogelweide (NVZ)	0,22	<0,01	n.n.
Silberhöhe (NVZ)	0,44	<0,01	n.n.
Diesterwegstraße (NVZ)	0,28	<0,01	n.n.
Büschdorf (NVZ)	2,41	<0,01	n.n.
Altstadt (HZ)	166,48	0,40	0,2
Neustadt (NZ)	37,06	0,05	0,1
Reileck (NVZ)	3,39	<0,01	n.n.
Hubertusplatz (NVZ)	0,00	0,00	0,0
Heide-Nord (NVZ)	2,37	<0,01	n.n.
Sonstige Lagen (außerhalb zVB)	104,02	6,29	6,0
<b>Gesamt</b>	<b>340,49</b>	<b>7,02</b>	<b>2,1</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar

Die höchsten Umsatzverluste, die durch die Verlagerung des Globus-Marktes im Segment des Non-Food II entstehen werden, wird der Standort **Hallescher Einkaufspark** zu verkraften haben. Dies resultiert aus der Umsatzverdrängung des projektierten Globus-Marktes gegenüber einem dort bestehenden (fiktiven) Anbieter bzw. der „Umsatzmitnahme“ dieses Marktes an den Standort Dieselstraße.

Wie bereits bei den Auswirkungen des Food/ Non-Food I-Segments diskutiert (vgl. Seite 54 ff), werden die Umsatzverlagerungen von diesem städtebaulich nicht-schützenswerten Standort den Betrieb eines SB-Warenhauses in der aktuellen Größe nicht mehr zulassen. Die Wiederansiedlung eines flächenseitig kleineren Lebensmittelmarktes mit einer eingeschränkten Non-Food II-Abteilung ist jedoch prinzipiell möglich.

Grundsätzlich ist in dem Non-Food II-Bereich **kein Verlust der Versorgungsfunktion des HEP** zu erwarten, da zahlreiche weitere Anbieter unterschiedlichster Branchen diese Absiedlung auffangen können. So ist

in allen Bereichen mindestens ein Anbieter<sup>102</sup> vorhanden, so dass die vormalige Versorgungsfunktion des SB-Warenhauses durch diverse Fachmärkte und Fachgeschäfte im HEP problemlos übernommen werden kann.

Die Umsatzverluste der **zentralen Versorgungsbereiche** werden nur marginal ausfallen. Mit Ausnahme des Nebenzentrums Südstadt liegen die Umsatzrückgänge deutlich unter einem Prozent bzw. sind rechnerisch nicht nachweisbar. Grundsätzlich sind daher mit der Verlagerung des Globus SB-Warenhauses funktions-schädigende Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen, insbesondere in zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen.

Die marginalen monetären Auswirkungen, die definitiv nicht in städtebauliche negative Auswirkungen umschlagen werden, sind auch unter dem Aspekt der deutlichen Verkleinerung der Verkaufsfläche der Non-Food II-Sortimente zu sehen. Diese Fläche wird gegenüber der derzeitigen Bestandsfläche im HEP (rd. 4.120 m<sup>2</sup>) um rd. 870 m<sup>2</sup> verringert (vgl. Tab. 1). Eine negative Beeinträchtigung bestehender Anbieter ist somit auch unter diesem Aspekt nicht realistisch.

Für die bestehenden Anbieter im **überörtlichen Einzugsgebiet** werden die Umsatzverluste im Non-Food II-Bereich ebenfalls unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Insbesondere sind einzelbetriebliche Umsatzrückgänge bezüglich der nur marginalen Höhe der Beeinträchtigung nicht nachweisbar, so dass negative Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen in dem Einzugsgebiet ausgeschlossen werden können.

**Fazit:** Mögliche negative absatzwirtschaftliche Auswirkungen, die von den Sortimenten des Non-Food II ausgehen könnten, sind mit einer hohen Sicherheit auszuschließen. Dies resultiert auch sachlogisch aus der Verkleinerung der Verkaufsfläche für diese Artikelgruppe, die flächenseitig um rd. 21 % gegenüber der aktuellen Bestandsfläche des Globus-Marktes im HEP verringert wird.

---

<sup>102</sup> Im HEP bzw. im direkten Umfeld sind allein über 50 Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von rd. 25.000 m<sup>2</sup> vorhanden, die ein vollumfängliches und allumfassendes Einzelhandelsangebot offerieren.

