

Auswirkungsanalyse

Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums an der Merseburger Straße in Halle (Saale)

Auftraggeber:

PRIMUS Fünfte Immoinvest Berlin GmbH
Oranienburger Straße 3
10178 Berlin

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

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Projektdaten	5
2. Projektbezogene Standortanalyse	7
2.1. Makrostandortanalyse Halle (Saale)	7
2.2. Mesostandort Ortslage Ammendorf/Beesen	12
2.3. Mikrostandort	14
3. Einzugsgebiet und relevanter Wettbewerb.....	18
3.1. Einzugsgebiet des Projektvorhabens	18
3.2. Marktpotenzial im Einzugsgebiet.....	21
3.3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet.....	22
3.4. Angebotsanalyse der projektrelevanten Branchen.....	23
3.4.1. Lebensmittel.....	23
3.4.2. Drogeriewaren.....	26
4. Auswirkungsanalyse des Projektvorhabens.....	29
4.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen.....	29
4.2. Umsatzprognose des Projektvorhabens.....	31
4.2.1. Lebensmittel.....	31
4.2.2. Drogeriewaren.....	34
4.3. Auswirkungsanalyse des Ansiedlungsvorhabens	36
4.3.1. Methodische Vorgehensweise	36
4.3.2. Städtebauliche Auswirkungen des Projektvorhabens.....	38
4.3.3. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens auf Bereiche außerhalb des Einzugsgebiets	58
4.3.4. Bewertung der Ansiedlung eines Fachmarktes mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten	59
4.3.5. Kompatibilität des Projektvorhabens mit dem Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale).....	60
4.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens	62
5. Zusammenfassung.....	64

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation am Vorhabenstandort.....	5
Abbildung 2: Lage des Projektgrundstückes im räumlichen Kontext / Projektskizze.....	5
Abbildung 3: Bevölkerungsverteilung /-entwicklung von Halle (Saale) nach Stadtbezirken	8
Abbildung 4: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	9
Abbildung 5: Ausgewählte Zentralitätskennziffern	11
Abbildung 6: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Untersuchungsgebiet (Auswahl).....	24
Abbildung 7: Sonstige Lebensmittelanbieter im Untersuchungsgebiet (Auswahl).....	25
Abbildung 8: Drogeriewarenanbieter im Untersuchungsgebiet (Auswahl).....	27
Abbildung 9: Randsortimentsabteilungen von Lebensmittelmärkten mit Drogeriewaren (Beispiele)	28
Abbildung 10: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben von Lebensmittelmärkten.....	60

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur südliches Sachsen-Anhalt (Ausschnitt).....	7
Karte 2: Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale)	10
Karte 3: Einzelhandelslagen in der Ortslage Ammendorf/Beesen (Skizzierung) und im direkten Umfeld ...	13
Karte 4: Lage des Projektstandortes an der Merseburger Straße in Ammendorf.....	14
Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes	15
Karte 6: Lage des Projektstandortes i.S.d. Zentrenkonzepts Halle (Saale).....	16
Karte 7: Relevante Wettbewerber im Umfeld des Vorhabenstandortes und Erreichbarkeitsisochrone	18
Karte 8: Zonierung des Einzugsgebiets des geplanten Nahversorgungszentrums	19
Karte 9: Angebot an Lebensmittelmärkten im Umfeld des geplanten Nahversorgungszentrums	23
Karte 10: Angebot an Drogeriemärkten im weiteren Umfeld des geplanten Nahversorgungszentrums	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Halle (Saale) im Vergleich	8
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung des Stadtteils Ortslage Ammendorf/Beesen im Vergleich.....	12
Tabelle 3: Marktpotenzial der projektrelevanten Branchen im Einzugsgebiet	21
Tabelle 4: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels im Untersuchungsraum nach Lagen	25
Tabelle 5: Angebot des Drogeriewareneinzelhandels im Untersuchungsraum nach Lagen	27
Tabelle 6: Angebot von (zu Drogeriemärkten) affinen Märkten im Einzugsgebiet nach Lagen.....	28
Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	29
Tabelle 8: Marktanteilsprognose des projektierten Supermarktes an der Merseburger Straße	31
Tabelle 9: Prospektive Raumleistung des projektierten Supermarktes	32
Tabelle 10: Marktanteilsprognose des projektierten Drogeriemarktes an der Merseburger Straße	34
Tabelle 11: Prospektive Raumleistung des geplanten Drogeriemarktes	34
Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen der Ansiedlungsvorhaben auf den Lebensmittelhandel im Untersuchungsgebiet.....	38
Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen des Drogeriemarktes auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet	39

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Differenzierung Non-Food-Sortimente66
Anlage 2: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen68

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die PRIMUS Fünfte Immoinvest Berlin GmbH plant in Halle (Saale) im Bezirk Süd die **Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums**. Der Projektstandort befindet sich im Ortsteil Ammendorf östlich der Merseburger Straße zwischen Karl-Peter-Straße und Schachtstraße auf dem Gelände eines ehemaligen Straßenbahndepots. Das Projektgrundstück ist derzeit u.a. mit brachliegenden Gebäuden des bereits seit dem Jahr 2003 geschlossenen Betriebshofes der Halleschen Verkehrs-AG (HAVAG) belegt und soll revitalisiert werden.

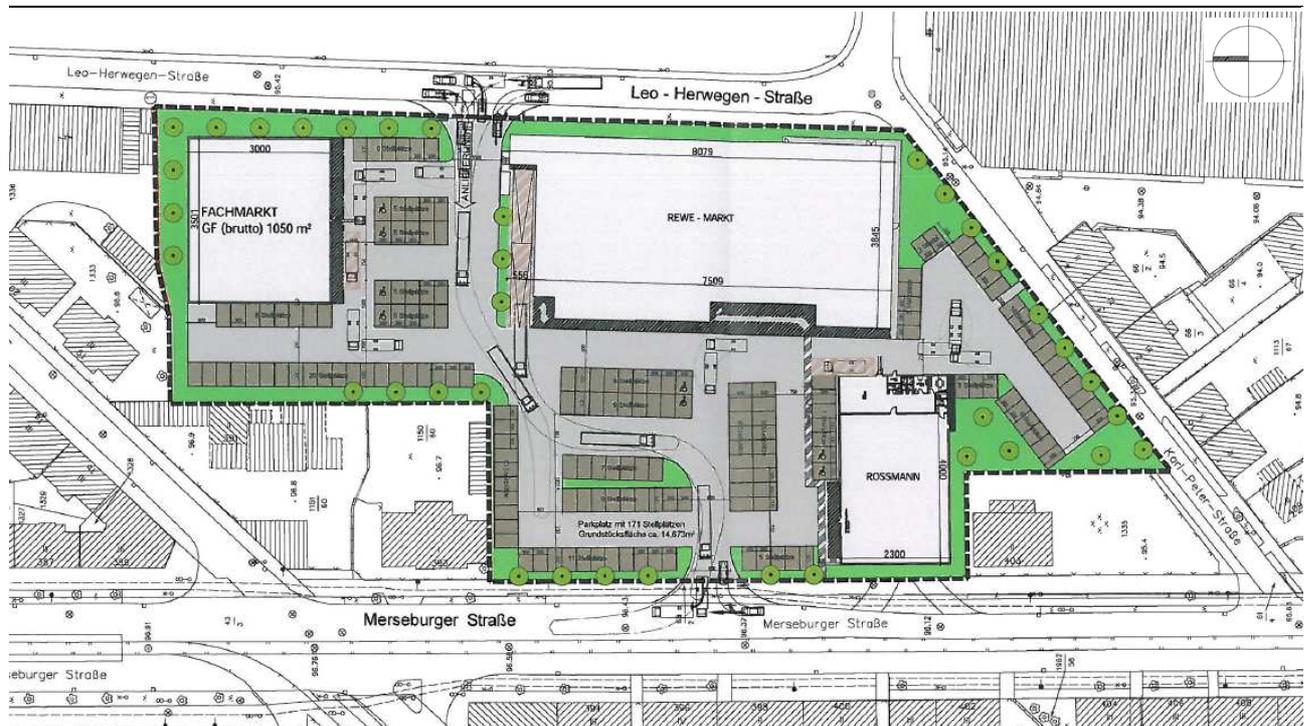
Abbildung 1: Objektsituation am Vorhabenstandort



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Nachstehende Planzeichnung stellt die **räumliche Lage** des projektierten Nahversorgungszentrums an der Merseburger Straße und dessen Erreichbarkeit aus dem Umfeld dar.

Abbildung 2: Lage des Projektgrundstückes im räumlichen Kontext / Projektskizze



Quelle: Architekturbüro Zellmann (Weimar)

Die Gesamtverkaufsfläche des projektierten Vorhabens wird mit maximal 3.500 m² Verkaufsfläche oberhalb des Schwellenwertes zur Großflächigkeit liegen.¹ Im Rahmen der Entwicklung der Verkaufsfläche ist geplant, für das Vorhaben ein **Sondergebiet Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO** auszuweisen. Hierzu wurde seitens des Stadtrats am 30.09.2015 der Aufstellungsbeschluss für einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan² gefasst.

Auf dem Projektareal sind folgende Einzelhandelsbetriebe geplant:

- Lebensmittelmarkt mit ca. 2.150 m² VK
- Drogeriemarkt mit ca. 800 m² VK
- Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (bspw. Fachmarkt für Möbel, Bettwaren/Matratzen, Bodenbeläge/Teppiche, Baumarktartikel, Fahrräder)³ mit ca. 550 m² VK

Für die Schaffung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen wird eine Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen der Ansiedlung zur Abwägung im B-Planverfahren benötigt. In dem zu erstellenden Gutachten ist aufzuzeigen, inwieweit von dem Vorhaben Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in anderen Gemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Die zentralen Versorgungsbereiche bzw. auch Nahversorgungsstandorte sind dabei in dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale)⁴ definiert.

Die geplante Ansiedlung des rd. 550 m² großen Fachmarktes, der mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten belegt werden soll, wird im Rahmen der folgenden Analyse nicht berücksichtigt. Einerseits liegen für diese Fläche keine konkreten Planungen vor, so dass zum heutigen Bearbeitungszeitpunkt keine Aussage zu einer möglichen sortimentsseitigen Belegung getroffen werden kann. Des Weiteren ist bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bezüglich ihrer Kerncharakteristika davon auszugehen, dass diese Sortimente nicht für zentrale Versorgungsbereiche prägend sind und hier i.d.R. nicht angesiedelt sind.⁵ Somit sind negative Auswirkungen solcher Sortimente im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Bei einer Sondergebietsausweisung sind ferner die **Ziele der Landesplanung** zu beachten. Die relevanten Ziele sind dabei im Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt⁶ verbindlich geregelt und werden im Rahmen der Auswirkungsanalyse bewertet.

Weiterhin wird überprüft, inwieweit sich das Projektvorhaben in die Zielsetzungen des Einzelhandels- und **Zentrenkonzepts der Stadt Halle** einfügt bzw. ob eine Kompatibilität mit diesem städtebaulichen Entwicklungskonzept gegeben ist.

Nachfolgend werden die Ergebnisse einer dementsprechenden Untersuchung dargestellt.

1 Einzelhandelsbetriebe sind im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 + 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (BVerwG 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

2 Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 112.1 "Nahversorgungszentrum Ammendorf - Merseburger Straße", Beschluss Nr. VI/2015/00946.

3 Diese Sortimente sind in der „Halleschen Sortimentsliste“ im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013 als sog. nicht-zentrenrelevante Sortimente ausgewiesen.

4 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Beschluss des Stadtrats (Beschluss-Nr. V/2013/11902) am 30.10.2013 und Änderungsbeschluss des Stadtrats (Beschluss Nr. VI/2015/00583) am 27.05.2015.

5 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Seite 236.

6 Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt.

2. Projektbezogene Standortanalyse

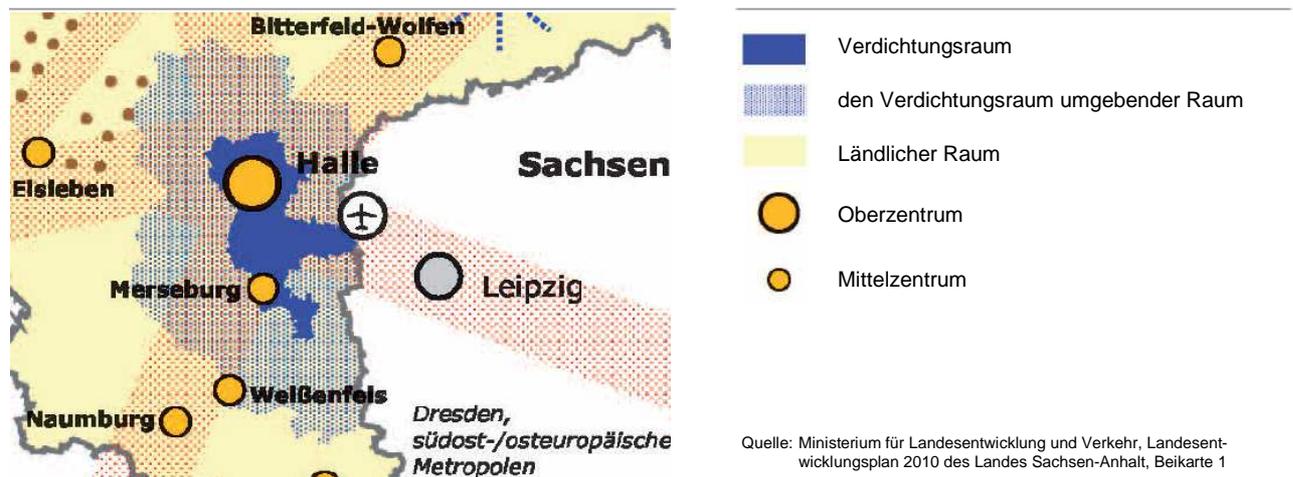
2.1. Makrostandortanalyse Halle (Saale)

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 Landesentwicklungsplan⁷ 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

⁷ 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, der als ÖPNV-Knotenpunkt fungiert, liegt dabei in räumlicher Nähe zur Hallenser Einkaufsinnenstadt.

Die Stadt Halle (rd. 232.570 Ew.) und die Landeshauptstadt Magdeburg (rd. 232.820 Ew.) sind mit Abstand die einwohnerstärksten Städte in Sachsen-Anhalt. Die **Bevölkerungsentwicklung** (zensuskorrigiert) von Halle war in den letzten knapp 10 Jahren mit -1,9 % rückläufig, wobei der Bevölkerungsrückgang deutlich unter der Entwicklung im umliegenden Saalekreis (-10,6 %) und unter dem Landesdurchschnitt (-9,7 %) lag.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Halle (Saale) im Vergleich

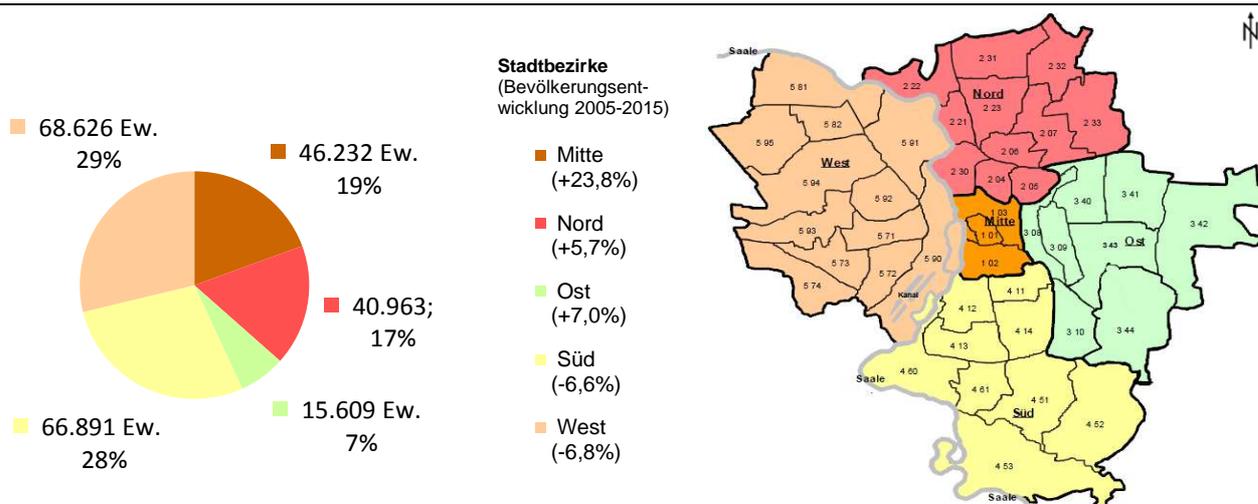
	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	12/2005	06/2015		2025		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Halle (Saale)	237.198	232.574	-1,9	227.420	-2,2	
LK Saalekreis ⁸	208.094	185.987	-10,6	171.970	-7,5	
Sachsen-Anhalt	2.469.716	2.231.044	-9,7	2.042.290	-8,5	

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung der Gemeinden zum 31.12.2005 / 30.06.2015
Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune, Bevölkerungsprognose 2025

Auf Basis von Vorausberechnungen der Bertelsmann Stiftung wird die **prognostizierte Einwohnerzahl** in Halle bis zum Jahr 2025 bei rd. 227.400 Personen liegen (-2,2 %). Somit wird der Rückgang im Vergleich zum Landkreis Saalekreis (-7,5 %) und zum Landesdurchschnitt (-8,5 %) deutlich geringer ausfallen.

Das Stadtgebiet von Halle ist in fünf **Stadtbezirke**⁹ 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 3: 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.

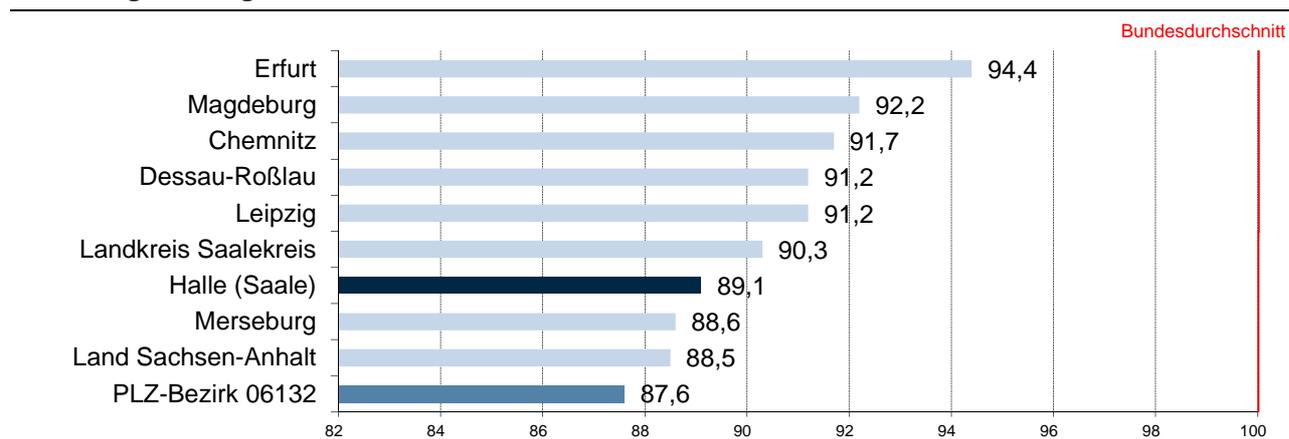
8 Der Saalekreis ist im Zuge der zweiten Kreisgebietsreform am 01.07.2007 aus dem Saalekreis und dem Landkreis Merseburg-Querfurt entstanden. Bezüglich der besseren Vergleichbarkeit wurden die Einwohner zum 31.12.2005 aus den beiden Altkreisen zusammengefasst.
9 Halle (Saale) ist administrativ in fünf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

Die Stadt Halle erwartet auf Grundlage eigener **Bevölkerungsvorausberechnungen**¹⁰ in den nächsten zehn Jahren ebenfalls 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)¹¹ 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 Personen¹² (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 4: 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.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt in dem Postleitzahlbezirk 06132, in dem der Projektstandort verortet ist, mit 87,6 leicht unter dem Durchschnittswert von Halle. Demzufolge sind im gesamtstädtischen Vergleich keine signifikanten Abweichungen in Bezug auf die einzelhandelsbezogene Nachfrage in diesem Gebiet festzustellen.