#### 5.4.4. Städtebauliche Auswirkungen der geplanten Handelsnutzungen in der Shopzone

In der Vorkassenzone bzw. der Shop-Zone des geplanten SB-Warenhauses sind neben Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben weitere **kleinteilige Einzelhandelsbetriebe** geplant. Hierbei handelt es sich um die „klassischen“ Anbieter, die meist den nahversorgungsrelevanten Branchen (bspw. Lebensmittel (Fleischer, Bäcker), Blumen, Zeitungen/Zeitschriften/Tabakwaren, Apotheke) oder z.T. auch sonstigen Branchen (Telefonie/ Telekommunikationsgeräte) zuzuordnen sind. Grundsätzlich handelt es sich um Angebote aus dem Bereich der zentrenrelevanten Sortimente.<sup>103</sup>

Die geplanten Branchen stellen in ihrer jeweiligen Größe kein eigenes bzw. standortprägendes Angebot (wie bspw. in einem Shoppingcenter) dar, sondern runden lediglich das Angebot des Hauptbetriebes, d.h. des SB-Warenhauses ab. Dies wird auch in dem Flächenanteil der vorstehend genannten Branchen deutlich, der mit rd. 5 % deutlich unterhalb der Gesamtverkaufsfläche von rd. 9.170 m<sup>2</sup> liegt. Somit ist die Fläche der Shop-Zone wesentlich der Gesamtfläche untergeordnet.

Grundsätzlich entfalten die geplanten kleinteiligen Nutzungen keine eigene Anziehungskraft, sondern rekrutieren ihre Kundschaft aus den induzierten Frequenzen des SB-Warenhauses. Somit prägen diese Anbieter auch kein eigenes Einzugsgebiet aus, sondern „leben“ lediglich von der bestehenden Kundschaft des Ankerbetriebes Globus.

Für die einzelnen geplanten Vorhaben existiert noch kein Belegungsplan, so dass auch eine konkrete Flächenangabe nicht möglich ist. Für die Untersuchung wurden die üblichen Verkaufsflächen der genannten Konzepte angesetzt.

**Tabelle 21: Plan-Flächen und Umsatz der Shop-Zone des Globus-Marktes in der Dieselstraße**

	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Raumleistung TEUR/m <sup>2</sup>	Umsatzprognose Mio. EUR
Apotheke	250	7,0	1,75
Zeitungen/Zeitschriften/Tabakwaren	100	5,0	0,50
Mobilfunk-/ Handyshop	50	6,5	0,33
Blumen	100	3,5	0,35
<b>Gesamt</b>	<b>500</b>		<b>2,93</b>

Quelle: Globus / BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Anmerkung: Der geplante Bäcker und Fleischer wurden bereits bei der vorstehende Auswirkungsanalyse mit berücksichtigt, da die Auswirkungen mit zu den Planumsätzen des Globus-Marktes hinzugerechnet wurden.

Die **Umsatzschätzung** für die einzelnen kleinformatischen Handelsbetriebe wird auf Basis einer branchenüblichen Raumleistung für den jeweiligen Betriebstyp vorgenommen. In Summe ist mit jährlichen Erlösen von rd. 2,9 Mio.EUR zu rechnen, wobei der Großteil der jährlichen Umsätze von der geplanten Apotheke generiert wird.

Da die vorstehenden Anbieter kein eigenes Einzugsgebiet ausprägen, ergeben sich die Umsätze der genannten Betriebe aus dem Konsumentenpotenzial des Globus SB-Warenhauses. Da der Globus-Markt ein gesamtstädtisches Einzugsgebiet erschließt, wurden die Planumsätze der einzelnen Handelsbetriebe den branchenbezogenen Bestandsumsätzen der Stadt Halle gegenübergestellt. Die Erhebung des Angebots wurde dabei im Rahmen der gesamtstädtischen Verkaufsflächenanalyse durchgeführt (vgl. Pkt. 3), so dass alle relevanten Angebotsbetriebe der Stadt Halle erfasst wurden.

<sup>103</sup> vgl. „Hallesche Sortimentsliste“ im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013.