Die städtebaulichen Zielvorstellungen von Halle zur Einzelhandelsentwicklung werden durch das **Einzelhandels- und Zentrenkonzept**¹³ der Stadt widerspiegelt. Die Einzelhandelsstruktur gliedert sich gemäß

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

11 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.

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

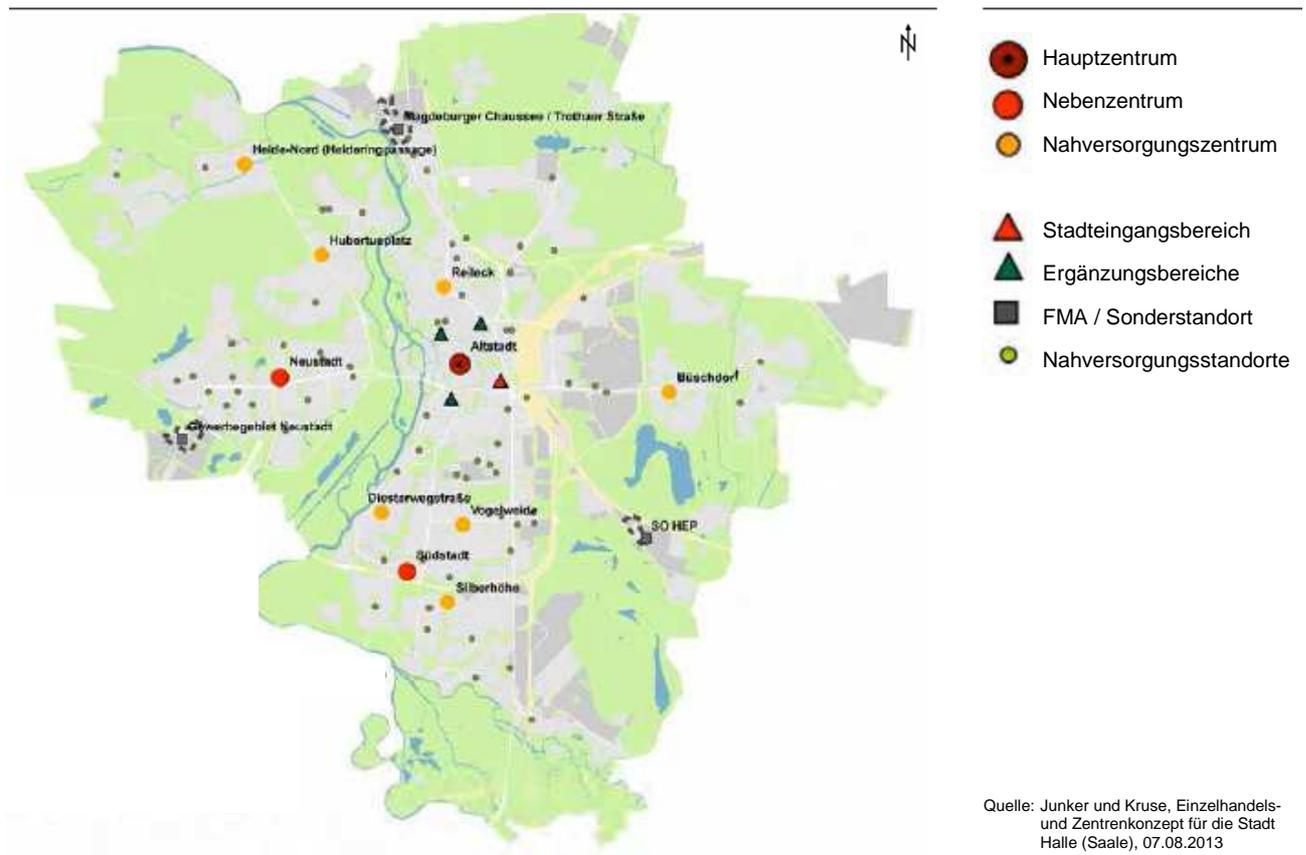
13 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013.

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 Einzelhandel 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 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)

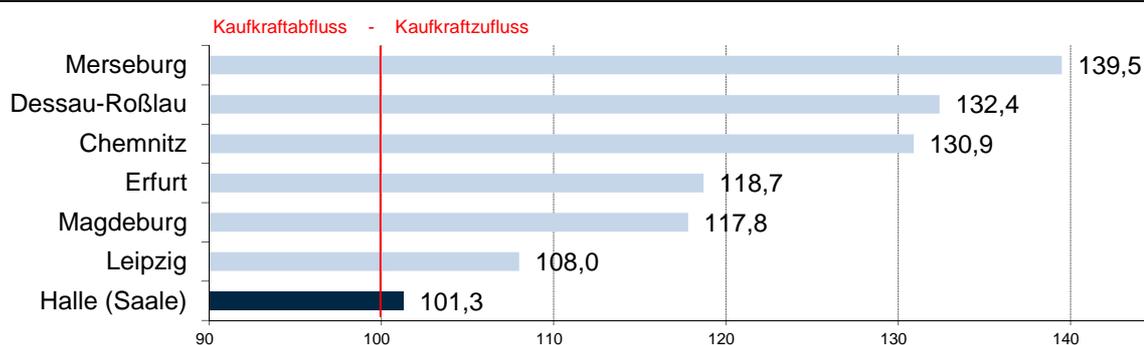


Die vorstehenden kurz skizzierten Einzelhandelslagen stellen zentrale Versorgungsbereiche dar, die im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO schützens-

werte Lagen sind.¹⁴ Weitere sog. Nahversorgungsstandorte, welche die Grundversorgung des überwiegend 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**¹⁵ 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.¹⁶

Abbildung 5: Ausgewählte Zentralitätskennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2015¹⁷

Die Zentralitätskennziffer von Halle liegt bei 101,3 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.

14 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.

15 Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

16 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.

17 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 Ortslage Ammendorf/Beesen

Die Betrachtung der Mesebene spiegelt die stadtteilbezogenen Strukturdaten des Projektstandortes an der südlichen Merseburger Straße wider.

Der Standort des Projektvorhabens ist im zentralen Bereich des **Stadtteils Ortslage Ammendorf/Beesen** verortet, der dem Bezirk Süd zugehörig ist. Südlich des Ansiedlungsstadtteils liegt der fast nicht besiedelte Stadtteil Planena, östlich schließt sich der dörflich geprägte Stadtteil Radewell/Osendorf an. Nördlich folgen die Stadtviertel Dieselstraße und Damaschkestraße. Westlich grenzt Ammendorf/Beesen an den hochsiedlungsverdichteten Stadtteil Silberhöhe an.

Die **städtebauliche Struktur** des Stadtteils Ammendorf/Beesen ist mit den gewachsenen und gemischten Baustrukturen deutlich durch großflächige Industrie- und Gewerbegebiete geprägt, die vor allem von der vormaligen Industrialisierung der einst selbstständigen Dörfer Ammendorf und Beesen zeugen. Diese Bereiche durchziehen in Nord-Süd-Richtung den Stadtteil und sind beidseitig der hier befindlichen Bahnlinie verortet, die eine Zäsur des Stadtteils darstellt.

Westlich der Merseburger Straße dominiert eine Wohnnutzung, die meist durch eine straßenbegleitende und kompakte Wohnbebauung geprägt ist. In Richtung Silberhöhe lockert die Bebauung deutlich auf. Im östlichen Bereich sind die Wohnbaustrukturen durch die sog. Heimstättensiedlung geprägt, die aus freistehenden, meist ein- bis zweigeschossigen Stadthäusern besteht.

In der Ortslage Ammendorf/Beesen wohnen derzeit knapp 7.000 Personen. Die **Bevölkerungsentwicklung** war in den letzten zehn Jahren mit -9,6 % rückläufig und fiel im Vergleich zur Entwicklung im Bezirk Süd (-6,6 %) höher aus.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung des Stadtteils Ortslage Ammendorf/Beesen im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2005	2015		2025		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Ortslage Ammendorf/Beesen	7.691	6.953	-9,6	5.777	-16,9	
Damaschkestraße	8.570	8.400	-2,0	8.260	-1,7	
Silberhöhe	15.608	12.700	-18,6	11.312	-10,9	
Radewell/Osendf., Böllberg/Wör.	4.418	4.429	+0,2	3.821	-13,7	
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 in der Ortslage Ammendorf/Beesen von einer weiter rückläufigen Einwohnerzahl auszugehen, die mit -16,9 % über dem Prognosewert des Bezirkes Süd (-8,2 %) und dem gesamtstädtischen Wert (-2,6 %, vgl. Seite 9) liegen wird.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Stadtteils Ortslage Ammendorf/Beesen wird vor allem durch die vier-spurig ausgebaute Merseburger Straße gewährleistet, die Teil der Bundesstraße B 91 ist. Dieser bandförmige Straßenzug, der eine wichtige Nord-Süd-Achse darstellt, ist durch eine hohe Fahrzeugfrequentierung geprägt. Weiterhin stellen verschiedene innerörtliche Verbindungsstraßen (u.a. Industriestraße, Regensburger Straße, Georgi-Dimitroff-Straße) die Anbindung an umliegende Stadtviertel dar.

Die **ÖPNV-Anbindung** des Stadtteils erfolgt durch die Straßenbahnlinie 5, die auf der Merseburger Straße verkehrt. Diese Straßenbahnlinie fungiert 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.

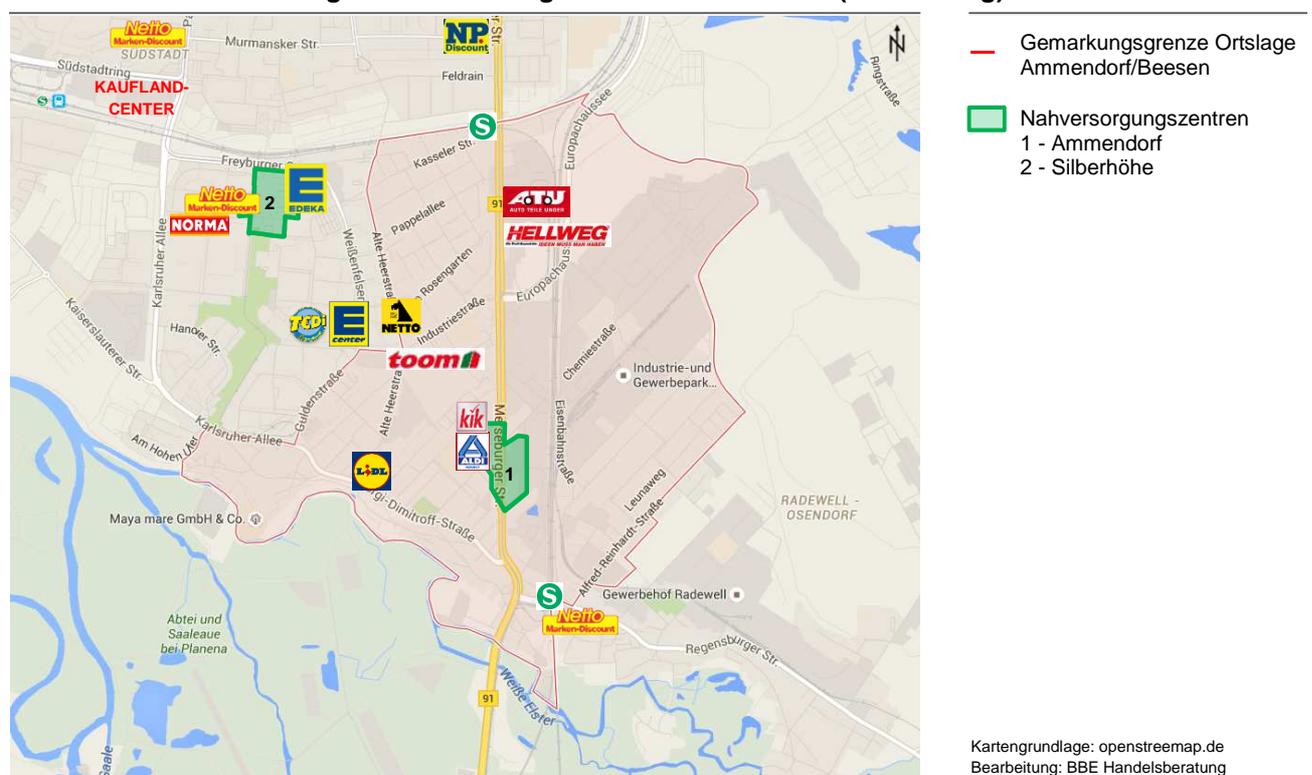
Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums an der Merseburger Straße in Halle (Saale)

Im südlichen und im nördlichen Bereich des Stadtteils liegt ferner je ein S-Bahnstation, so dass der Stadtteil auch an das S-Bahnnetz angebunden ist. Im Fazit ist für den Stadtteil Ammendorf/Beesen somit eine gute Verkehrsanbindung zu konstatieren.

Das **Einzelhandelsangebot** im Stadtteil Ortslage Ammendorf/Beesen beläuft sich auf rd. 22.800 m² Verkaufsfläche, so dass sich eine einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von rd. 3,3 m² Verkaufsfläche je Einwohner errechnet. Dieser Wert liegt deutlich oberhalb des gesamtstädtischen Ausstattungswertes von rd. 1,6 m² Verkaufsfläche je Einwohner.¹⁸

Das hohe stadtteilbezogene Einzelhandelsangebot erklärt sich durch den Einzelhandelsbesatz in der Baumarktbranche, die mit rd. 17.300 m² einen Anteil von drei Viertel der gesamten Verkaufsfläche einnimmt. Weiterhin belegt der Lebensmittelhandel einer Fläche von rd. 3.400 m², was einem Anteil von rd. 15 % entspricht. Das weitere Angebot wird durch verschiedene Branchen eingenommen, die keine strukturelle Bedeutung haben.

Karte 3: Einzelhandelslagen in der Ortslage Ammendorf/Beesen (Skizzierung) und im direkten Umfeld



Für die Ortslage Ammendorf/Beesen ist mit dem Nahversorgungszentrum Ammendorf ein **zentraler Versorgungsbereich** ausgewiesen. Dieser befindet sich an der Merseburger Straße in Höhe der Schachtstraße bis zur Karl-Peter-Straße. Bei diesem Bereich handelt es sich im Wesentlichen um das ehemalige Straßenbahndepot der Halleschen Verkehrsbetriebe und ein kleineres Fachmarktzentrum. Das Nahversorgungszentrum soll vor allem die stadtteilbezogene Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs bzw. mit sog. nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernehmen.

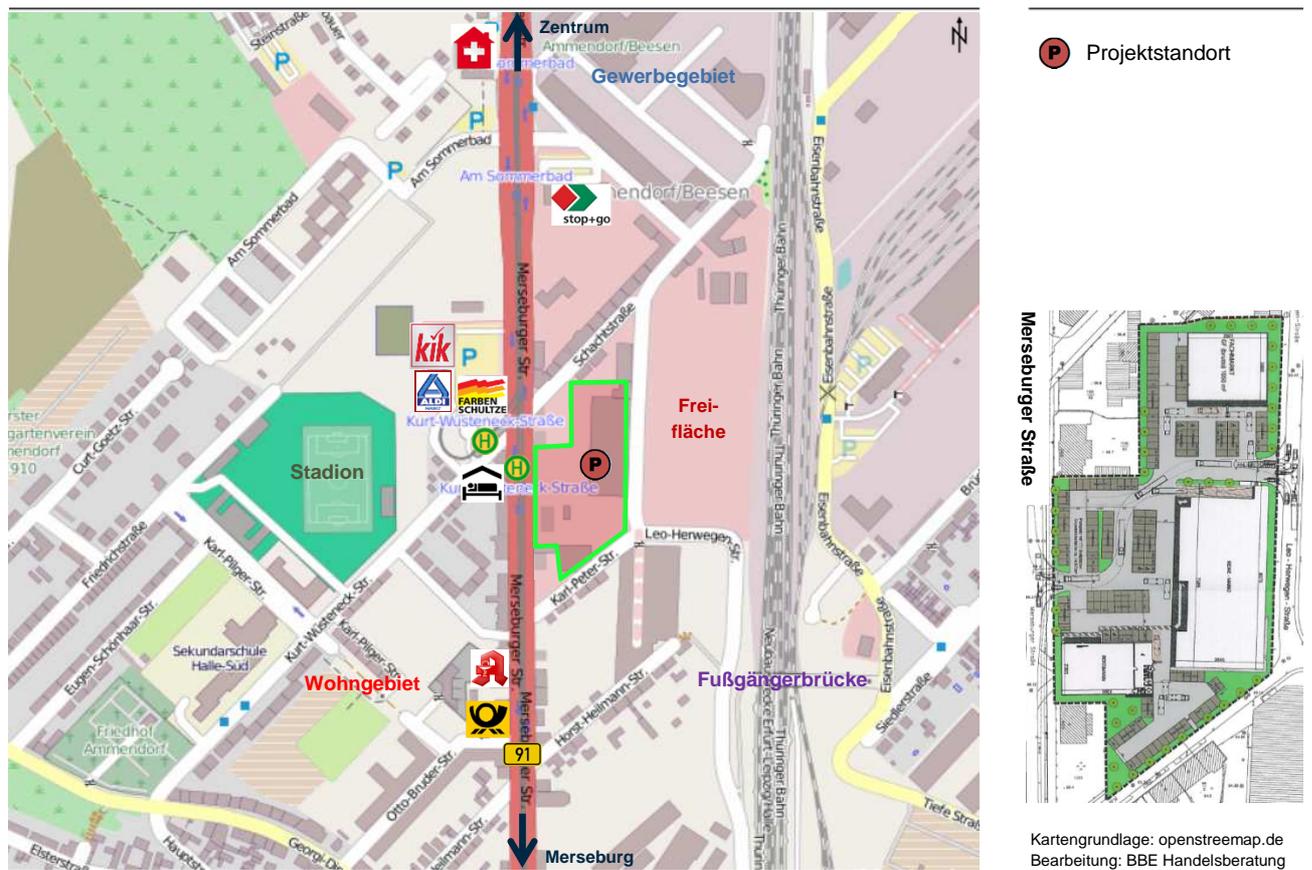
18 Quelle: BBE Handelsberatung, gesamtstädtische Verkaufsflächenerhebung, April/Mai 2016.

2.3. Mikrostandort

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 zentralen Bereich der Ortslage Ammendorf/Beesen im Hallenser Bezirk Süd verortet. Der Standort liegt direkt östlich der Merseburger Straße (vgl. auch Abb. 2). Das Vorhabengebiet wird nördlich und südlich durch die straßenbegleitende Bebauung der Schachtstraße bzw. der Karl-Peter-Straße begrenzt. Östlich verläuft die Leo-Herwegen-Straße, in dessen Folge der Gleiskörper der Bahn eine Zäsur bildet.