Es errechnen sich die jeweiligen **Umsatzumlenkungen**, die durch die einzelnen Ansiedlungsvorhaben zum Projektstandort Dieselstraße erzeugt werden. Nachstehend werden diese Werte tabellarisch zusammengefasst dargestellt.

**Tabelle 22: Prognostizierte Umsatzumlenkungen der kleinformatischen Anbieter in der Shop-Zone**

	Bestandsumsatz Halle		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Apotheke	134,39	1,75		<b>1,3</b>
Zeitungen/Zeitschriften/Tabakwaren	21,31	0,50		<b>2,3</b>
Mobilfunk-/ Handyshop	11,23	0,33		<b>2,9</b>
Blumen	13,39	0,35		<b>2,6</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der vorstehenden Gegenüberstellung der zu erwartenden Umsätze der kleinformatischen Ansiedlungsvorhaben im Verhältnis zu den erzielten Umsätzen innerhalb der Stadt Halle wird deutlich, dass die einzelnen Shops jeweils nur geringe Umsatzverluste induzieren können.

Eine einzelbetriebliche Ausweisung der jeweiligen monetären Auswirkungen ist nicht möglich, da alle induzierten Umsatzverlagerungen jeweils unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,10 Mio. EUR<sup>104</sup> liegen. Dies resultiert aus dem geringen Gesamtumsatz des jeweiligen Shops, so dass die Auswirkungen mit Hilfe der prognostischen Marktforschung nicht sicher berechnet werden können.

Grundsätzlich sind somit bei diesen kleinformatischen Ansiedlungsvorhaben keinerlei schädliche Auswirkungen auf andere Betriebe nachweisbar. Die berechneten Umsatzverluste verteilen sich zudem auf zahlreiche Betriebe innerhalb des Hallenser Stadtgebietes, so dass einzelbetrieblich keine spürbaren Ertragsausfälle für die jeweiligen Anbieter zu erwarten sind. Ferner besitzen diese kleinteiligen Anbieter – sofern diese in einem zentralen Versorgungsbereich verortet sind – keine Magnetfunktion diesen Bereich.

**Fazit:** Zusammenfassend sind negative Auswirkungen der einzelnen kleinteiligen Anbieter der Shop-Zone<sup>105</sup> des projektierten Vorhabens auf das bestehende Angebot in Halle auszuschließen. Dies ist insbesondere

- aus dem geringen Verkaufsflächenanteil der Shops im Verhältnis zur geplanten Gesamtfläche,
- der fehlenden Anziehungskraft dieser einzelnen kleinteiligen Anbieter,
- dem Nichtvorhandensein eines eigenen Einzugsgebietes, sondern aus der Partizipation vom Kundenpotenzial des SB-Warenhauses,
- der Arrondierungsfunktion für das Sortiment des SB-Warenhauses und
- der breiten Streuung des Kundenpotenzials

abzuleiten. Aus den vorstehenden Gründen sind negative städtebauliche Auswirkungen auf die bestehenden Angebots- und Nutzungsstrukturen bei der geplanten Fläche von maximal 500 m<sup>2</sup> VK mit großer Sicherheit auszuschließen.

<sup>104</sup> Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe nicht mehr nachweisbar (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieser Werte sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

<sup>105</sup> Die kleinteiligen Nutzungen in der Shop-Zone, die durch ein Lebensmittelsortiment (Bäcker, Fleischer) belegt werden, wurden bereits bei der Auswirkungsanalyse des SB-Warenhauses (vgl. Tab. 18) mit berücksichtigt.

## 5.5. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens

Für das Projektvorhaben ist die Aufstellung eines Bebauungsplanes mit Festsetzung für ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO geplant. Bei einer Sondergebietsausweisung sind die Ziele und Grundsätze der Raumordnung zu beachten. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen zu berücksichtigen sind, d.h. diese können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.<sup>106</sup>

Die Ziele sind im Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt<sup>107</sup> und im nachgeordneten Regionalplan für die Planungsregion Halle<sup>108</sup> verbindlich geregelt. Nachfolgend wird die Kompatibilität des Vorhabens nur mit den Maßgaben der Landesplanung geprüft, da die wesentlichen Aussagen im Regionalplan mit dem Landesentwicklungsplan deckungsgleich sind.

**Ziel 46: „Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden.“**

Die Stadt Halle (Saale) ist in der Landesplanung als Oberzentrum<sup>109</sup> ausgewiesen. Demnach ist hier ein großflächiges Einzelhandelsprojekt grundsätzlich zulässig, sodass das im LEP formulierte Konzentrationsgebot eingehalten wird.

**Ziel 47: „Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.“**

Der Kerneinzugsbereich des geplanten SB-Warenhauses umfasst die Stadt Halle und umliegende Orte. Demnach liegt das Einzugsgebiet des Projektvorhabens innerhalb des sog. Verdichtungsraums bzw. den Verdichtungsraum umgebenden Raum (vgl. Karte 1). Somit orientiert sich das Vorhaben dem landesplanerisch skizzierten Verflechtungsbereich.

Eine Überschreitung bzw. Ausweitung des Einzugsgebietes des geplanten SB-Warenhauses ist heute und auch zukünftig nicht realistisch. Dies leitet sich aus der Standortqualität (integrierte Lage innerhalb des Stadtgebietes), den steigenden Erreichbarkeitsdistanzen von außerhalb des Einzugsgebiets und aus dem bestehenden Wettbewerb in Halle und in umliegenden Städten ab. Ferner sind an dem Standort keine weiteren großflächigen Einzelhandelsbetriebe (wie bspw. am Standort HEP) vorhanden, so dass für das Globus SB-Warenhaus nicht mit Kopplungen oder Agglomerationseffekten zu rechnen ist.<sup>110</sup> Demnach wird das zentralörtlich abgestufte Versorgungssystem der Region durch die geplante Verlagerung des SB-Warenhauses nicht beeinträchtigt, so dass das im LEP beschriebene Kongruenzgebot nicht beeinträchtigt wird.

**Ziel 48: „Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte**

- 1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,**
- 2. sind städtebaulich zu integrieren,**
- 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,**

<sup>106</sup> vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

<sup>107</sup> Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Pkt. 2.3.

<sup>108</sup> Regionale Planungsgemeinschaft Halle, Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle 2010.

<sup>109</sup> Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Z 33.

<sup>110</sup> Mögliche Agglomerationseffekte würde sich bspw. bei großformatigen Fachmärkten (z.B. der Branchen Textilien, Schuhe, Unterhaltungselektronik) ergeben. Die umliegenden Handelsbetriebe (Fressnapf, Netto Marken-Discount) können für Globus keine Kundenzuführeffekte erzeugen.

4. ***sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,***
5. ***dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.“***

zu 1:

Wie vorstehend erläutert, orientiert sich der betriebliche Einzugsbereich des geplanten Vorhabens an dem räumlichen Umgriff der Stadt Halle bzw. an dem umliegenden Verdichtungsbereich des Oberzentrums.

zu 2:

Der Planstandort befindet sich in einer integrierten Lage. Dies ist abzuleiten, da der Standort

- räumlich zu einem Siedlungsschwerpunkt liegt bzw. sich am Rande eines Bebauungszusammenhangs befindet,
- für die umliegende Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbar ist,
- über wesentliche Wohnanteile im Nahbereich verfügt und
- einen direkten und qualifizierten ÖPNV-Anschluss besitzt.

zu 3:

Von dem Projektvorhaben sind keine negativen Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten, da eine Absiedlung von Handelsbetrieben, die der verbrauchernahen Versorgung dienen, nicht zu erwarten ist. Selbst wenn sich im direkten Umfeld des projektierten SB-Warenhauses einer der bestehenden Märkte von seinem Standort absiedeln würde, so kann der Globus-Markt diese Versorgungsfunktion übernehmen und auf einer deutlich höheren Qualitätsstufe langfristig sicherstellen.

Der Rückzug des SB-Warenhauses von seinem derzeitigen Standort HEP wird nicht zu einer Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung führen, da das HEP bezüglich seiner dezentralen und autokundenorientierten Lage eindeutig nicht der verbrauchernahen Versorgung dient. Dies wird insbesondere bei der Betrachtung der Bevölkerungszahl im fußläufigen Umfeld des HEP deutlich, da hier fast keine Mantelbevölkerung vorhanden ist. Ferner kann der im HEP bestehende Aldi-Markt die Lebensmittelversorgung weiterhin darstellen, so dass dieses Sortiment nicht vollständig aus dem HEP abgesiedelt wird.

zu 4:

Der Standort an der Dieselstraße besitzt eine direkte ÖPNV-Anbindung, die durch eine Bushaltestelle direkt vor dem Vorhabengrundstück dargestellt wird. Die Haltestelle wird während der Hauptverkehrszeiten in einer regelmäßigen Taktung bedient, so dass ein qualifizierter ÖPNV-Anschluss vorhanden ist.