Karte 4: Lage des Projektstandortes an der Merseburger Straße in Ammendorf



Das **Vorhabengrundstück** wird neben den versiegelten Freiflächen durch diverse brachliegende Immobilien belegt, die vormals als Straßenbahndepot bzw. als Betriebshof genutzt wurden. Die Gebäude befinden sich in einem maroden bzw. ruinösen Zustand und sind in ihrem derzeitigen Zustand nicht nutzbar (vgl. Abb. 1). Mit der geplanten Inwertsetzung des Projektareals wird sowohl eine Neuordnung als auch eine städtebauliche Aufwertung dieses im südlichen Stadt Eingangsbereich liegenden Gebietes erreicht.

Die **Umfeldnutzung** des Vorhabenareals ist durch diverse Nutzungsarten gekennzeichnet. Nördlich des Standortes schließen sich an die straßenbegleitende Wohnbebauung der Schachtstraße gewerbegebietstypische Nutzungen an. Östlich befindet sich eine Freifläche, die vormals durch eine Industrienutzung belegt war. Hier verlaufen dann diverse Gleisanlagen, die in Höhe der Horst-Heilmann-Straße in Richtung der Heimstättensiedlung fußläufig überquert werden können.

Südlich der Karl-Peter-Straße, die durch vereinzelte Wohnbebauung belegt ist, schließen sich Gewerbe- bzw. Industrienutzungen an. Westlich verläuft die Merseburger Straße, die durch eine Mischnutzung geprägt ist. Dabei sind in den mehrgeschossigen Wohnhäusern in den Erdgeschosslagen zum Teil Handels- und

Dienstleistungsbetriebe, Kleingastronomie und auch ein Hotel implementiert. Die Wohnbebauung dehnt sich in westlicher Richtung weiter aus, wobei in dem sich anschließenden Wohnquartier mit einem Sportstadion und einer Schule auch öffentliche Einrichtungen verortet sind.

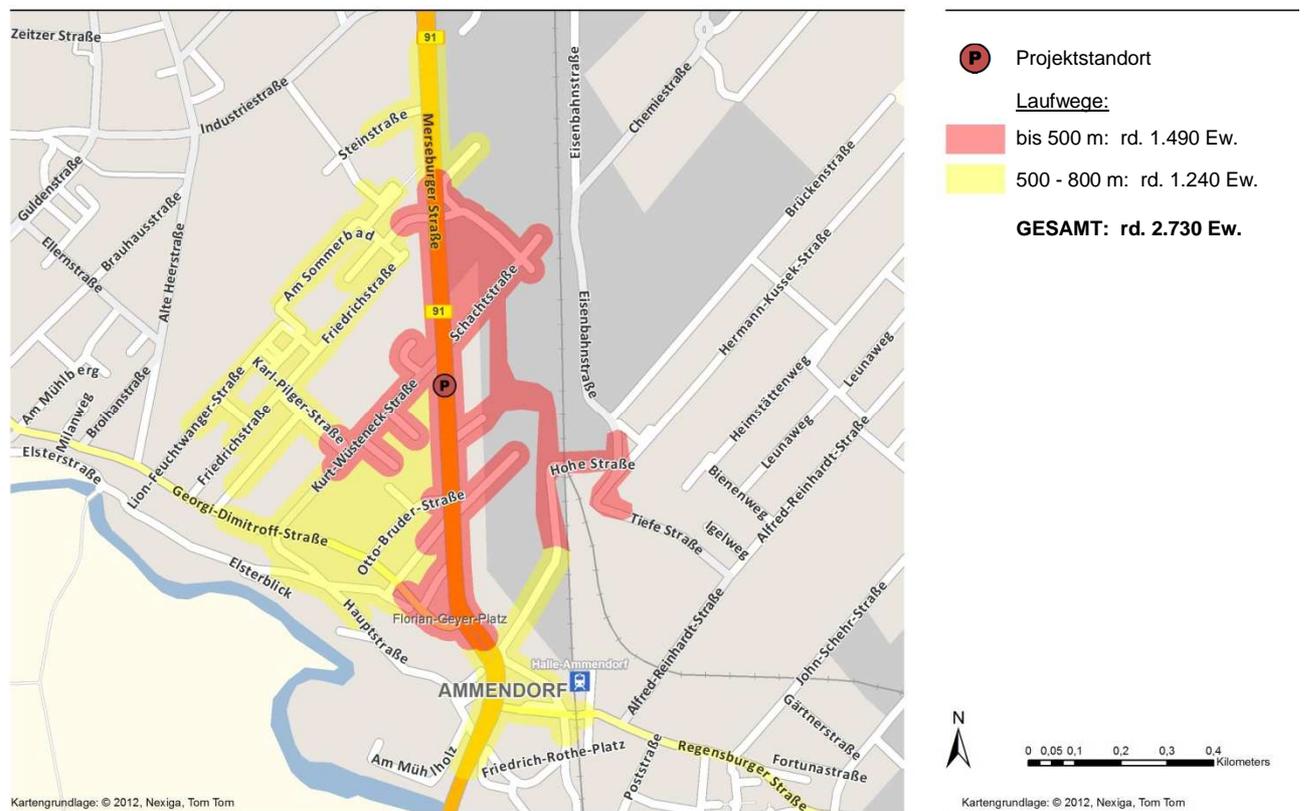
Nordwestlich des Projektstandortes befindet sich ein kleines Fachmarktzentrum (ca. 1.600 m² VK), in dem u.a. ein Lebensmitteldiscounter (Aldi), ein Textildiscounter (KIK), ein Getränkemarkt (Getränke Quelle) und ein Fachmarkt für Raumgestaltung (Farben Schultze) angesiedelt sind.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Vorhabenstandortes erfolgt über die Merseburger Straße, die eine hoch frequentierte Verbindungsstraße aus den südlichen Bezirken bzw. den südlich an Halle angrenzenden Orten in die Hallesche Innenstadt darstellt. Der Straßenzug, der Bestandteil der Bundesstraße B 6 ist, befindet sich aktuell in einem sanierungsbedürftigen Zustand. Weiterhin wird die verkehrliche Erreichbarkeit nach der Öffnung des Grundstücks auch aus der östlich verlaufenden Leo-Herwegen-Straße möglich sein.

Die Anfahrbarkeit der Parkieranlage erfolgt direkt aus den beiden vorstehend genannten Straßenzügen über zwei kombinierte Ein- und Ausfahrten. Für das Nahversorgungszentrum sind 171 betriebseigene **PKW-Abstellplätze** zur gemeinschaftlichen Nutzung aller Handelsbetriebe geplant, so dass mit rd. 20 m² Verkaufsfläche pro Stellplatz genügend Parkmöglichkeiten für den motorisierten Individualverkehr bestehen. Die Anzahl der Parkplätze¹⁹ ist ausreichend, da der Standort von einem großen Teil der Einwohner des Ansiedlungsstadtteils zu Fuß erreicht werden kann.

Der Projektstandort besitzt in seinem fußläufigen Umfeld ein **Bevölkerungspotenzial** von rd. 2.700 Personen. Die bestehende Mantelbevölkerung ist insbesondere auf die verdichtete Wohnbebauung westlich der Merseburger Straße zurückzuführen, da östlich dieses Straßenzugs gewerbegebietstypische Nutzungen dominieren.

Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes



19 Auf Grundlage von Erfahrungswerten der BBE liegt das Verhältnis von Verkaufsfläche pro Kundenparkplatz bei vergleichbaren Nahversorgungszentren dieser Größe bei ca. 14 bis 18 m² VK je Abstellplatz. Diese Vergleichswerte können je nach Standortqualität, Konzept, Lage etc. naturgemäß abweichen.

Im engeren fußläufigen Nahbereich²⁰ (Laufwege bis 500 Meter) leben rd. 1.500 Einwohner. Im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 Meter) wohnen – auch unter Berücksichtigung von städtebaulichen Barrieren bzw. Zäsuren – circa 2.700 Personen. Die Bevölkerung im Nahbereich des Standortes entspricht dabei knapp 40 % der Einwohner des Stadtteils Ortslage Ammendorf/Beesen (vgl. Tab. 3), 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 (Bahngleiskörper²¹) und auch in nördlicher und südlicher Richtung keine verdichteten Wohnsiedlungsbereiche mehr.

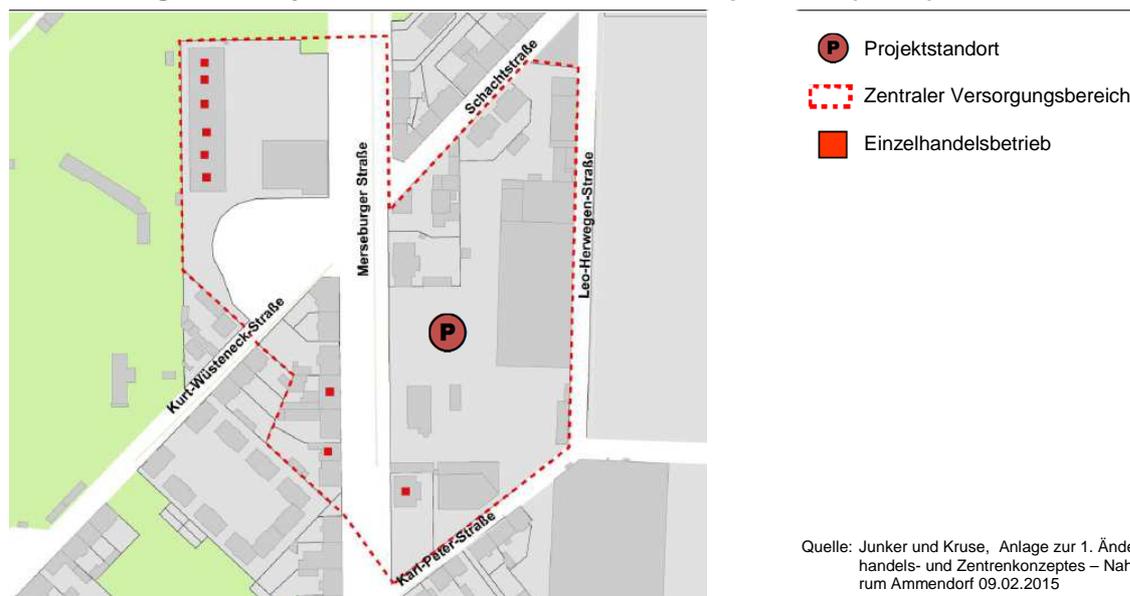
Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes ist aus der Umgebung barrierefrei möglich, da eine direkte Anbindung bzw. eine Wegebeziehung in Form eines Fußweges entlang der Merseburger Straße existiert. Dieser Weg ist beidseitig als kombinierter Fuß-/ Fahrradweg ausgebaut, so dass der Projektstandort auch mit dem Fahrrad erreichbar ist.

Neben der Erreichbarkeit über die Merseburger Straße ist ein weiterer Zugang aus der Karl-Peter-Straße und der Leo-Herwegen-Straße geplant (vgl. Abb. 2), so dass perspektivisch auch eine Begehbarkeit aus südlicher und östlicher Richtung möglich ist. Diese Zugänge sind für potenzielle Kunden aus den östlich des Bahngleiskörpers befindlichen Wohnquartieren relevant, da hier eine Fußgängerbrücke (auch für Fahrradfahrer nutzbar) existiert und somit eine fußläufige Verbindung besteht.

Der Standort besitzt eine direkte **ÖPNV-Anbindung**, da sich vor dem Projektareal eine kombinierte Straßenbahn-/ Bushaltestelle („Kurt-Wüstner-Straße“) befindet. Die Haltestelle wird während der Hauptverkehrszeiten in einer ortsüblichen Taktung (4x p.Std.) von der Straßenbahnlinie 5 und der Buslinie 24 (2x p.Std.) bedient, so dass der Standort über einen qualifizierten bzw. ortsüblichen ÖPNV-Anschluss verfügt.

Hinsichtlich der **Einordnung des Standortes in das Einzelhandelsgefüge** wird auf das Zentrenkonzept der Stadt Halle²² Bezug genommen, das die städtebaulichen Ziele in Bezug auf die Einzelhandelsentwicklung von Halle definiert.

Karte 6: Lage des Projektstandortes i.S.d. Zentrenkonzepts Halle (Saale)



20 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.

21 Die Überquerung des Gleiskörpers ist fußläufig über eine bestehende Brücke möglich.

22 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Beschluss des Stadtrats (Beschluss-Nr. V/2013/11902) am 30.10.2013 und Änderungsbeschluss des Stadtrats (Beschluss Nr. VI/2015/00583) am 27.05.2015.

Der Projektstandort des Vorhabenträgers liegt in dem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Ammendorf**. Demnach fügt sich das Ansiedlungsvorhaben in die Zielsetzung des Zentrenkonzeptes der Stadt Halle ein, da der Standort funktionsgerecht²³ in einen zentralen Versorgungsbereich eingebettet wird. In Bezug auf die Hierarchiestufe ist der Versorgungsbereich als sog. Nahversorgungszentrum ausgewiesen.

Im Fazit der Mikrostandortanalyse ist der Projektstandort an der Merseburger Straße als **städtebaulich integrierter Standort** einzustufen. Dies ist abzuleiten, da der Vorhabenstandort

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist,
- im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung liegt bzw. in die Bebauungsstrukturen der Umgebung eingebettet ist,
- sich für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage befindet,
- über wesentliche Wohnanteile im fußläufigen Einzugsgebiet (Nahbereich) verfügt,
- einen qualifizierten ÖPNV-Anschluss besitzt und
- sich in die bestehenden Einzelhandelsstrukturen bzw. die städtebaulichen Zielsetzungen des lokalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch seine Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches einfügt.

Auf Grund der städtebaulichen integrierten Lage kann der Standort die im Umfeld befindliche Bevölkerung fußläufig versorgen und besitzt somit eine Nahversorgungsfunktion.

23 vgl. Funktionszuweisung eines Nahversorgungszentrums auf Seite 10.

3. Einzugsgebiet und relevanter Wettbewerb

3.1. Einzugsgebiet des Projektvorhabens

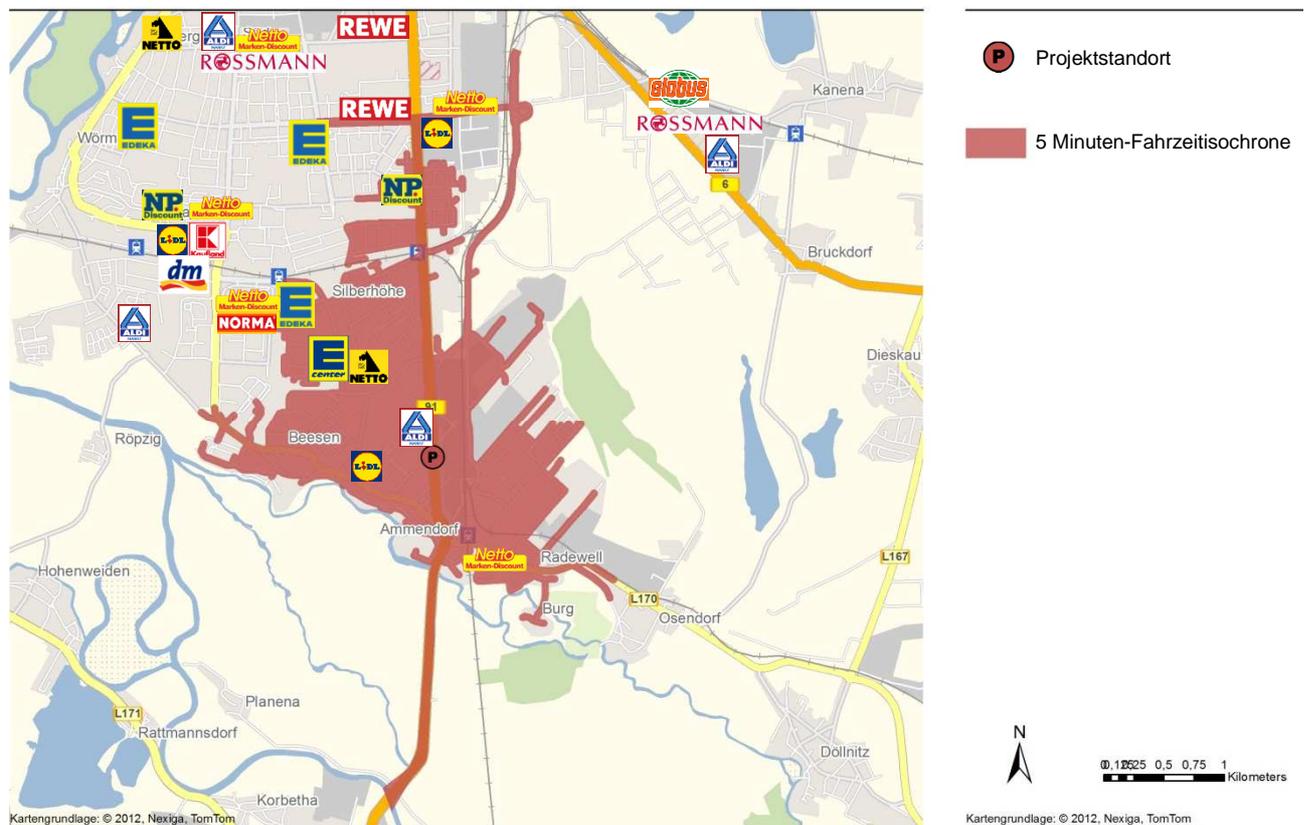
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. Dabei ist von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Untersuchungsstandort auszugehen, da naturgemäß auch Kaufkraftabflüsse zu konkurrierenden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

Zur **Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets** des geplanten Nahversorgungszentrums sind vor allem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Fristigkeit der Nachfrage, insbesondere nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,²⁴
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Standortes und die Verkehrsanbindung,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- der Bestand von konzeptionell bzw. angebotsgleichen Betrieben im Umfeld des Planstandortes und
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft der Vorhaben, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und mögliche Agglomerationseffekte bestimmt wird.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebietes ist neben der Erreichbarkeit die Angebotssituation im weiteren Umfeld des Standortes zu sehen.

Karte 7: Relevante Wettbewerber im Umfeld des Vorhabenstandortes und Erreichbarkeitsisochrone



²⁴ 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).