Im Kreuzungsbereich Merseburger Straße / Dieselstraße, der knapp 500 m von dem Projektstandort entfernt liegt, besteht ein weiterer ÖPNV-Anschluss. Hier verkehren zwei Straßenbahnlinien, so dass der Standort im näheren Umfeld ebenfalls eine Straßenbahnanbindung besitzt.

Die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes ist aus der Umgebung möglich, da eine direkte Anbindung bzw. eine Wegebeziehung durch einen modernen Fußweg entlang der Dieselstraße besteht. Dieser Weg ist beidseitig als kombinierter Fuß-/ Fahrradweg ausgebaut, so dass der Projektstandort ebenfalls problemlos mit dem Fahrrad erreichbar ist.

zu 5:

Durch den auftretenden Kunden- und Logistikverkehr werden keine unverträglichen Belastungen hervorgerufen. Hierzu ist auf eine verkehrliche Untersuchung zu verweisen.

Die folgenden **Ziele 49 und 50** treffen für das Projektvorhaben nicht zu. Hier werden Aussagen zur Erweiterung und zur Nutzungsänderung bestehender Sondergebiete getroffen, die im vorliegenden Fall nicht relevant sind, da es sich um eine Neuausweisung eines Sondergebietes handelt.

Das **Ziel 51** ist für das Projektvorhaben ebenfalls nicht relevant, da das gesamte Ansiedlungsvorhaben in Summe als ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb bzw. ein Einkaufszentrum (im rechtlichen Sinne) betrachtet wird. Im vorliegenden Fall ist die Unterbringung des Projektvorhabens in einem Sondergebiet im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO geplant.

**Fazit:** Für das Planvorhaben ist eine Kompatibilität mit den Zielen des Landesentwicklungsplans 2010 des Landes Sachsen-Anhalt gegeben. Das Vorhaben hält die im Landesentwicklungsplan relevanten Zielvorgaben (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot) ein. In Bezug auf das Integrationsgebot ist zu konstatieren, dass es sich zwar um einen integrierten Standort handelt, der jedoch nicht innerhalb eines Wohnsiedlungsbereiches verortet ist.

## 6. Zusammenfassung

Nachfolgend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an den Standort Dieselstraße resultieren können, zusammengefasst.