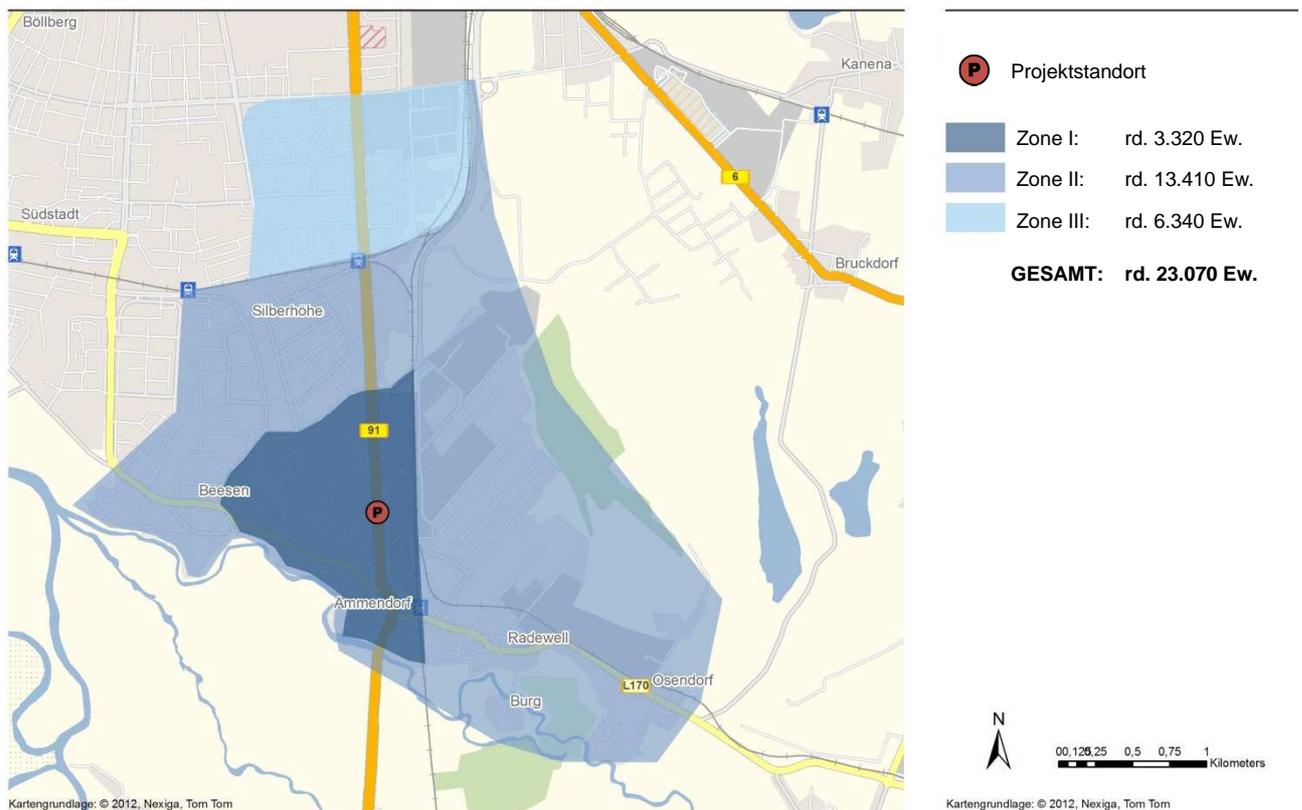
Als **vorhabenspezifische Konkurrenzstandorte**, die das Einzugsgebiet des geplanten Nahversorgungszentrums limitieren, sind vor allem Einzelhandelslagen zu sehen, die von der Struktur und vom Angebot eine vergleichbare Ausstattung besitzen. Hierbei sind insbesondere die für das Vorhaben prägenden Sortimente Lebensmittel und Drogeriewaren relevant.

Nordwestlich des Vorhabenstandortes befindet sich mit dem Kauflandcenter ein wesentlicher Konkurrenzstandort, der durch die leistungsfähigen Anbieter Kaufland, Lidl und dm belegt wird. In nördlicher Richtung liegen verschiedene angebotsgleiche Betriebe, wobei insbesondere die beiden REWE-Märkte (Frau-von-Selmnitz-Straße, Liebenauer Straße) und der im Bau befindliche Rossmann-Markt an der Beesener Straße (im Standortverbund mit Aldi und Netto Marken-Discount) zu nennen sind.

Einen begrenzenden Faktor stellt der Hallesche Einkaufspark (HEP) dar, da hier mit dem Globus SB-Warenhaus, dem Discounter Aldi und einem Rossmann-Drogeriemarkt ein leistungsstarkes Angebot mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten besteht.

Bezüglich der vorstehend skizzierten Wettbewerbssituation im Umfeld des Projektstandortes, aber auch der Erreichbarkeit (Fahrzeitdistanz, vgl. vorstehende Karte), bestehender topographischer und infrastruktureller Zäsuren²⁵ wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.

Karte 8: Zonierung des Einzugsgebiets des geplanten Nahversorgungszentrums



Das Naheinzugsgebiet (**Zone I**) des Projektvorhabens erstreckt sich über einen Großteil des Stadtteils Ammendorf/Beesen. Zu diesem Bereich sind die Gebiete zu zählen, aus denen der Vorhabenstandort an der Merseburger Straße zügig erreicht werden kann. Der Nahbereich wird insbesondere durch den östlich der Merseburger Straße verlaufenden Bahngleiskörper begrenzt, so dass der Standort kein idealtypisches bzw.

²⁵ Für die einzelnen Zonen des Einzugsgebiets besitzen insbesondere städtebauliche Zäsuren (Bahngleiskörper) und natürliche Barrieren (Flussläufe, Grün-/ Waldgebiete) eine begrenzende Wirkung.

in alle Richtungen gleichmäßig ausgreifendes Einzugsgebiet ausprägen kann. In der Zone I wohnen ca. 3.300 Personen.

Das Kerneinzugsgebiet (**Zone II**) umfasst den restlichen Teil von Ammendorf sowie die beiden südöstlich angrenzenden Stadtteile Radewell und Osendorf. In westlicher Richtung schließt der Bereich einen großen Teil des Stadtteils Silberhöhe mit ein. Hier ist jedoch mit einer nachlassenden Bindungsintensität zu rechnen, da insbesondere das Kauflandcenter am Südstadtring gewisse Erreichbarkeitsvorteile und eine hohe Strahlkraft besitzt. Aktuell leben in der Zone II des Einzugsgebietes rd. 13.400 Einwohner.

Der Bereich nördlich des Bahngleiskörpers bzw. der S-Bahnhaltestelle Rosengarten ist als Ferneinzugsgebiet zu sehen. In diesem Gebiet (**Zone III**) sind bereits verschiedene Lebensmittelmärkte vorhanden, jedoch ist aus diesem Bereich eine zügige Erreichbarkeit des Projektstandorts über die Merseburger Straße möglich. Die Marktdurchdringung wird auf Grund der bestehenden Konkurrenzsituation entsprechend niedrig ausfallen. In der Zone III des Einzugsgebietes wohnen rd. 6.300 Personen, so dass das projektierte Vorhaben auf ein maximales Konsumentenpotenzial von ca. 23.000 Personen zurückgreifen kann.

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. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb dieses Bereiches liegen in der Natur der Sache.

Das aufgezeigte Einzugsgebiet des geplanten Nahversorgungszentrums endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Insbesondere ist auf Grund der verkehrlichen Erreichbarkeit des Standortes oder bestehender Pendlerströme mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren können. Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs sind jedoch nicht zum Marktgebiet des projektierten Nahversorgungszentrums zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen anderer Konkurrenzstandorte zu rechnen ist.

3.2. Marktpotenzial im Einzugsgebiet

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für den jeweils projektrelevanten Sortimentsbereich bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping, Online-Handel/E-Commerce und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben²⁶ für den stationären Einzelhandel der projektrelevanten Branchen Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Randsortimente für Non-Food) und Drogeriewaren angesetzt werden.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der jeweiligen **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentspezifische 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. 4). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.²⁷

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen der beiden Branchen für das Marktgebiet des Projektvorhabens errechnet.

Tabelle 3: Marktpotenzial der projektrelevanten Branchen im Einzugsgebiet

	Zone I	Zone II	Zone III	Gesamt
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
Lebensmittel	6,82	27,56	13,13	47,51
Drogeriewaren	0,92	3,72	1,72	6,36

Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur und Marktdaten im Einzelhandel
 MB-Research Nürnberg, Sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern für die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren für die jeweils einzugsgebietsrelevanten PLZ-Bezirke 06130 und 06132

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des jeweiligen sortimentspezifischen Kaufkraftniveaus des einzugsgebietsrelevanten PLZ-Bezirks ergibt sich vorstehendes branchenbezogenes Nachfragepotenzial für das Einzugsgebiet des Vorhabens.²⁸

²⁶ Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur und Marktdaten im Einzelhandel.

²⁷ Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern teilweise deutlich innerhalb der einzelnen Branchen und auch von der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region ab.

²⁸ Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet: Einwohnerzahl x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer.

3.3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Um die städtebaulichen Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens an der Merseburger Straße in Ammendorf zu bewerten wird analysiert, welche **zentralen Versorgungsbereiche** im Einzugsgebiet bzw. im weiteren Umfeld 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.²⁹ 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.³⁰

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.³¹ 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**³² (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.

Im nordwestlichen Bereich des Einzugsgebiets ist das ausgewiesene **Nahversorgungszentrum Silberhöhe** verortet. Weitere zentrale Versorgungsbereiche sind in dem Marktgebiet des projektierten Nahversorgungszentrums nicht vorhanden. Demzufolge sind gemäß dem Prüfauftrag u.a. die Auswirkungen auf den vorstehend genannten zentralen Versorgungsbereich zu untersuchen.

In räumlicher Nähe des zonierten Einzugsgebietes liegen mit dem Nebenzentrum Südstadt und dem Nahversorgungszentrum Vogelweide zwei weitere zentrale Versorgungsbereiche. Gegebenenfalls sind durch einen möglichen Kaufkraftabzug aus diesen Bereichen ebenfalls absatzwirtschaftliche Auswirkungen zu erwarten, was in Folge geprüft wird.

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

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

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

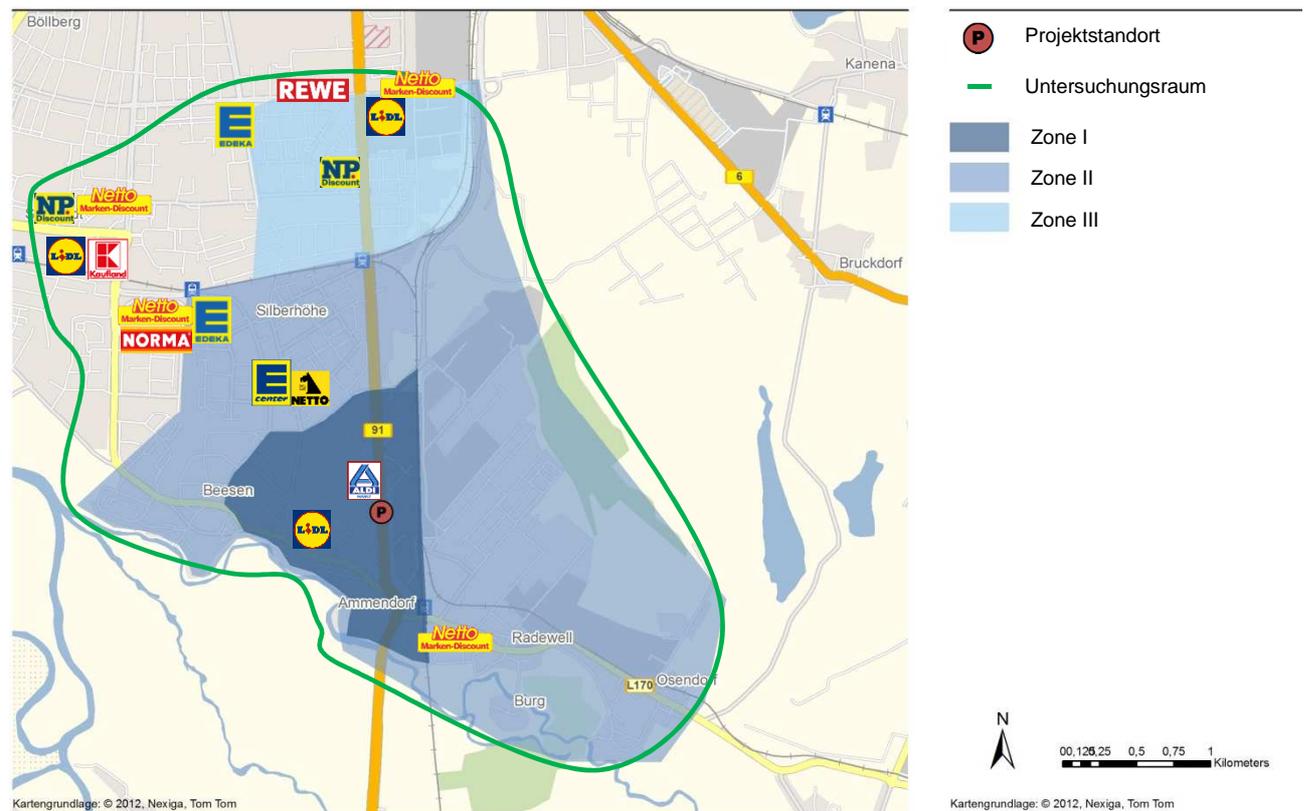
32 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Beschluss des Stadtrats (Beschluss-Nr. V/2013/11902) am 30.10.2013 und Änderungsbeschluss des Stadtrats (Beschluss Nr. VI/2015/00583) am 27.05.2015

3.4. Angebotsanalyse der projektrelevanten Branchen

3.4.1. Lebensmittel

Für die vorliegende Analyse wurden alle projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe bzw. deren Verkaufsflächen³³ im Mai 2016 im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in Halle aufgenommen. In der nachstehenden Karte werden die **strukturprägenden Angebotsbetriebe**³⁴ der Lebensmittelbranche in dem abgegrenzten Einzugsgebiet des Projektvorhabens bzw. in Randbereichen³⁵ hierzu überblicksartig dargestellt.

Karte 9: Angebot an Lebensmittelmärkten im Umfeld des geplanten Nahversorgungszentrums



In dem dargestellten Untersuchungsraum ist aktuell ein Angebot von 53 Lebensmittelanbietern des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Die gesamte Verkaufsfläche beträgt derzeit in diesem Sortimentsbereich rd. 26.000 m².

33 Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst (vgl. Urteile BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, OVG NRW [7 B 1767/08] vom 06.02.2009).

34 Es ist explizit darauf hinzuweisen, dass eine Totalerhebung des Angebots erfolgte, d.h. es wurden alle Angebotsbetriebe ermittelt, welche die projektrelevanten Sortimente als Hauptsortiment führen. Auf Grund des spezifischen Betriebstyps der Projektvorhaben sind dabei jedoch vor allem die Betriebe im Fokus, die vergleichbare Waren als Kernsortiment führen bzw. in Bezug auf den Betriebstyp vergleichbar ausgerichtet sind.

35 Es wurden auch Lebensmittelmärkte im Umfeld des Einzugsgebietes berücksichtigt, da zwischen diesen Anbietern und dem geplanten Supermarkt gewisse Einzugsgebietsüberschneidungen bestehen. So strahlen bspw. die Betriebe nördlich bzw. westlich des abgegrenzten Einzugsgebietes auch auf das Marktgebiet des projektierten Supermarktes aus bzw. binden derzeit Kunden aus diesem Bereich. Beispielhaft ist hier das SB-Warenhaus von Kaufland (Südstadtring) zu nennen, dessen Einzugsbereich den kompletten Marktbereich des geplanten Supermarktes umfasst. Bezüglich dieser Interdependenzen bzw. der zu erwartenden wechselseitigen Wettbewerbsbeziehungen sind somit auch für diese Betriebe ggf. mit Umsatzverlagerungen zu dem Projektstandort zu rechnen, da Kunden die Nachfrage perspektivisch zum Teil auch bei dem projektierten Supermarkt an der Merseburger Straße tätigen und weniger an umliegende Angebotsstandorte fahren werden.

Die aktuelle **Betriebstypenstruktur** (vgl. Anlage 1) wird in dem Untersuchungsgebiet durch das Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus geprägt, da dieser Betriebstyp eine Verkaufsfläche von rd. 10.300 m² einnimmt. Das SB-Warenhaus von Kaufland am Südstadtring präsentiert auf rd. 7.000 m² ein attraktives Vollsortiment auf Discount-Niveau, das durch eine hohe Sortimentsbreite und -tiefe geprägt ist. Das Lebensmittelassortiment wird dabei durch eine leistungsstarke Non-Food-Abteilung ergänzt. Auf Grund der Leistungsfähigkeit besitzt Kaufland eine hohe Kundenakzeptanz und eine hohe Strahlkraft.

Der Verbrauchermarkt E-Center befindet sich in siedlungsintegrierter Lage in der Weißenfelder Straße in der Großwohnsiedlung Silberhöhe. Der Markt führt auf rd. 3.400 m² ein vollumfassendes Sortiment, das sich fast vollständig aus den Segmenten Food und Non-Food I (vgl. Anlage 2) zusammensetzt. Die Präsentation und die Warendarstellung sind als äußerst attraktiv zu beschreiben, ebenso besitzt der Markt einen deutlichen Schwerpunkt auf Frischeprodukte.

In dem Untersuchungsraum sind derzeit zwölf Discounter vorhanden, die eine Verkaufsfläche von rd. 9.500 m² belegen. Die Discounter decken insbesondere das preisorientierte Warenssegment ab, wobei das standardisierte Angebot dieser Märkte im Wesentlichen auf Lebensmittelteilsortimente bzw. sogenannte „Schnelldreher“ begrenzt ist. Alle Märkte sind als durchschnittlich attraktiv zu bewerten, wenngleich in Bezug auf die Darstellung gewisse Attraktivitätsunterschiede bestehen.

Der Betriebstyp Supermarkt ist aktuell durch drei Märkte (2x Edeka, REWE) mit einer Gesamtfläche von rd. 3.700 m² vertreten. Die Supermärkte offerieren ein attraktives und qualitativ höherwertiges Lebensmittelassortiment, wobei die Angebotsbreite und -tiefe deutlich über der von Lebensmitteldiscountern liegt. In allen Supermärkten ist in der Vorkassenzone ein Bäcker vorhanden, so dass zu dem Lebensmittelgrundsortiment auch Frischeprodukte angeboten werden.

Abbildung 6: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Untersuchungsgebiet (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

In dem Untersuchungsgebiet sind verschiedene Getränkemärkte adressiert, die das Angebot in den Warengruppen alkoholische und nicht-alkoholische Getränke abdecken. Die summierte Verkaufsfläche liegt bei rd. 930 m².

Weiterhin existieren zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer), welche die Lebensmittelversorgung im Frischebereich komplettieren. Diese kleinflächigen Angebotsformate sind in den Vorkassenzonen der vorstehend genannten Lebensmittelmärkte und in Streulagen in dem Untersuchungsraum vorzufinden. Die insgesamt 19 Betriebe präsentieren sich größtenteils attraktiv und marktgerecht und besitzen in Summe eine Verkaufsfläche von rd. 470 m². Zum Teil verfügen die Lebensmittelhandwerker auch über Imbissangebote.

Neben den vorstehenden Betriebsformen sind vereinzelt Spezialgeschäfte (SB-Geschäft, Kiosk, Tankstellenshops) vorhanden, die auf ausgewählte Warengruppen bzw. Kundengruppen ausgerichtet sind. Diese Geschäfte besitzen nur eine verhältnismäßig geringe Marktbedeutung.

Abbildung 7: Sonstige Lebensmittelanbieter im Untersuchungsgebiet (Auswahl)


Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit ist bezüglich des flächenseitigen Lebensmittelangebots und der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen ein für die örtlichen Verhältnisse ausgewogenes und gut strukturiertes Versorgungsangebot im Lebensmittelbereich vorhanden.

Nachstehend wird das Lebensmittelangebot in dem Untersuchungsraum – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz³⁶ – nach den einzelnen **Versorgungslagen** zusammenfassend dargestellt. Hierbei wird nach den Betrieben in ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Lagen (außerhalb dieser Bereiche) gemäß dem Hallenser Zentrenkonzept (vgl. Karte 2) differenziert.

Neben den vorstehend dargestellten Angebotsbetrieben wurde bei der folgenden Übersicht noch eine zu erwartende Veränderung eines Lebensmittelmarktes in dem Untersuchungsgebiet berücksichtigt. Hierbei handelt es sich um einen zu erwartenden Ersatzneubau des Edeka-Lebensmittelmarktes im Nahversorgungszentrum Vogelweide (Fliederweg). Es ist eine prospektive Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² angedacht, so dass sich gegenüber dem Bestandsmarkt eine Flächenerhöhung um rd. 400 m² ergibt. Es wurde bereits ein Aufstellungsbeschluss für einen B-Plan (B-Plan Nr. 154) gefasst.