- Die Firma Globus betreibt langjährig im **Halleschen Einkaufspark (HEP)** an der Leipziger Chaussee ein zweigeschossiges SB-Warenhaus mit einer Verkaufsfläche von rd. 9.320 m<sup>2</sup>. Die flächenseitigen Möglichkeiten zur Weiterentwicklung sind für Globus im HEP als eingeschränkt zu bewerten, da sich notwendige Bereiche wie eine Backwaren- und Fleischereiabteilung (Produktion) oder ein betriebseigenes SB-Restaurant bezüglich der eingeschränkten baulichen Gegebenheiten nicht entwickeln lassen. Da sich Globus zu dem Standort Halle bekennt, soll das SB-Warenhaus an den naheliegenden Standort Dieselstraße im Stadtviertel Damaschkestraße (Bezirk Süd) verlagert werden.
- Auf dem Projektareal, das eine Grundstücksgröße von rd. 90.000 m<sup>2</sup> besitzt, befindet sich derzeit u.a. ein leerstehender Baumarkt (Hela), der im Zuge der Projektentwicklung durch den Neubau des SB-Warenhauses ersetzt werden soll. Die **Verkaufsfläche des SB-Warenhauses** (rd. 8.570 m<sup>2</sup>) wird dabei um rd. 750 m<sup>2</sup> gegenüber der jetzigen Fläche im HEP verringert.
- In der Shopzone (Vorkassenzone) des Globus-Marktes werden weitere Flächen entwickelt. Für **kleinformatige Einzelhandelsbetriebe** (u.a. Bäcker, Fleischer, Apotheke, Zeitschriften-/ Lotto-Toto/ Tabakwaren-Laden, Mobilfunkshop, Blumenladen) ist eine Verkaufsfläche von rd. 600 m<sup>2</sup> geplant. Bei den sonstigen bzw. einzelhandelsfremden Nutzungen von rd. 900 m<sup>2</sup> sollen verschiedene Dienstleistungsangebote (bspw. Reinigung, Post, Finanzdienstleistungen, Schlüsseldienst, Reisebüro) und eine betriebseigene Gastronomie errichtet werden.
- Das **Vorhabengrundstück** an der Dieselstraße wird u.a. durch diverse brachliegende Gewerbeimmobilien belegt. Hierbei handelt es sich u.a. um einen Baumarkt und verschiedene Lagergebäude, die sich in einem maroden bzw. ruinösen Zustand befinden und in ihrem derzeitigen Zustand nicht nutzbar sind. Mit der avisierten Inwertsetzung des Projektareals wird sowohl eine Neuordnung als auch eine städtebauliche Aufwertung dieses Gebietes erreicht, das am östlichen Eingangsbereich des Stadtteils Damaschkestraße liegt.
- Der Standort ist durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** bezüglich der direkten Lage an der Dieselstraße geprägt, die eine leistungsfähige Verbindungsstraße zwischen der Merseburger Straße (B 91) und der Europachaussee bzw. der Leipziger Chaussee (B 6) darstellt. Die **ÖPNV-Anbindung** wird durch eine Bushaltestelle vor dem Projektgrundstück und durch Straßenbahnhaltestellen an der naheliegenden Merseburger Straße gewährleistet. Die **fußläufige Erreichbarkeit** ist aus der Umgebung barrierefrei möglich, da eine direkte Anbindung bzw. eine beidseitige Wegebeziehung in Form eines kombinierten Fuß-/ Fahrradwegs entlang der Dieselstraße besteht.
- Der Projektstandort weist in seinem fußläufigen Umfeld (Laufwege bis 800 m) mit ca. 4.600 Personen ein relativ hohes **Bevölkerungspotenzial** auf, was auf die Mantelbevölkerung insbesondere in den nord- und südwestlich des Projektstandortes angrenzenden Wohnquartieren zurückzuführen ist. Die Einwohnerzahl im Nahbereich des Standortes entspricht rd. 55 % der Einwohner des Stadtviertels Damaschkestraße, sodass ein großer Teil der Bewohner den Vorhabenstandort fußläufig erreichen kann.
- Die Stadt Halle verfügt aktuell über eine **Einzelhandelsfläche von rd. 367.000 m<sup>2</sup>**, was einer einwohnerbezogenen Verkaufsflächendichte von rd. 1,6 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner entspricht. Der Lebensmittelhandel nimmt mit rd. 131.300 m<sup>2</sup> einen Verkaufsflächenanteil von rd. 36 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein. Die Verkaufsflächendichte des Lebensmittelhandels von rd. 0,55 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner weist auf ein flächenseitig gut ausgeprägtes Angebot hin. Insbesondere bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** und der breiten Streuung des Angebots über das Hallenser Stadtgebiet ist ein ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden,

dass vor allem durch eine große Bandbreite von großformatigen Lebensmittelmärkten gekennzeichnet ist. Der Hallenser Lebensmittelhandel kann derzeit eine Zentralität von rd. 110 erreichen, so dass die lokalen Lebensmittelhändler einen Kaufkraftzufluss nach Halle erzeugen.