Folgende Tabelle stellt die Verkaufsflächen, die Anzahl der Betriebe und die generierten Umsätze des Lebensmitteleinzelhandels in dem Untersuchungsraum unter Berücksichtigung des beschriebenen Erweiterungsvorhabens dar.

Tabelle 4: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels im Untersuchungsraum nach Lagen

	Verkaufsfläche		Umsatz		Betriebe	
	m ²	%	Mio. EUR	%	abs.	%
Ammendorf (NVZ)	1.150	4	4,69	5	4	8
Silberhöhe (NVZ)	2.580	10	9,69	9	6	11
Vogelweide (NVZ)	1.530	6	5,33	5	3	6
Südstadt (NZ)	8.050	31	34,60	33	5	9
Sonstige Lagen	12.670	49	50,84	48	35	66
Gesamt	25.980	100	105,15	100	53	100

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

36 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.

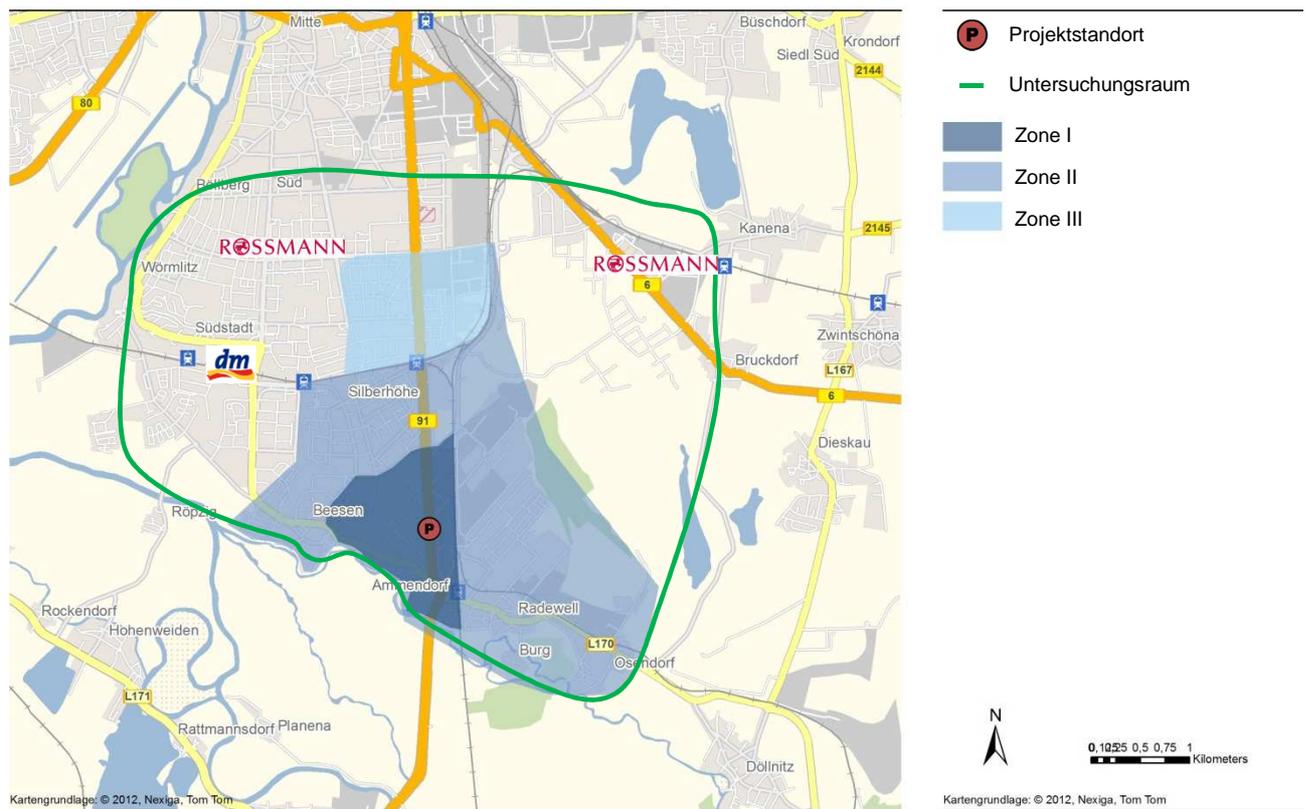
3.4.2. Drogeriewaren

Im Einzugsgebiet des Projektvorhabens ist derzeit überhaupt kein Angebot an Drogeriemärkten vorhanden, so dass die Kaufkraft in diesem Segment aus dem Einzugsgebiet zum großen Teil an andere Angebotsstandorte abfließt. Aktuell ist lediglich eine kleinere Fachdrogerie an der Georgi-Dimitroff-Straße verortet, die auf einer Kleinstfläche ein eingeschränktes Angebot an Drogeriewaren und sonstigen Waren (u.a. Samen, Pflanzenschutzmittel) führt. Die unattraktive Angebotsdarstellung und die begrenzte Auswahlbreite bedingen eine unterdurchschnittliche Attraktivität dieses Geschäftes.

Bezüglich dieser bestehen **Einkaufs- und Kundenverflechtungen** zu anderen Standorten bestehen also Interdependenzen, die nach dem Hinzutreten des geplanten Drogeriemarktes in Form von wechselseitigen Wettbewerbsbeziehungen zum Ausdruck kommen werden. Somit werden sich Umsatzverlagerungen von weiter entfernt liegenden Drogeriemärkten ergeben, da zukünftig in dem Einzugsgebiet ein Drogeriewarenangebot offeriert wird. Somit können Konsumenten dieses Sortiment wohnortnah nachfragen und müssen nicht zwingend zu anderen Angebotsstandorten fahren.

Im konkreten Fall sind daher die Betriebe im weiteren Umfeld auch zu betrachten, da diese absatzwirtschaftlich durch die Umsatzrückholungen zum Standort des Nahversorgungszentrums Ammendorf tangiert werden. Nachfolgend werden die relevanten Anbieter kartographisch dargestellt.

Karte 10: Angebot an Drogeriemärkten im weiteren Umfeld des geplanten Nahversorgungszentrums



In dem dargestellten Untersuchungsraum sind derzeit zwei Drogeriewarenanbieter vorhanden. In Bezug auf die **Betriebstypenstruktur** wird das Angebot aktuell durch je einen Drogeriemarkt von Rossmann (Leipziger Chaussee) und von dm (Südstadtring) geprägt. Beide Märkte bieten auf jeweils rd. 600 m² ein attraktives Vollsortiment an, das durch diverse Randsortimente arrondiert wird. Beide Drogeriemärkte befinden sich in Einkaufszentren (Hallescher Einkaufspark, Kauflandcenter), so dass jeweils eine sehr gute Standortqualität gegeben ist. Insbesondere bezüglich der zahlreichen weiteren Handelsbetriebe in den Centern sind Kopp-

lungen und Synergieeffekte möglich, so dass beide Märkte aus Betreibersicht über attraktive Standorte verfügen.

Perspektivisch ist mit der Eröffnung einer neuen Filiale von Rossmann an der Beesener Straße (Stadtviertel Lutherplatz/Thüringer Bhf.) zu rechnen, die derzeit gebaut wird. Der Drogeriemarkt wird eine Verkaufsfläche von rd. 725 m² besitzen. Der Markt befindet sich im Standortverbund zu einem nebenliegenden Lebensmittelmarkt von Netto Marken-Discount in einer siedlungsintegrierten Lage.

Abbildung 8: Drogeriewarenanbieter im Untersuchungsgebiet (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Nachstehend wird das Drogeriewarenangebot in dem Untersuchungsraum nach einzelnen **Versorgungslagen** zusammenfassend dargestellt. Hierbei wird berücksichtigt, dass aktuell ein weiterer Drogeriemarkt errichtet wird und demnächst eröffnet wird. Für diesen Anbieter wurde in der folgenden Übersicht eine branchenübliche Umsatzleistung unterstellt.

Nachfolgende Tabelle stellt die Verkaufsflächen, die Anzahl der Betriebe und die generierten Umsätze des Drogeriewarenhandels³⁷ in dem Untersuchungsgebiet unter Berücksichtigung des beschriebenen Ansiedlungsvorhabens dar.

Tabelle 5: Angebot des Drogeriewareneinzelhandels im Untersuchungsraum nach Lagen

	Verkaufsfläche		Umsatz		Betriebe	
	m ²	%	Mio. EUR	%	abs.	%
Südstadt (NZ)	600	30	4,29	37	1	25
Sonstige Lagen	1.370	70	7,40	63	3	75
Gesamt	1.970	100	11,69	100	4	100

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

Da aktuell in dem Einzugsgebiet kein Drogeriemarkt vorhanden ist (vgl. Karte 10), decken die Konsumenten ihre Nachfrage nach diesen Produktgruppen auch außerhalb des dargestellten Einzugsgebiets. Ferner werden Drogeriewaren in dem abgegrenzten Einzugsgebiet auch von **branchenfremden Anbietern** offeriert, wobei hier die Randsortimentsabteilungen der bestehenden Lebensmittelmärkte eine wesentliche Rolle spielen.

Diese führen – allerdings auf einer geringen Verkaufsfläche³⁸ – ein ausgewähltes Sortiment an Drogeriewaren, wobei die Verkaufsfläche für diese Produkte nach Gesamtfläche und Konzept des jeweiligen Lebensmittelmarktes differiert. So besitzt bspw. das E-Center in der Weißenfelder Straße mit rd. 200 m² eine vergleichsweise große Drogeriewarenabteilung, während bspw. bei Aldi in der Merseburger Straße das Rand-

37 Für den neuen Rossmann-Drogeriemarkt an der Beesener Straße wurde ein üblicher Gesamtumsatz für solch einen Markt – unter Berücksichtigung der Gesamtverkaufsfläche – unterstellt.

38 Die Verkaufsfläche, die in Lebensmittelmärkten mit Drogeriewaren und Tiernahrung (Non-Food I) belegt wird, liegt i.d.R. zwischen 5 bis 8 % der jeweiligen Verkaufsfläche eines Supermarktes bzw. eines Discounters.

sortiment Drogeriewaren nur knapp 40 m² einnimmt. Grundsätzlich ist jedoch mit dem Hinzutreten des geplanten Drogeriemarktes von gewissen Umsatzverlagerungen von den Bestandsanbietern des Lebensmittelhandels auszugehen.

Abbildung 9: Randsortimentsabteilungen von Lebensmittelmärkten mit Drogeriewaren (Beispiele)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Die Sortimentsüberschneidung des projektierten Drogeriemarktes betrifft auch andere Einzelhandelsbetriebe außerhalb des Lebensmittelhandels. So führt ein Drogeriemarkt derzeit neben Drogeriewaren u.a. auch Haushaltwaren, Schreibwaren, Spielwaren, Tiernahrung und Lebensmittel.³⁹ Demnach ergeben sich neben den Sortimentsüberschneidungen mit Lebensmittelmärkten auch Wettbewerbsbeziehungen zu anderen Anbietern. Demzufolge sind auch branchenfremde Einzelhandelsanbieter in den vorstehend genannten Sortimenten zu berücksichtigen, da sich von diesen Betrieben – wenn auch geringe – Umsatzverlagerungen ergeben werden.

Nachstehend werden die Verkaufsflächen, die Anzahl der Betriebe und die generierten Umsätze von sonstigen Anbietern (außerhalb des Drogeriewaren- und Lebensmittelhandels) dargestellt, die eine Sortimentsüberschneidung⁴⁰ mit dem projektierten Drogeriemarkt besitzen.

Tabelle 6: Angebot von (zu Drogeriemärkten) affinen Märkten im Einzugsgebiet nach Lagen

	Verkaufsfläche		Umsatz		Betriebe	
	m ²	%	Mio. EUR	%	abs.	%
Ammendorf (NVZ)	340	21	0,62	20	1	12
Silberhöhe (NVZ)	110	6	0,42	14	2	25
Sonstige Lagen	1.200	73	2,05	66	5	63
Gesamt	1.650	100	3,09	100	8	100

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

Aus der vorstehenden Übersicht wird deutlich, dass weitere Betriebe die genannten (Rand-)Sortimente eines Drogeriemarktes führen. In der Tabelle werden dabei die Gesamtumsätze der Betriebe aufgeführt, da für die absatzwirtschaftlichen Beeinträchtigungen die Gesamtumsätze eines Betriebes und nicht nur die Umsatzverluste innerhalb einer Warengruppe relevant sind.

39 Die Sortimentsvielfalt von Drogeriemärkten wird bspw. in dem im Mai 2016 eröffneten Rossmann-Markt in der Oppiner Straße in Halle-Trotha deutlich. Die genannten Sortimente des rd. 700 m² großen Rossmann-Marktes nehmen dabei rd. 30 % der Verkaufsfläche (rd. 200 m²) ein.

40 Hierzu zählen vor allem Fachgeschäfte der genannten Branchen und sog. Non-Food-Discounter (Schnäppchenmärkte), welche die Sortimente Haushaltwaren, Schreibwaren, Spielwaren und Tiernahrung auch führen.

4. Auswirkungsanalyse des Projektvorhabens

4.1. 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. bestehenden 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.⁴¹

Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

	Sortiment	
	Zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen für 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

41 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).

10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer **Größenordnung von mehr als 10 %** als gewichtig angesehen werden.⁴²

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, Vorschädigungen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind bspw. bei einer bestehenden Vorschädigung oder bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, 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.⁴³

Neben der Berechnung der Umsatzzumlenkungen 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.⁴⁴

Mögliche Umsatzzumlenkungen, 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.⁴⁵

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**⁴⁶ (vgl. Karte 2), in dem zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO definiert sind. Demzufolge sind gemäß dem Prüfauftrag die Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Pkt. 3.3) und auch die Stadtorte, welche der verbrauchernahen Versorgung dienen, zu untersuchen.

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

43 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 - Umsatzzumverteilungssätze 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).

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

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

46 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 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. 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.

4.2. Umsatzprognose des Projektvorhabens

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung ist der Umsatz des jeweiligen Planvorhabens relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird.

4.2.1. Lebensmittel

Nachfolgend wird für den geplanten Lebensmittelsupermarkt eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**⁴⁷) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des Betriebstyps des Lebensmittelmarktes,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität

ergibt sich für den projektierten Supermarkt ein zu erwartender Jahresumsatz von ca. 6,4 Mio. EUR. Vor allem durch den Einfluss von weiteren lokalen Lebensmittelanbietern im Einzugsgebiet (vgl. Karte 7) und darüber hinaus sowie 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 8 i.V.m. Tab. 3) des Lebensmittelmarktes (inkl. Backshop) nach den einzelnen Zonen im Einzugsgebiet dar.

Tabelle 8: Marktanteilsprognose des projektierten Supermarktes an der Merseburger Straße

Vorhaben	Bereich	Marktpotenzial	Ø Marktanteil ⁴⁸	Umsatz
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.
Supermarkt	Zone I	6,82	~25	1,71
	Zone II	27,56	~14	3,83
	Zone III	13,13	~3	0,39
	<i>Zwischensumme</i>	<i>47,51</i>	<i>~12</i>	<i>5,93</i>
	Streuumsätze			0,46
	Gesamt			6,39

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Naheinzugsgebiet des projektierten Supermarkts (Zone I), das im Wesentlichen die direkte Umgebung des Projektstandortes umfasst (vgl. Karte 8), ist mit einem hohen Marktanteil von rd. 25 % des vorhandenen Nachfragevolumens auszugehen. Hier ist mit der höchsten Marktdurchdringung zu rechnen, da der projektierte Supermarkt aus umliegenden Wohnquartieren fußläufig gut erreichbar ist.

Im Einzugsgebiet der Zone II, das sich über weitere Teile von Ammendorf/Beesen, die beiden südöstlich angrenzenden Stadtteile Radewell und Osendorf und einen Teil des Stadtteils Silberhöhe erstreckt, ist mit einer nachlassenden Bindungsintensität zu rechnen. Dies resultiert aus dem Vorhandensein von weiteren attraktiven Lebensmittelmärkten, insbesondere im Stadtteil Silberhöhe. Ferner ist von einer ansteigenden

47 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.

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

Fahrzeit zum Erreichen des Projektstandortes an der Merseburger Straße auszugehen. In diesem Einzugsbereich ist für den Supermarkt mit einem Marktanteil von ca. 14 % zu rechnen, was einem zu erwartenden Umsatz von ca. 3,8 Mio. EUR entspricht.

Im Ferneinzugsgebiet des Marktes (Zone III), das einen Teil des Stadtviertels Damaschkestraße umfasst, ist mit einer deutlich geringeren Marktdurchdringung von knapp 3 % zu rechnen, was insbesondere auf die Existenz von weiteren Lebensmittelmärkten zurückzuführen ist (vgl. Karte 9). Der Bereich ist jedoch zum erweiterten Einzugsgebiet zu zählen, was auf die gute Erreichbarkeit des Projektstandortes über die Merseburger Straße und insbesondere mögliche Agglomerationseffekte des Lebensmittelmarktes zu dem Drogeriemarkt zurückzuführen ist. In Summe kann der Supermarkt somit einen Marktanteil von ca. 12 % des Nachfragevolumens in dem zonierten Einzugsgebiet binden.

Weiterhin ist neben den vorstehenden Umsatzquellen mit Erlösen von knapp 0,5 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze⁴⁹ resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind u.a. auf den hohen Durchgangsverkehr am Standort, auf Zufallskunden oder auf Pendler zurückzuführen.

Nachfolgend wird auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsfläche die **Raumleistung** des Supermarktes 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 belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Tabelle 9: Prospektive Raumleistung des projektierten Supermarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	TEUR/m ²
Lebensmittel	Supermarkt	6,39	2.150	3,0

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die vorstehend errechnete Raumleistung des Supermarktes liegt im unteren Bereich von bundesdurchschnittlichen Vergleichswerten.⁵⁰ Ein höherer Umsatz wäre auf der projektierten Verkaufsfläche zwar theoretisch möglich, ist jedoch auf Grund

- der im Bundesdurchschnitt niedrigeren lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Halle bzw. in dem Ansiedlungsstadteil (vgl. Abb. 4),
- des Wettbewerbsdrucks durch weitere Großflächenanbieter im direkten Umfeld, insbesondere durch vergleichbare Super- oder Verbrauchermärkte (vgl. Karte 7),
- des begrenzten und nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets mit einem limitierten Nachfragevolumen und
- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der dargestellten Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert für das Vorhaben.

Die Flächenleistung ist ferner unter Berücksichtigung der geplanten Verkaufsfläche zu sehen. Grundsätzlich entwickelt sich im (Lebensmittel-)Einzelhandel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mit, sondern sinkt ab. Dies ist durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die höhere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer fast gleichbleibenden Artikelanzahl anbieten. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter). Demnach kann von dem REWE-Supermarkt keine branchenübliche Raumleistung von rd.

49 Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze 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.

50 Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Supermärkten bei ca. 3,8 TEUR/m² Verkaufsfläche, wobei hier eine Spannweite von 3,3 – 4,3 TEUR/m² üblich ist (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, Seite 8).

3,8 TEUR/m² erzielt werden, da sich dieser Vergleichswert auf eine deutlich kleinere Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² bezieht.

In Bezug auf die Gesamtumsatzleistung eines REWE-Marktes ist festzustellen, dass dieser Anbieter deutschlandweit über alle Filialen hinweg einen durchschnittlichen Umsatz von rd. 5,8 Mio. EUR je Filiale⁵¹ erwirtschaftet. Somit handelt es sich bei der vorstehenden Umsatzprognose von rd. 6,4 Mio. EUR auch unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Fakten um einen maximalen Umsatzwert. Eine Umsatzausweitung ist demnach auszuschließen.