- Das projektierte Globus SB-Warenhaus wird sein **Einzugsgebiet** gegenüber dem derzeitigen Standort nur unwesentlich verändern. Der Einzugsbereich umfasst die Stadt Halle und Teile von angrenzenden Gemeinden, wobei der Bereich insbesondere durch bestehende Konkurrenzbetriebe und die Erreichbarkeit limitiert wird. Insgesamt leben in dem Marktgebiet von Globus rd. 262.000 Personen, die über ein Ausgabevolumen im Lebensmittelbereich von rd. 547 Mio. EUR verfügen.
- Auf Basis der derzeit erzielten Marktdurchdringung von Globus ist unter Berücksichtigung der neu geplanten Flächen an dem Standort Dieselstraße von einem durchschnittlichen **Marktanteil** von 8 bis 9 % des relevanten Nachfragevolumens auszugehen. Der Hauptumsatz wird mit dem Food-Sortiment getätigt, da die Flächenleistung der Non-Food-Sortimente deutlich abfällt. Es ist ein Gesamtumsatz von rd. 49 Mio. EUR zu erwarten.
- Der Umzug des Globus SB-Warenhauses von dem Standort HEP in die Dieselstraße ist nicht als „reine“ Verlagerung zu sehen. Bei der zu erwartenden Absiedlung von Globus aus dem HEP ist baurechtlich eine Nachnutzung des Standortes mit Lebensmitteleinzelhandel weiter möglich, da die entsprechende bauplanungsrechtliche Zulässigkeit mit der bloßen Betreiberaufgabe nicht unwirksam wird. Die durchgeführten Berechnungen basieren methodisch auf einer **Neuansiedlung**, wobei unterstellt wurde, dass die Globus-Fläche im HEP durch ein vergleichbares Lebensmittelkonzept genutzt wird.
- Durch die avisierte Verlagerung des Globus-Marktes werden **vorhabeninduzierte Umsatzumverlagerungen** im Sortiment Food/Non-Food I von durchschnittlich rd. 7 % des Bestandsumsatzes des Hallenser Lebensmittelhandels ausgelöst. Maßgeblich hiervon wäre ein im HEP bestehendes SB-Warenhaus betroffen, sodass der Weiterbetrieb eines Lebensmittelmarktes (bzw. die Wiederansiedlung) in der bestehenden Größe nicht möglich bzw. realistisch ist. Durch die Absiedlung des Globus-Marktes aus dem HEP werden sich jedoch **keine städtebaulichen Schädigungen** auf das Ortsbild ergeben, da der bestehende Markt bzw. die Mall des HEP nach innen gerichtet ist, so dass Austauschbeziehungen zum Umfeld oder auch Sichtbeziehung grundsätzlich nicht bestehen. Ferner handelt es sich um einen dezentralen Standort, der weder in einem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich liegt, noch der verbrauchnahen Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO dient.
- Eine negative Beeinträchtigung des HEP ist unter dem Blickwinkel der im Hallenser Einzelhandels- und Zentrenkonzept formulierten Entwicklungsziele zu sehen. Gemäß diesem städtebaulichen Entwicklungskonzept soll der ausgewiesene Sonderstandort HEP möglichst für großflächige und flächenintensive Einzelhandelsbetriebe mit **nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** genutzt werden. Demnach wird ein Rückzug von Globus diesem im Zentrenkonzept formulierten Ziel entsprechen.
- Ein vollständiger Angebotsverlust des HEP im Segment des Lebensmittelhandels ist trotz der Absiedlung des Globus-Marktes nicht zu erwarten, da der im HEP bestehende Aldi-Markt die Lebensmittelversorgung darstellen kann. Weiterhin ist die **Wiederansiedlung eines Lebensmittelmarktes im HEP** möglich, wobei die Flächendimensionierung deutlich unterhalb der aktuellen Globus-Bestandsfläche liegen wird. Sollte eine Wiederansiedlung eines Lebensmittelmarktes im HEP nicht möglich sein bzw. nicht erfolgen, werden sich die dargestellten Umsatzverluste auf die lokalen Anbieter deutlich minimieren, da es sich in dem Fall um eine reine Flächenverlagerung handeln würde.
- Im Segment des Non-Food II sind nur geringfügige Umsatzverluste für die betroffenen Bestandsbetriebe zu erwarten, was auch unter dem Aspekt der **Verkleinerung der gesamten Non-Food II-Fläche** um rd. 870 m<sup>2</sup> zu sehen ist. Wie im Food-/ Non-Food I-Bereich werden die Umsätze größtenteils vom dem Lebensmittelmarkt vom Standort HEP abgezogen. In den Non-Food II-Bereichen ist jedoch prinzipiell **kein Verlust der Versorgungsfunktion des HEP** zu erwarten, da zahlreiche weitere Fachanbieter unterschiedlichster Branchen diese Absiedlung auffangen können.

- Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der Verlagerung des Globus-Marktes werden **keine negativen Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche** in Halle nach sich ziehen. Insbesondere sind keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf die naheliegenden zentralen Versorgungsbereiche in den Bezirken Süd (NZ Südstadt, NVZ Ammendorf, Vogelweide, Silberhöhe, Diesterwegstraße) und Ost (NVZ Büschdorf) zu erwarten. Dies betrifft sowohl Handelsbetriebe, die Sortimente des Food/Non-Food I als auch Sortimente des Non-Food II führen.
- Die monetären Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Bezirke Mitte, Nord und West, insbesondere jedoch auf das **Hauptzentrum Altstadt**, werden bei unter einem Prozent der jeweiligen Bestandsumsätze der Lebensmittelanbieter liegen und führen somit nicht zu einer Beeinträchtigung der Bestandsstrukturen. Demnach ist eine Schädigung dieser schützenswerten Bereiche mit großer Sicherheit auszuschließen.
- Das Verlagerungsvorhaben von Globus wird **keine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung** in Halle bedingen. Dies ist insbesondere aus den verhältnismäßig geringen Umsatzumverlagerungen von bestehenden Nahversorgungsmärkten zu dem Globus-Standort abzuleiten. Ein Abbau von wohnortnaher Versorgung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ist daher nicht anzunehmen.
- Auf Grund der bereits bestehenden Kundenbeziehungen des Globus-Marktes in seinem Einzugsgebiet ist lediglich mit einer Verlagerung der Kundenströme vom HEP an den Projektstandort Dieselstraße zu rechnen. Die marginalen Umsatzumverlagerungen, die aus den umliegenden Gemeinden hervorgerufen werden, werden auf Grund der geringen Höhe von weit unter einem Prozent der dort erzielten Bestandsumsätze **keinen Abbau der verbrauchernahen Versorgung** bedingen.
- Für das geplante Vorhaben ist eine Kompatibilität mit den **Zielen der Landesplanung** (u.a. Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot) gegeben. In Bezug auf das Integrationsgebot handelt es sich um einen städtebaulich integrierten Standort, der jedoch nicht in eine Wohnsiedlung bzw. ein Wohnquartier eingebettet ist.

---

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens.

## BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dipl.- oec. Mathias Vlcek  
Projektleiter

i.V. M.SC Richard Engel

Erfurt, 5. September 2016

**Anlage 1: Differenzierung Non-Food-Sortimente****Non-Food I**

---

Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

---

**Non-Food II**

---

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-/ Garten- und Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und -artikel, Elektrogroßgeräte, Schmuck, Foto, Uhren, Brillen, Spielwaren, Papier-/ Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, EDV, Kommunikation, Do-it-Yourself-Artikel (Baumarktartikel), Eisenkurzwaren, Farben, Lacke, Autozubehör, Fahrradzubehör, Blumen, Pflanzen, Samen, Düngemittel, Insektizide, Sonstiges wie Möbel und Sanitärbedarf u.ä.

---

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006

## Anlage 2: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen

### Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- Kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m<sup>2</sup>.
- Eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau.
- Häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten).
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort.
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden üblich.

### Lebensmittel-SB-Markt

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment.
- In kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist.

Beispiele: Edeka-Nachbarschaftsläden (nah & gut), REWE (Nahkauf), Um´s Eck, Markttreff.

### Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ca. 800 Artikel bei Hard-Discountern (bspw. Aldi), ca. 1.700 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto).
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 - 13 % (Non-Food I + II).
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren).
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Netto-Filialen) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.

Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Norma, Netto Marken-Discount, Netto (Dansk Supermarked), NP-Discount, Diska.

### Supermarkt

- Circa 400 bis 2.000 m<sup>2</sup>, neue Konzepte auch bis zu 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil.
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 5 - 10 % (Non-Food I + II).
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung.
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Verkaufsflächen von 400 - 800 m<sup>2</sup>.
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Beispiele: Tengelmann, tegut, REWE, Edeka, Kaiser´s, Sky, Combi.

**Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)**

- Verkaufsfläche über 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>.
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 - 60 %.
- Autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren.
- Ab ca. 5.000 m<sup>2</sup> Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus.

Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila.

**SB-Warenhaus**

- Verkaufsfläche über 5.000 m<sup>2</sup>.
- Neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 - 60 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration.

Beispiele: Globus, Marktkauf, real.