Der untersuchungsrelevante Planumsatz des projektierten Supermarktes wird hauptsächlich mit dem **Kernsortiment** Lebensmittel (Food) erzielt, das einen Verkaufsflächenanteil von rd. 90 % einnimmt. Die Randsortimente⁵² des Non-Food I (Drogeriewaren/Tiernahrung, vgl. Differenzierung in Anlage 2) belegen bei vergleichbaren Supermärkten ca. 7 % der Verkaufsfläche. Der Non-Food-Bereich setzt sich ferner neben festen bzw. standardisierten Non-Food I-Artikeln zu einem deutlich geringeren Teil aus Sortimenten des Non-Food II zusammen.

Die Non-Food II-Sortimente nehmen bei vergleichbar großen REWE-Supermärkten nur rd. 3 % der Verkaufsfläche ein, da diese Warengruppen nur eine Ergänzung des Food-Sortimentes darstellen. Da es sich hierbei um unterschiedliche und flächenseitig unwesentlich ausgeprägte Warengruppen handelt, ist durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Sortimente nicht sinnvoll. Ferner verzichten Supermarktanbieter grundsätzlich auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus dem Non-Food II-Bereich, wie dies bspw. bei einigen Discountern (z.B. Aldi, Lidl) üblich ist.

Im Fazit ist das Non-Food-Standardprogramm eines Supermarktes flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Kernsortiment untergeordnet. Die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs bzw. die sog. nahversorgungsrelevanten Sortimente (Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung) belegen rd. 97 % der Verkaufsfläche, während die restlichen rd. 3 % der Verkaufsfläche Artikel des Non-Food II-Sortiments (mittel- und langfristiger Bedarfsbereich) umfassen.

51 Quelle: Hahn Gruppe, Retail Real Estate Report Germany 2015/2016.

52 Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten, dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998).

4.2.2. Drogeriewaren

Unter Zugrundelegung einer Marktanteilsprognose ist für den Drogeriemarkt ein jährlicher Erlös von rd. 3,0 Mio. EUR zu erwarten. Da in dem Einzugsgebiet⁵³ kein angebotsaffiner Drogeriefachmarkt vorhanden ist, wird das projektierte Vorhaben verhältnismäßig hohe **Marktanteile** erzielen, die im Durchschnitt bei rd. 42 % liegen werden.

Tabelle 10: Marktanteilsprognose des projektierten Drogeriemarktes an der Merseburger Straße

Vorhaben	Bereich	Marktpotenzial	Ø Marktanteil ⁵⁴	Umsatz
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.
Drogeriemarkt	Zone I	0,92	~63	0,58
	Zone II	3,72	~46	1,71
	Zone III	1,72	~22	0,38
	<i>Zwischensumme</i>	6,36	~42	2,67
	Streuumsätze			0,34
Gesamt				3,01

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Naheinzugsgebiet (Zone I) des Drogeriemarktes ist mit einem Marktanteil von rd. 63 % des Nachfragevolumens zu rechnen. Der hohe Marktanteil resultiert aus dem Fehlen von weiteren, vergleichbaren Angeboten, da im näheren Umfeld des Projektstandortes kein angebotsaffiner Drogeriemarkt vorhanden ist.

Der gleiche Fakt trifft auch für das Einzugsgebiet der Zone II zu, so dass sich auch hier ein verhältnismäßig hoher Marktanteil von rd. 46 % ergibt. Hier ist jedoch bereits mit einem gewissen Markteinfluss des im Kauflandcenter bestehenden dm-Drogeriemarktes zu rechnen, so dass die Marktdurchdringung niedriger liegen wird.

In der Zone III wird der Marktanteil geringer ausfallen. Auf die Konsumenten in dieser Zone werden bereits die Drogeriemärkte an der Beesener Straße (im Bau) und im HEP ausstrahlen. In Summe ist für den projektierten Drogeriemarkt jedoch eine relativ hohe Marktdurchdringung von rd. 42 % zu erwarten.

Neben den Umsatzzuflüssen aus dem Einzugsgebiet sind Streuumsätze aus dem weiteren Umfeld zu erwarten, die vor allem aus dem vorbeilaufenden Verkehr am Standort oder durch Zufallskunden bedingt sind.

Unter Berücksichtigung der geplanten Verkaufsfläche von rd. 800 m² ergibt sich für den Drogeriemarkt eine **Raumleistung** von rd. 3,1 TEUR/m² Verkaufsfläche.

Tabelle 11: Prospektive Raumleistung des geplanten Drogeriemarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	TEUR/m ²
Drogeriewaren	Fachmarkt	3,01	800	3,8

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁵³ Anmerkung: Betrachtet man das Angebot an Drogeriemärkten im gesamten Bezirk Süd, so ist derzeit für die insgesamt knapp 67.000 Einwohner (vgl. Abb. 3) lediglich ein Drogeriemarkt (dm [Südstadtring]) vorhanden. Perspektivisch wird ein weiterer Markt (Beesener Straße) hinzutreten, wobei dieses flächenseitige Angebot dann immer noch verhältnismäßig gering ausfällt.

⁵⁴ Die Marktanteile des Drogeriemarktes wurden jeweils separat für die einzelnen Ortsteile bzw. Siedlungsgebiete im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

Die Raumleistung des Drogeriemarktes liegt unterhalb von bundesdurchschnittlichen Vergleichswerten der Branche.⁵⁵ Diese ist einerseits auf die bereits vorstehend aufgeführten Fakten (vgl. Seite 32), insbesondere die niedrige Kaufkraft, das limitierte und nicht ausdehnbare Einzugsgebiet und den nicht wesentlich zu steigenden Marktanteil zurückzuführen.

Andererseits ist der bundesdurchschnittliche Branchenwert mit dem Prognosewert des Projektvorhabens nicht direkt vergleichbar, da der geplante Drogeriemarkt flächenseitig deutlich oberhalb der durchschnittlichen Größe von Drogeriemärkten liegt.⁵⁶ Da sich im Einzelhandel grundsätzlich bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mitentwickelt, sondern absinkt, ist das Erreichen einer höheren Raumleistung unwahrscheinlich. Aus diesem Grund ist die prognostizierte Raumleistung von rd. 3,8 TEUR/m² als realistischer Wert einzustufen.

Hinsichtlich der Gesamtumsatzleistung des geplanten Rossmann-Drogeriemarktes ist festzustellen, dass dieser Anbieter deutschlandweit über alle Filialen hinweg einen durchschnittlichen Umsatz von rd. 2,89 Mio. EUR je Filiale⁵⁷ erwirtschaftet. Somit handelt es sich bei der vorstehenden Umsatzprognose von rd. 3,0 Mio. EUR – auch unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Standortfakten – um einen maximalen bzw. realitätsnahen Umsatzwert.

Der Umsatz des projektierten Drogeriemarktes wird maßgeblich mit dem **Kernsortiment** Drogeriewaren erzielt, das einen Verkaufsflächenanteil von rd. 70 % einnimmt. Die Randsortimente umfassen vor allem Haushaltwaren, Schreibwaren, Spielwaren, Tiernahrung und Lebensmittel (v.a. Naturkost [auch Bio-Lebensmittel], Weine, Süßwaren). Den größten Flächenanteil in diesem Bereich nehmen vor allem die Lebensmittel, gefolgt von Schreib-/ Spielwaren und Haushaltwaren ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich aus einem standardisierten und festen Artikelstamm zusammen, wobei auf Aktionsangebote bzw. auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel meist verzichtet wird.

55 Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Drogeriemärkten zwischen 5,0 bis 6,0 TEUR/m² VK, der Mittelwert liegt bei 5,5 TEUR/m² (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013).

56 Bei dem Betreiber Rossmann beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche rd. 540 m²/Filiale (Quelle: Statista GmbH Hamburg, Dirk Rossmann GmbH - Statista-Dossier).

57 Quelle: Statista GmbH Hamburg, Dirk Rossmann GmbH - Statista-Dossier.

4.3. Auswirkungsanalyse des Ansiedlungsvorhabens

4.3.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur im Umfeld des Ansiedlungsstandortes erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist im Wesentlichen die Überprüfung möglicher **Umsatzumlenkungsprozesse** - die aus zentralen Versorgungsbereichen oder Nahversorgungslagen 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 einzelnen Anbietern und dem Projektstandort,
- die räumliche Verortung des Konsumentenpotenzials und
- der Prognoseumsatz der beiden Projektvorhaben.

Mit dem Hinzutreten der beiden Planvorhaben werden sich in Folge **kumulierte Umsatzumverlagerungen**⁵⁸ von **rd. 8,60 Mio. EUR** (vgl. Tab. 8/10, ohne Streuumsätze) zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben. Da durch die Ansiedlung der beiden Märkte naturgemäß nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern bzw. Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird, geht der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren.

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 eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Ansiedlungsprojektes.

Die absatzwirtschaftlichen Beeinträchtigungen auf die bestehenden **Lebensmittelanbieter** setzen sich aus den Verdrängungsumsätzen zusammen, die durch die Ansiedlung des Supermarktes ausgelöst werden (5,93 Mio. EUR, vgl. Tab. 8). Zuzüglich ist mit partiellen Umsatzeinbußen dieser Lebensmittelanbieter zu rechnen, die sich durch die Umsatzverlagerungen aus den Randsortimentsabteilungen der Lebensmittelmärkte (v.a. Drogeriewaren, Tiernahrung, Haushaltwaren) zu dem geplanten Drogeriemarkt ergeben werden.

Diese Umsatzverlagerungen resultieren aus der Tatsache, dass derzeit in dem Einzugsgebiet kein Drogeriewarenanbieter vorhanden ist, so dass diese Warengruppen teilweise in den bestehenden Lebensmittelmärkten mit eingekauft werden. Dieser Marktanteil des Lebensmittelhandels im Segment Drogeriewaren wird zukünftig reduziert, da mit dem geplanten Drogeriemarkt ein leistungsfähiger Vollsortimentsmarkt hinzukommt.

⁵⁸ Die Berechnungen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden für den Lebensmittel- und den Drogeriemarkt nicht einzeln getätigt, da es sich bei dem Vorhaben um eine Agglomeration handelt. Aus diesem Grund ist üblicherweise die Summationswirkung zu betrachten. Somit werden die Umsätze bzw. die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen in ihrer Gesamtheit ermittelt, da auch durch die Sortimente des Drogeriemarktes gewisse Umsatzumlenkungen bei Lebensmittelmärkten ausgelöst werden.

Die Umsatzverluste der Randsortimentsabteilungen in den Lebensmittelmärkten sind auf rd. 0,76 Mio. EUR zu schätzen, so dass mit dem Hinzutreten des Lebensmittel- und des Drogeriemarktes kumulierte Umsatzverluste des Lebensmittelhandels von **rd. 6,69 Mio. EUR** zu erwarten sind.

Die Umsatzrückgänge für die **Drogeriewarenanbieter** und **sonstige Geschäfte**, die vergleichbare bzw. ähnliche Sortimente führen (bspw. Anbieter von Papierwaren, Tiernahrung, Haushaltwaren, Non-Food-Discounter), werden bei **rd. 1,91 Mio. EUR** liegen.

4.3.2. Städtebauliche Auswirkungen des Projektvorhabens

Auf Grundlage der prognostizierten Umsatzumlenkungen, die durch die Ansiedlung des Lebensmittelsupermarktes und des Drogeriemarktes auf die Bestandsbetriebe des **Lebensmitteleinzelhandels** induziert werden (6,69 Mio. EUR, vgl. Pkt. 4.3.1), errechnet sich eine durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von **rd. 6 %** des aktuell in dem Untersuchungsgebiet getätigten Bestandsumsatzes.

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

- des Betriebstypenbesatzes,
- der Sortimentszusammensetzung und
- der Entfernung betroffener Betriebe zum Projektstandort

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Lebensmittelanbieter aus dem Umfeld des Projektstandortes.

Durch die Sortimentszusammensetzung des Supermarktes 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. Supermärkte, Discounter, Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser) einzustufen sind. Andere Anbieter - bspw. Nahrungsmittelhandwerker, Lebensmittelspezialgeschäfte oder Getränkemärkte - die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

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 der Tatsache, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben 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.⁵⁹

Folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen (zVB) bzw. den sonstigen Lagen im Untersuchungsgebiet (vgl. Tab. 4).

Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzumlenkungen der Ansiedlungsvorhaben auf den Lebensmittelhandel im Untersuchungsgebiet

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Ammendorf (NVZ)	4,69	0,31	6,6
Silberhöhe (NVZ)	9,69	0,40	4,1
Vogelweide (NVZ)	5,33	0,12	2,3
Südstadt (NZ)	34,60	1,54	4,4
Sonstige Lagen	50,84	4,32	8,5
Gesamt	105,15	6,69	6,4

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁵⁹ Die Waren des täglichen Bedarfs (bspw. Lebensmittel, Drogeriewaren) weisen bezüglich des relativ niedrigen Warenwertes und der relativ 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.

Nach dem Hinzutreten des projizierten **Drogeriemarktes** sind Umsatzverlagerungen von betroffenen Handelsbetrieben zu dem Projektstandort in Höhe von rd. 1,91 Mio. EUR zu erwarten, was einer durchschnittlichen Umsatzzumlenkungsquote von **rd. 13 %** des aktuell in dem Untersuchungsgebiet getätigten Bestandsumsatzes entspricht.

Diese Umsatzverluste ergeben sich größtenteils zu Lasten von Drogeriemärkten im Umfeld, da bezüglich der Sortimentszusammensetzung primär angebotsgleiche Drogeriewarenanbieter betroffen sind. Ferner werden auch – in deutlich geringerem Umfang – branchenfremde Anbieter betroffen sein, die Drogeriewaren bzw. die Randsortimente des Drogeriemarktes führen.

Folgende Tabelle beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, die durch den geplanten Drogeriemarkt auf die Angebotsstrukturen in dem Untersuchungsgebiet (vgl. Tab. 5/6) ausgelöst werden.

Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen des Drogeriemarktes auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet

	Bestandsumsatz		Umsatzzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
Ammendorf (NVZ)	0,62		0,01	n.n.
Silberhöhe (NVZ)	0,42		0,01	n.n.
Südstadt (NZ)	4,29		0,74	17,2
Sonstige Lagen	9,45		1,15	12,2
Gesamt	14,78		1,91	12,9

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

Im Folgenden werden die prognostizierten Umsatzverluste in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen detailliert untersucht. Da die berechneten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (vgl. Tab. 12/13) als ein Anhaltspunkt, jedoch nicht als alleiniges Kriterium der Verträglichkeit zu werten sind (vgl. Ausführungen unter Pkt. 4.1), werden die betroffenen zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet einer kurzen Analyse unterzogen. Somit können die zu erwartenden monetären Auswirkungen unter städtebaulichen Gesichtspunkten bewertet werden.

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, die im Segment Lebensmittel mit durchschnittlich knapp 7 % (vgl. Tab. 12) unterhalb der sog. „10 %-Marke“ liegen werden.

Auf Grundlage der Rechtsprechung ist anzunehmen, dass bei diesem Kaufkraftabfluss keine negativen Folgen für die betroffene Handelslage zu erwarten sind. Grundsätzlich ist jedoch zu beachten, dass der 10 %-Schwellenwert lediglich ein Indiz für einen „Anfangsverdacht“ liefern kann (vgl. Ausführungen unter Pkt. 4.1). Somit sind bei möglichen Umsatzverlusten, auch unterhalb des sog. Abwägungsschwellenwertes, i.d.R. die Standortvoraussetzungen bzw. mögliche Vorschädigungen zu beachten.⁶⁰

Aus diesem Grund wird nachfolgend eine städtebauliche Einschätzung des zentralen Versorgungsbereiches Ammendorf eingefügt.

⁶⁰ 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.“

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 ² VK (Erweiterung um ca. 3.500 m ² geplant)
Einzelhandelsbetriebe	8 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel, Textil
Magnetbetriebe	Aldi
Umsatzverluste Lebensmittelhandel	6,6 % des Bestandsumsatzes (0,31 Mio. EUR)
Umsatzverluste sonstiger Handel	keine relevanten Umsatzverluste nachweisbar
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	- Aldi (Merseburger Str.): rd. 7 % - Getränke-Quelle (Merseburger Str.): rd. 3 % - sonstige Lebensmittelanbieter: n.n.



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. Das westlich der Merseburger Straße befindliche Fachmarktzentrum besitzt jedoch eine eigene Parkplatzanlage, ebenso werden ausreichend Parkplätze vor den geplanten Fachmärkten (vgl. Seite 15) geschaffen.

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. Straßenbegleitend zur Merseburger Straße verläuft ein Radweg.

Der Hauptgeschäftsbereich ist um den Kreuzungsbereich Merseburger Straße / Kurt-Wüsteneck-Straße verortet. Hier ist bereits ein kleineres Fachmarktzentrum (ca. 1.600 m² VK) vorhanden. Perspektivisch ist der Bau des projektierten Nahversorgungszentrums auf dem ehemaligen HAVAG-Gelände geplant. Somit kann sich zukünftig zwischen diesen beiden Polen eine verbindende Handelslage entwickeln. Das nähere Umfeld des Nahversorgungszentrums ist von verdichteter Wohnbebauung geprägt, wobei der Standort auf Grund des östlich verlaufenden Bahngleiskörpers kein optimales fußläufiges Einzugsgebiet ausprägen kann. Die Wohnbaustrukturen sind vor allem durch Altbauwohnanlagen geprägt, die z.T. noch einen Sanierungsstau aufweisen.

Der Einzelhandel (rd. 1.700 m²) in dem Nahversorgungszentrum weist überwiegend fachmarkttypische Angebotsstrukturen auf, die von vier Fachmärkten repräsentiert werden. Der restliche Handel umfasst kleinformative Betriebe, deren durchschnittliche Betriebsgröße unter 50 m² je Geschäft liegt.

Perspektivisch ist mit der Ansiedlung des Lebensmittel- und des Drogeriemarktes eine deutliche Aufwertung der Angebotsstrukturen zu unterstellen, wobei sich insbesondere das prospektiv kompetente Angebot der Nahversorgung positiv auf die Frequentierung dieses Bereiches auswirken wird. Der Branchenschwerpunkt wird weiterhin funktionsgerecht auf den sog. nahversorgungsrelevanten Branchen liegen,

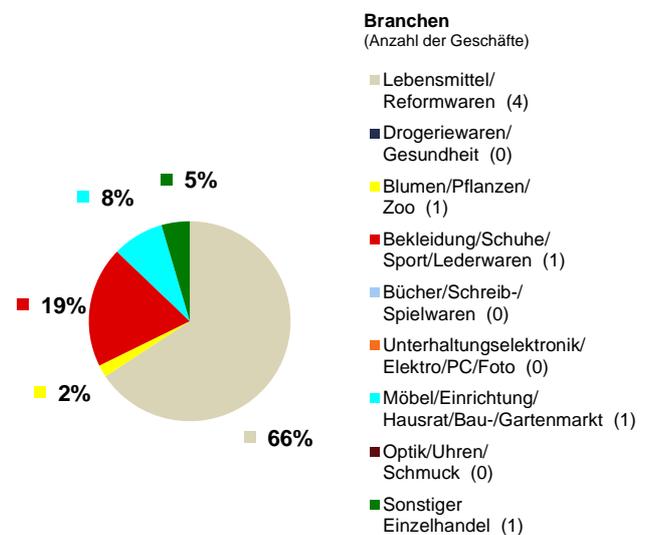
wobei zu dem derzeitigen Magnetbetrieb Aldi mit REWE und Rossmann (geplant) zwei weitere Ankerbetriebe hinzukommen werden. Im Ergebnis wird das Nahversorgungszentrum eine attraktive Sortimentsausprägung, insbesondere im Segment der Nahversorgung aufweisen.

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 vereinzelte Komplementäre (v.a. Dienstleistungs-, Kleingastromieanbieter, Hotel) vorhanden.



Verkaufsflächenstruktur NVZ Ammendorf



Im Fazit besitzt das NVZ Ammendorf mit der Revitalisierung des ehemaligen Straßenbahnhofs und der Belegung durch nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sehr gute Voraussetzungen, sich zu einem attraktiven Versorgungsbereich zu entwickeln. Bezüglich der optimalen Erreichbarkeit und der direkten ÖPNV-Anbindung kann grundsätzlich auf Basis der geplanten Ansiedlung von REWE und Rossmann eine stadtteilbezogene Versorgungsfunktion auf einem hohen Qualitätsniveau dargestellt werden. Mit der Inwertsetzung des Straßenbahnhofs können sich positive Impulse insbesondere auf die straßenbegleitenden Bebauungsstrukturen der Merseburger Straße ergeben. Ferner besitzt der Bereich mit einer zukünftigen Gesamtverkaufsfläche von über 5.000 m² über ein ausreichendes städtebauliches Gewicht.

Die Umsatzverluste für die bestehenden Lebensmittelanbieter im Nahversorgungszentrum Ammendorf werden mit durchschnittlich rd. 7 % unterhalb des Schwellenwertes der Unverträglichkeit (vgl. Tab. 7) 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 vorstehend beschriebenen 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 (REWE), einen Lebensmitteldiscounter (Aldi), einen Getränkemarkt (Getränke Quelle), einen Drogeriemarkt (Rossmann) und durch Nahrungsmittelhandwerker eine hohe Angebotsdichte im Segment der Nahversorgung geschaffen. Somit ist von einer hohen Stabilität dieses Bereiches

auszugehen, zumal zu unterstellen ist, dass sowohl der avisierte Supermarkt (REWE) als auch der Drogeriemarkt (Rossmann) ihre jeweils neuesten Konzepte etablieren werden.

Für den bestehenden Aldi-Markt sind Umsatzrückgänge von rd. 7 % zu erwarten, die seitens des Anbieters problemlos zu verkraften sind. 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 nennen. Durch die Ausnutzung möglicher Kopplungen zu den Nahrungsmittelhandwerkern und zu dem Getränkemarkt, aber auch zu dem preislich adäquat ausgerichteten Textildiscounter KIK, ist eine hohe Standortqualität dieser Handlungslage gegeben.

Die Umsatzumverlagerungen des Aldi-Marktes resultieren aus „Kannibalisierungseffekten“ innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, da zukünftig ein Teil der Kunden den geplanten Supermarkt zum Einkauf nutzen wird. Die Umsatzverschiebungen werden jedoch innerhalb des ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches erfolgen, so dass die Kunden in diesem Bereich gebunden bzw. gehalten werden. Ein möglicher Attraktivitätsverlust dieses Bereiches ist somit auszuschließen.

Auf der anderen Seite werden die geplanten Betriebe REWE und Rossmann zu einer deutlichen Attraktivierung des gesamten Bereiches führen, von der auch die bestehenden Lebensmittelmärkte Aldi und Getränke Quelle profitieren können. Demnach ist von einer deutlichen Stabilisierung der gesamten Einkaufslage auszugehen. Insbesondere wird sich der zentrale Versorgungsbereich gegenüber dem Wettbewerb sicher und stabiler positionieren können. Somit werden sich die ermittelten Umsatzverluste der Lebensmittel-Bestandsanbieter im gewissen Sinne relativieren.

In den vorstehend dargestellten Umsatzverlagerungen des Discounters Aldi sind ebenfalls die marginalen Umsatzrückgänge im Segment Drogeriewaren und Tiernahrung enthalten, die bezüglich der geringen Höhe für Aldi nicht spürbar sein werden. Weitere Umsatzverluste in anderen Handelsbetrieben sind nicht zu erwarten, da die marginalen Umsatzrückgänge auf die restlichen Anbieter (außerhalb des Lebensmittelhandels) hinsichtlich der geringen Höhe nicht nachweisbar sind (vgl. Tab. 13).

Abschließend ist festzustellen, dass für die bestehenden Anbieter geringe Umsatzverluste zu erwarten sind, die nicht zu einer Absiedlung von Betrieben führen wird. Trotz der prognostizierten Umsatzverluste der Bestandsanbieter ist durch die geplante Projektentwicklung des vormaligen Straßenbahnhofs von einer Stabilisierung und Attraktivierung des gesamten Nahversorgungszentrums auszugehen.

Nachstehende Übersicht beschreibt die Auswirkungen auf die sonstigen Lebensmittelanbieter in der Ortslage Ammendorf/Beesen. Die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden dabei einzelbetrieblich lediglich für die bestehenden bzw. strukturprägenden Lebensmittelmärkte dargestellt, die ein umfassendes bzw. dem Projektvorhaben vergleichbares Sortiment führen. Somit sind insbesondere Verbraucher- und Supermärkte sowie Lebensmitteldiscounter relevant, die zudem ein wichtiger Träger der lokalen Nahversorgung in ihren jeweiligen Wohngebieten sind. Da sich für die anderen Lebensmittelanbieter vergleichsweise geringe bzw. größtenteils nicht nachweisbare Umsatzverluste ergeben, werden diese zusammenfassend dargestellt.

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

Netto (Industriestraße 116)	rd. 9 %
Lidl (Broihanstraße 2)	rd. 8 %
Restliche Anbieter:	n.n.

Für den Netto-Markt in der Industriestraße sind Umsatzverluste von rd. 9 % zu erwarten, die maßgeblich durch die Umsatzverlagerungen durch den geplanten Supermarkt und nur zu einem äußerst geringen Teil auf Umsatzrückgänge im Non-Food I-Bereich (Drogeriewaren, Tiernahrung) zurückzuführen sind. Die Umsatzrückgänge werden nicht zu einem Rückzug von Netto führen.

Der Markt kann auf moderne und attraktive Bestandsstrukturen zurückgreifen. Ferner besitzt Netto eine optimale Standortqualität. Dies resultiert einerseits aus der unmittelbaren Nähe zu den verdichteten Wohnsiedlungsbereichen im Stadtteil Silberhöhe, andererseits ist der Markt durch die direkte Lage an der Industriestraße verkehrlich sehr gut anfahrbar. Die vorgelagerte Parkplatzanlage und die barrierefreie Sichtachse stellen weitere optimale Standortvoraussetzungen dar. Ein Rückzug dieses Marktes von seinem Standort ist – trotz der zu erwartenden Umsatzverluste – mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Für den Discounter Lidl werden die prognostizierten Umsatzverluste in Höhe von rd. 8 % nicht zu einer Gefährdung führen. Dies ist aus der Leistungsfähigkeit und Marktstärke dieses umsatzseitig größten deutschen Discountanbieters abzuleiten.⁶¹ Lidl besitzt als überregionaler Filialist eine hohe Stabilität, so dass eine vorhabeninduzierte Absiedlung⁶² als Folge des Marktzutritts des REWE-Marktes nicht realistisch ist.

Zusammenfassend ist bezüglich der zu erwartenden Höhe der monetären Beeinträchtigung der beiden Lebensmittelmärkte Netto und Lidl keine Absiedlung dieser Bestandsmärkte zu erwarten. Dies ist nicht nur aus der Höhe der Umsatzverlagerungen zu dem geplanten Supermarkt abzuleiten, sondern resultiert ebenfalls aus der hohen Leistungsfähigkeit der beiden Lebensmittelfilialisten.

Für die übrigen Lebensmittelanbieter, d.h. kleinformatische Nahrungsmittelhandwerker, SB-Geschäfte oder Getränkemärkte, sind einzelbetrieblich keine absatzwirtschaftlichen Auswirkungen nachweisbar, was auf die geringe Höhe der Umsatzverluste zurückzuführen ist. Die rechnerisch ermittelten bzw. prognostizierten Umsatzverlagerungen liegen über alle vorstehend genannten Anbieter in Summe unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,10 Mio. EUR⁶³, so dass grundsätzlich keine funktionsschädigenden Auswirkungen zu erwarten sind. Diese Umsatzverluste verteilen sich zudem auf zahlreiche Betriebe, so dass einzelbetrieblich keine spürbaren Ertragsausfälle für die jeweiligen Anbieter zu erwarten sind.

Fazit: Für die Ortslage Ammendorf/Beesen sind keine negativen Auswirkungen auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Ammendorf und auf die verbrauchernahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen. Im Gegenteil ist davon auszugehen, dass insbesondere die Handelsstrukturen in dem Nahversorgungszentrum Ammendorf einer deutlichen Aufwertung unterzogen werden und zu einer langfristigen Stabilität dieses Bereiches führen werden.

In dem südöstlich des Ansiedlungsstadtteils befindlichen Stadtviertel **RADEWELL/OSENDORF** ist lediglich ein rudimentärer Einzelhandelsbesatz vorhanden, so dass kein zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden kann. Demnach sind naturgemäß mögliche Folgewirkungen 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.

61 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).

62 Anmerkung: Grundsätzlich ist derzeit zu beobachten, dass Lidl sein aktuelles Filialnetz strafft. Da in dem umliegenden Marktgebiet zwei weitere Filialen (Merseburger Straße/ Südstadtring) mit einer deutlich besseren Standortqualität (insbesondere in Bezug auf die verkehrliche Erreichbarkeit) bestehen, ist aus unserer Sichtweise ggf. langfristig mit einer Absiedlung dieser Filiale in der Broihanstraße zu rechnen. Ein Rückzug von Lidl von diesem Standort wäre jedoch definitiv nicht auf die Ansiedlung des REWE-Marktes und die daraus resultierenden Umsatzverluste zurückzuführen.

63 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.

Folgende Tabelle beschreibt die Umsatzverluste der bestehenden Lebensmittelanbieter in dem Stadtviertel Radewell/Osendorf.

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

Netto Marken-Discount (Regensburger Straße 137)	rd. 8 %
Restliche Anbieter:	n.n.

Die Filiale von Netto Marken-Discount im westlichen Eingangsbereich von Radewell ist der einzige Lebensmittelmarkt⁶⁴ für die rd. 1.700 Einwohner umfassenden Ortsteile und ein wichtiger Träger der lokalen Nahversorgung. Für Netto Marken-Discount sind Umsatzverluste von rd. 8 % zu prognostizieren, die zum größten Teil durch die Ansiedlung des geplanten Supermarkts induziert werden. Die Umsatzzumverlagerungen im Segment Non-Food I (Drogeriewaren/ Tiernahrung) werden zu dem geplanten Drogeriemarkt niedrig ausfallen.

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. Marktdurchdringung⁶⁵ handelt.

Fazit: Eine Schädigung der verbrauchernahen Versorgung in den Ortsteilen Radewell und Osendorf ist mit Blick auf die vorhabeninduzierten Umsatzverluste des einzigen Lebensmittelmarktes (Netto Marken-Discount) nicht zu erwarten.

Das Stadtviertel SILBERHÖHE weist einen relativ hohen Bestand an Lebensmittelverkaufsfläche auf, was insbesondere auf die hohe Siedlungsverdichtung und die daraus folgende Nachfrage in diesem Stadtteil zurückzuführen ist. Für die Bewertung der Auswirkungen sind insbesondere die Umsatzverlagerungsprozesse aus dem Nahversorgungszentrum Silberhöhe relevant, das knapp 3 km von dem Vorhabenstandort an der Merseburger Straße 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 ² VK
Einzelhandelsbetriebe	16 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel
Magnetbetriebe	Edeka, Netto Marken-Discount
Umsatzverluste Lebensmittelhandel	4,1 % des Bestandumsatzes (0,40 Mio. EUR)



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

64 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.

65 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).

Umsatzverluste sonstiger Handel	keine relevanten Umsatzverluste nachweisbar
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	<ul style="list-style-type: none"> - Edeka (Wilhelm-von-Klewiz-Straße): rd. 4 % - Netto Marken-Discount (Philipp-von-Ladenberg-Straße): rd. 3 % - sonstige Lebensmittelanbieter: n.n.

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 Anfahrbarekeit 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 mit zwei Straßenbahnhaltstellen eine direkte ÖPNV-Anbindung. Mit dem S-Bahnhof Silberhöhe besteht auch ein Anschluss an das städtische S-Bahnnetz, ferner wird der S-Bahnhof auch von dem Stadtbus angefahren. 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 fußläufigen Nahbereich zurückgreifen, wenngleich die Einwohnerentwicklung rückläufig ist.

Der Hauptgeschäftsbereich setzt sich aus einem Edeka-Markt und 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 Lebensmittelmarkt von Netto Marken-Discount verortet. Nördlich des Edeka-Markts befindet sich u.a. ein modernes Ärztehaus („Gesundheitszentrum Silberhöhe“), in dem zahlreiche Arztpraxen vorhanden sind und auch diverse Gesundheitsdienstleistungen angeboten werden. In Folge liegt hier der Zugang zum S-Bahnhof Silberhöhe.

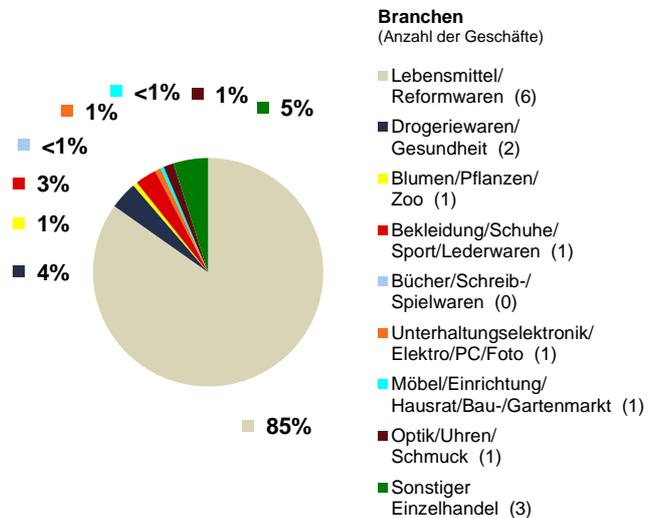
Der Einzelhandel umfasst eine Verkaufsfläche von rd. 3.000 m², so dass ein attraktiver flächenseitiger Angebotsbesatz vorhanden ist. Als Magnetbetriebe fungieren die beiden Lebensmittelmärkte Edeka und Netto Marken-Discount, die funktionsgerecht den Großteil der Fläche einnehmen. Weitere kleinteilige Handelsbetriebe arrondieren dieses Angebot, so dass – für die örtlichen Verhältnisse – ein relativ breites Angebot dargestellt wird. Bezüglich der eingeschränkten verkehrlichen Anfahrbarekeit strahlt das Angebot jedoch vorwiegend nur 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 kleinformatischen 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 Lebensmittelanbietern durchschnittlich rd. 4 % (vgl. Tab. 12) betragen. Demnach ist für diesen Bereich kein „Anfangsverdacht“ auf mögliche negative Auswirkungen abzulesen, da die zu erwartenden Umsatzverlagerungen zu dem Standort des Nahversorgungszentrums in der Merseburger Straße mit einem hohen Sicherheitspuffer unterhalb des Abwägungsschwellenwerts der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Pkt. 4.1) liegen werden.

Die Umsatzrückgänge werden für den Magnetanbieter in dem Nahversorgungszentrum Silberhöhe, den Edeka-Supermarkt, bei rd. 4 % liegen. Edeka verfügt mit fast 1.700 m² 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 Lebensmittelmarkt von Netto Marken-Discount, der im Jahr 2011 eröffnet wurde, besitzt eine konzeptkonforme Verkaufsfläche von knapp 800 m². Netto verfügt über eine vorgelagerte Parkplatzanlage und somit auch über gute Standortbedingungen für motorisierte Kunden. Die Standortrahmendaten – insbesondere die hohe Mantelbevölkerung im fußläufigen Umfeld – sind somit für diesen Markt für die örtlichen Gegebenheiten als sehr gut zu bewerten, so dass die Umsatzrückgänge in Höhe von rd. 3 % als verkräftbar einzustufen sind.

Im Ergebnis sind die Umsatzverluste für die beiden 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 Folgewirkungen 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. 14 %
Norma (Hermann-Heidel-Straße 11)	rd. 3 %
Restliche Anbieter:	n.n.

Für das E-Center in der Weißenfelser Straße sind vergleichsweise hohe Umsatzverluste von rd. 14 % zu erwarten, die auf eine adäquate Angebotsausrichtung dieses Marktes im Vergleich zu dem geplanten Supermarkt und den Drogeriemarkt zurückzuführen sind. So führt Edeka ein Vollsortiment im Lebensmittelbereich, das insbesondere in Bezug auf die preisliche Ausrichtung und die Darstellung mit dem projektrelevanten Supermarkt vergleichbar ist. Ferner wird Edeka auch durch die Sortimente des Drogeriemarktes tangiert, da Edeka u.a. Drogeriewaren, Tiernahrung und Haushaltwaren anbietet. Somit ist auch von gewissen Umsatzverlagerungen im Randsortiment von Edeka auszugehen.

Ein Rückzug des Marktes ist u.E. jedoch nicht zu erwarten. Der Edeka-Verbrauchermarkt führt auf rd. 3.400 m² ein vollumfassendes Sortiment, das sich größtenteils aus den Segmenten Food und Non-Food I zusammensetzt. Die Präsentation und die Warendarstellung sind als äußerst attraktiv zu beschreiben, ebenso besitzt der Markt mit seinen Frischetheken einen deutlichen Schwerpunkt auf Frischeprodukten. Weiterhin lassen die moderne und großzügige Gestaltung des Marktes, die kundenattraktive Warenpräsentation und die Größe der Verkaufsfläche auf eine hohe Leistungsfähigkeit und auch Kundenakzeptanz schließen.

Das E-Center ist neben den guten objektseitigen Gegebenheiten auch durch eine sehr gute Standortqualität geprägt. Der Markt befindet sich in siedlungsintegrierter Lage in der Großwohnsiedlung Silberhöhe und kann allein im Nahbereich (800 m Laufweg) auf ein hohes Konsumentenpotenzial von rd. 6.100 Personen zurückgreifen. Ferner ist der Standort auch verkehrstechnisch gut über die Weißenfelser Straße angebunden, so dass hinsichtlich der vorgelagerten Parkplatzanlage und der bestehenden Sichtachse zur Weißenfelser Straße bzw. zur Industriestraße sehr gute Standortvoraussetzungen gegeben sind.

Neben dem E-Center sind weitere Einzelhandelsbetriebe⁶⁶ in einer Mall in dem Einkaufszentrum vorhanden, so dass in Summe mit fast 4.000 m² 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 ist auch unter Berücksichtigung der Höhe der zu erwartenden Umsatzverlagerungen keine Absiedlung des E-Centers zu erwarten.

In der vorstehend beschriebenen Mall ist mit Tedi ein sog. Non-Food-Discounter angesiedelt. Der Markt wird nach dem Hinzutreten des Drogeriemarktes durch dessen Randsortimente gewisse Umsatzumlenkungen hinnehmen müssen. Diese sind jedoch bezüglich der geringen Höhe, die unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze⁶⁷ liegen, grundsätzlich monetär nicht spürbar. Demnach sind keine funktions-schädigenden Auswirkungen auf diesen Anbieter nachweisbar.

Die Umsatzverluste des Norma-Marktes in der Hermann-Heidel-Straße, der unweit des zentralen Versorgungsbereiches Silberhöhe liegt, werden mit rd. 3 % nicht zu einer Beeinträchtigung dieses Anbieters führen. Grundsätzlich ist für diesen Markt zu konstatieren, dass deutliche Aufwertungspotenziale in Bezug auf die

66 An dem Standort sind neben dem Non-Food-Discounter Tedi weitere kleinformatige Anbieter (u.a. Bäckerei, Tabak-Shop, Vodafone, Blumenladen, Apotheke) vorhanden, so dass in Summe eine gute Auswahlvielfalt im Segment der Nahversorgung angeboten wird.

67 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 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.

Außengestaltung bzw. die Außenanlagen bestehen. Mit einer möglichen Attraktivierung des Marktes ist von einer langfristigen Stabilisierung dieses Anbieters auszugehen.

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 sehr guten Standort- und Objektqualität sowie der attraktiven Sortimentsgestaltung des zur Edeka-Gruppe gehörenden Marktes nicht realistisch.

In dem Stadtviertel **SÜDSTADT** befindet sich nordwestlich des Projektstandortes das rd. 4 km entfernt liegende Nebenzentrum Südstadt. Der Bereich ist mit ca. 19.000 m² Verkaufsfläche der flächenseitig größte Handelsstandort im Bezirk Süd. Umseitig wird eine städtebauliche Einschätzung dieses Versorgungsbereiches vorgenommen.

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 ² VK
Einzelhandelsbetriebe	30 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel, Zoo, Mode, Einrichtungsbedarf, Unterhaltungselektronik
Magnetbetriebe	Kaufland, Lidl, dm, AWG Mode, Woolworth, Deichmann, Reno, Medi Max
Umsatzverluste Lebensmittelhandel	4,4 % des Bestandsumsatzes (1,54 Mio. EUR)
Umsatzverluste sonstiger Handel	17,2 % des Bestandsumsatzes des Drogeriewarenhandels (0,74 Mio. EUR)
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	- Kaufland (Südstadtring): rd. 4 % - Lidl (Südstadtring): rd. 3 % - dm (Südstadtring): rd. 17 % - sonstige Lebensmittelanbieter: n.n.



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

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 ampelgeregelte Fußgängerüberwege über die vorstehend genannten, vielbefahrenen Straßenzüge direkt möglich, da sich das definierte Nebenzentrum nicht in einer siedlungsintegrierten Lage befindet.

Der Umgriff des zentralen Versorgungsbereiches gliedert sich (mit Ausnahme der Tankstelle, die aus Handelssicht keine Rolle spielt) in zwei Standortbereiche. Der Hauptgeschäftsbereich umfasst das attrak-

tive 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 im fußläufigen Nahbereich zurückgreifen.

Westlich des Kauflandcenters sind in einer Agglomeration diverse Fachmärkte angesiedelt. Die Märkte, die in einer funktionalen Bauweise errichtet wurden, können auf Grund der Weitläufigkeit und auch der unattraktiven Wegebeziehung zum Kauflandcenter keine direkten Austauschbeziehungen ausbilden.

Der Einzelhandel im Kauflandcenter belegt derzeit rd. 15.700 m², so dass zuzüglich des Bestands in den angrenzenden Fachmärkten ein flächenseitig attraktives Gesamtangebot von ca. 19.000 m² 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.

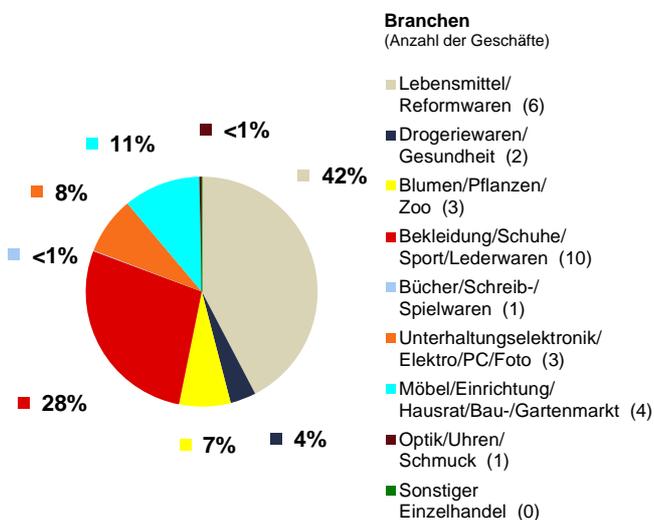
Der Handelsbestand im Kauflandcenter wird durch die angrenzenden Fachmärkte zielgerecht abgerundet. Mit einem Lebensmitteldiscounter (Lidl), einem Möbelmarkt (Dän. Bettenlager), einem Zoofachmarkt (Futterhaus) und einem Haushaltwaren-Discounter (Pfennigpfeiffer) sind weitere großformatige und kundenattraktive Anbieter vorhanden. Die Attraktivität des gesamten Nebenzentrums wird auch anhand der durchschnittlichen Geschäftsgröße deutlich, die mit knapp 640 m² 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 beschriebene Einzelhandel wird durch zahlreiche Komplementäre im Kauflandcenter ergänzt. In der Mall sind vor allem verschiedene Dienstleistungs- und Kleingastronomieanbieter vorhanden, während im 2. und 3. Obergeschoss u.a. Büros, Dienstleistungsbetriebe und weitere Nutzungen (Sport, Freizeit, Stadteilbibliothek, 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, insbesondere im Kauflandcenter. Neben der sehr guten Standortqualität (Erreichbarkeit, Fernwirkung, Parken, ÖPNV) verfügt der Standort in seinem Nahbereich über ein hohes Kundenpotenzial, so dass auch auf Grund der soliden Nachfragebasis eine hohe Stabilität dieses Bereiches besteht.

Für die Lebensmittelanbieter im ausgewiesenen Nebenzentrum Südstadt sind durchschnittliche Umsatzverluste von rd. 4 % zu prognostizieren (vgl. Tab. 12). Diese Umsatzrückgänge liegen unterhalb des Schwellenwertes der Unverträglichkeit von rd. 10 %, so dass aus der Höhe dieses Wertes keine negativen Folgewirkungen zu erwarten sind. Insbesondere ist dies auch 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 dem Nebenzentrum keine städtebaulichen Vorschädigungen ersichtlich.

Den Großteil der Umsatzverluste wird in dem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich der Anbieter Kaufland zu verkraften haben. Kaufland präsentiert auf rd. 7.000 m² ein attraktives Vollsortiment, 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 Filialen⁶⁸ innerhalb dieser Betriebsform deutlich, andererseits erreicht die Schwarz-Gruppe – zu der Kaufland angehört – nach der Edeka-Gruppe mit die höchste Marktdurchdringung.⁶⁹ Auf Grund der hohen Leistungsfähigkeit ist abzuleiten, dass die zu erwartenden Umsatzverluste in Höhe von rd. 4 % zu verkraften sind.

Die Umsatzzumlenkungen von dem ebenfalls zur Schwarz-Gruppe gehörenden Lidl-Markt werden bei rd. 3 % des Bestandsumsatzes liegen. Bezüglich der geringen Höhe der Umsatzverlagerungen, der sehr guten Standortqualität dieses Marktes und dessen Leistungsfähigkeit ist keine Absiedlung zu erwarten. Ferner ist das Sortiment von Lidl konsequent in einem discountorientierten Bereich etabliert, während der ansiedlungsrelevante Supermarkt von REWE auf ein preislich höheres Niveau ausgerichtet ist.

Für den dm-Drogeriemarkt sind Umsatzverluste von rd. 17 % seines Bestandsumsatzes zu prognostizieren. Die verhältnismäßig hohen Umsatzverlagerungen zu dem Projektstandort an die Merseburger Straße resultieren aus dem Fakt, dass derzeit in der Südstadt bzw. den angrenzenden Gebieten kein weiterer Drogeriemarkt vorhanden ist. Demnach besitzt dieser Markt eine gewisse „Monopolstellung“ und kann als alleiniger Anbieter einen überdurchschnittlich hohen Umsatzanteil binden.

In Folge der geplanten Ansiedlung wird sich die Umsatzleistung des Marktes entsprechend vermindern, was auch zu einer Absenkung der Flächenleistung von dm führen wird. Die Flächenleistung von dm wird jedoch nicht auf ein Niveau absinken, das den weiteren rentablen Betrieb dieses Marktes nicht ermöglicht. Es ist im Gegenteil davon auszugehen, dass dm weiterhin eine überdurchschnittlich hohe Raumleistung erzielen kann.

68 Kaufland hat mit 642 Märkten die mit Abstand höchste Anzahl an Filialen im Segment SB-Warenhaus/Verbrauchermarkte. 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).

69 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 Lebensmittelmarkte der Schwarz-Gruppe mit durchschnittlich 7.030 EUR/m² Verkaufsfläche eine deutlich überdurchschnittliche Flächenleistung. (Quelle: Statista GmbH Hamburg, Bruttoumsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche der führenden Vertriebslinien im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland im Jahr 2014).

Dies ergibt sich auch aus der Tatsache, dass die Einwohner in dem gesamten Bezirk Süd (ca. 66.900 Personen, vgl. Abb. 3) derzeit über ein Nachfragevolumen⁷⁰ nach Drogeriewaren von rd. 18,58 Mio. EUR verfügen. Perspektivisch werden zwar neben dem dm-Drogeriemarkt mit Rossmann an der Beesener Straße und an dem Projektstandort Merseburger Straße drei Anbieter in diesem Gebiet vorhanden sein, jedoch ist für alle Drogeriemärkte (auch unter Berücksichtigung von Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete) von einer ausreichenden Potenzialbasis auszugehen. Demnach können alle Drogeriemärkte in ihrem jeweiligen Umfeld auf eine solide Nachfrage zurückgreifen, die den rentablen Betrieb eines entsprechenden Marktes zulässt.

Für den dm-Drogeriemarkt ist festzuhalten, dass es sich in Bezug auf den generierten Umsatz um die größte deutsche Drogeriemarktkette handelt, die hinsichtlich des Gesamtumsatzes und des Marktanteils die Marktführerschaft in Deutschland einnimmt.⁷¹ Bezüglich der hohen Leistungsfähigkeit von dm ist nicht davon auszugehen, dass sich dieser Anbieter von seinem aktuellen Standort im Kauflandcenter zurückziehen wird.

Des Weiteren stellen sich die Standortvoraussetzungen für dm und auch für Kaufland optimal dar. Dies leitet sich aus der bereits vorstehend beschriebenen Standortqualität des Kauflandcenters ab. Neben dm und 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 bzw. von dm mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Zusammenfassend ist insbesondere auf Grund der sehr guten Standortqualität und der hohen Leistungsfähigkeit der betroffenen Lebensmittelmärkte Kaufland und Lidl sowie des dm-Drogeriemarktes ein Rückzug dieser Anbieter aus dem zentralen Versorgungsbereich Südstadt nicht anzunehmen. Ferner wird auch der möglichen weiteren Entwicklung dieses zentralen Versorgungsbereiches⁷² im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO nicht entgegengewirkt, da hier bereits ein Lebensmittel-Vollsortimenter und ein Drogeriemarkt vorhanden sind. Eine flächenseitige Weiterentwicklung dieses Bereiches ist daher nicht notwendig, da der Lebensmittel- und der Drogeriewarenhandel bereits ca. 46 % der gesamten Verkaufsfläche dieses Bereiches einnimmt.

Neben dem Angebot in dem vorstehend beschriebenen zentralen Versorgungsbereich Südstadt sind in dem Untersuchungsgebiet (vgl. Karte 9) weitere Lebensmittelanbieter außerhalb dieses schützenswerten Bereiches 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. 3 %
NP (Turiner Eck 2)	rd. 1 %
Restliche Anbieter:	n.n.

Für Netto Marken-Discount, der sich in einem kleineren, jedoch funktionierenden Nahversorgungszentrum an der Amsterdamer Straße befindet, sind nur geringe vorhabeninduzierte Umsatzumverlagerungen von ca. 3 % zu prognostizieren. Ein Rückzug dieses Marktes ist insbesondere bezüglich der geringen Höhe nicht zu erwarten.

⁷⁰ vgl. Berechnungsmethodik unter Punkt 3.2.

⁷¹ Die Drogeriemarktkette dm generiert einen Jahresumsatz von 6,40 Mrd. EUR und liegt damit deutlich vor Rossmann (5,38 Mrd. EUR) und Müller (25,84 Mrd. EUR). Der Umsatzanteil von dm im Markt für Drogeriewaren beträgt ca. 18,5 %. Rossmann besitzt einen Marktanteil von rd. 10,9 %, Müller von 2,8 %. (Quelle: Statista GmbH Hamburg, Dirk Rossmann GmbH - Statista-Dossier).

⁷² Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre bspw. anzunehmen, wenn durch die Entwicklung des Nahversorgungszentrums an der Merseburger Straße die geplante Realisierung eines vergleichbaren Ansiedlungsvorhabens im zentralen Versorgungsbereich Südstadt gefährdet wäre. Dies ist nicht der Fall, da bereits ein umfangreiches Angebot im Segment Lebensmittel und Drogeriewaren vorhanden ist.

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 und einer städtebaulichen Aufwertung bedürfen. Andererseits besitzt NP mit rd. 1.100 m² eine attraktive und großzügig dimensionierte Verkaufsfläche, so dass die marginalen Umsatzverluste zu verkraften sind.

Fazit: Eine negative Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches Südstadt ist auf Basis der vorstehenden Diskussion nicht anzunehmen. Dies resultiert insbesondere aus der hohen Leistungsfähigkeit der betroffenen Anbieter und der sehr guten Standort- und Objektqualität des Kauflandcenters. Ein Abbau von wohnortnaher Versorgung, die durch zwei siedlungsintegriert liegende Lebensmitteldiscounter in der Südstadt sichergestellt wird, ist ebenfalls nicht zu erwarten.

Nördlich des Projektstandortes wird in rd. 4,5 km Entfernung an der Beesener Straße im Stadtviertel **LUTHERPLATZ/THÜRINGER BAHNHOF** ein weiterer Drogeriemarkt angesiedelt. Die Handelsimmobilie wird aktuell gebaut, so dass mit einem zeitnahen Einzug des Marktes zu rechnen ist. Der geplante Drogeriemarkt befindet sich dabei im Standortverbund mit zwei Lebensmittelmärkten (Netto Marken-Discount, Aldi). Demnach können alle Anbieter in Summe in kompetentes Nahversorgungsangebot präsentieren und mögliche Kopplungen bzw. Synergieeffekte untereinander erzeugen.

Die Umsatzverlagerung zum Projektstandort des Nahversorgungszentrums an der Merseburger Straße stellt sich für den geplanten Anbieter Rossmann wie folgt dar.

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

Rossmann (Beesener Straße)	rd. 13 %
----------------------------	----------

Für die neue Filiale von Rossmann ist nach dem Hinzutreten des Drogeriemarktes in dem Nahversorgungszentrum Ammendorf mit einem Umsatzrückgang von rd. 13 % zu rechnen. Dies resultiert aus dem Fakt, dass auch Anbieter aus dem Einzugsgebiet des Nahversorgungszentrums (insbesondere aus der Zone III, vgl. Karte 10) den Rossmann-Markt in der Beesener Straße zur Deckung ihrer Nachfrage aufsuchen. Mit dem Hinzutreten des neuen Marktes an der Merseburger Straße wird teilweise eine Umorientierung der Konsumenten stattfinden, was zu den benannten Umsatzverlusten des Rossmann-Marktes in der Beesener Straße führen wird.

Prinzipiell werden diese Umsatzrückgänge nicht zu einem Rückzug von Rossmann an der Beesener Straße führen. Dies ist insbesondere aus der bereits vorstehenden Diskussion abzuleiten, da perspektivisch für die drei bestehenden Drogeriemärkte ein ausreichendes Nachfragepotenzial vorhanden ist, das den rentablen Betrieb aller Märkte ermöglicht.

Ferner ist bezüglich der Betreibergleichheit der Standorte Beesener Straße und Merseburger Straße davon auszugehen, dass Rossmann die wechselseitige Beeinflussung beider Standorte bzw. Märkte für gering hält, so dass beide Drogeriemärkte langfristig betrieben werden können. Dies bestätigt die bereits vorstehend getroffene Einschätzung zu dem ausreichend vorhandenen Nachfragepotenzial im weiteren Umfeld der bestehenden Märkte.

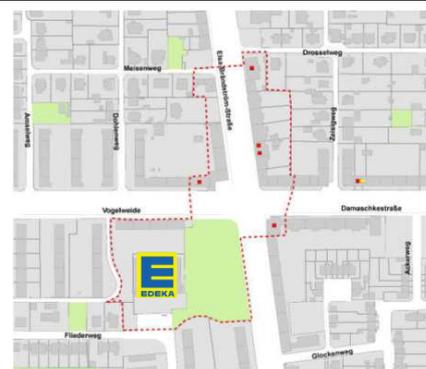
Ferner ist keine signifikante Überlagerung des Kerneinzugsgebiets der beiden Rossmann-Märkte an der Merseburger Straße und des zukünftigen Marktes an der Beesener Straße festzustellen. Der Markt in dem geplanten Nahversorgungszentrum an der Merseburger Straße strahlt überwiegend auf die Stadtviertel Ammendorf/Beesen, Radewell/Osendorf und Silberhöhe aus. Demgegenüber umfasst der Kerneinzugsbereich des Rossmann-Marktes an der Beesener Straße vor allem die Stadtviertel Lutherplatz/Thüringer Bahnhof, Gesundbrunnen und den nördlichen Bereich des Stadtviertels Damaschkestraße.

Fazit: Eine Schädigung des geplanten Drogeriemarktes an der Beesener Straße ist bezüglich der guten Standortqualität des Marktes, des ausreichenden Nachfragepotenzials und insbesondere auf Grund der zu erwartenden gleichen Betreiber beider Märkte mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Folgende Übersicht stellt einen städtebaulichen Kurzcheck für das Nahversorgungszentrum Vogelweide dar, das im westlichen Teil des Stadtviertels **DAMASCHKESTRASSE** an der Gemarkungsgrenze zu den Stadtvierteln Südstadt und Gesundbrunnen liegt.

Städtebaulicher Kurzcheck Nahversorgungszentrum Vogelweide

Lage	Bezirk Süd / Stadtviertel Damaschkestraße/ Gesundbrunnen und Südstadt
Einwohner Nahbereich	bis 500 m Laufweg: ca. 7.490 Ew. bis 800 m Laufweg: ca. 11.710 Ew.
Einzelhandelsfläche	ca. 1.310 m ² VK
Einzelhandelsbetriebe	7 Ladengeschäfte
Leitbranchen	Lebensmittel
Magnetbetriebe	Edeka
Umsatzverluste Lebensmittelhandel	2,3 % des Bestandsumsatzes (0,12 Mio. EUR)
Umsatzverluste sonstiger Handel	keine relevanten Umsatzverluste nachweisbar
Einzelbetriebliche Umsatzverluste:	- Edeka (Fliederweg): rd. 2 % - sonstige Lebensmittelanbieter: n.n.



Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), Karte 57
 Bearbeitung: BBE Handelsberatung

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 Fahrzeugfrequenz 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 o.g. Kreuzungsbereich, wobei die mehrspurig ausgebauten Straßenzüge eine gewisse Barrierewirkung haben. Somit kann sich auch zukünftig keine zusammenhängende bzw. geschlossene Handlungslage ausprägen. 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 m² umfassende Einzelhandelsbesatz wird durch einen Edeka-Markt geprägt, der sich mit rd. 1.200 m² VK in einem baulich nicht-zeitgemäßen Zustand präsentiert. Perspektivisch ist ein Ersatzneubau mit einer konzeptkonformen Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² geplant (vgl. Seite 25), so dass 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 m², so dass 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 Kun-

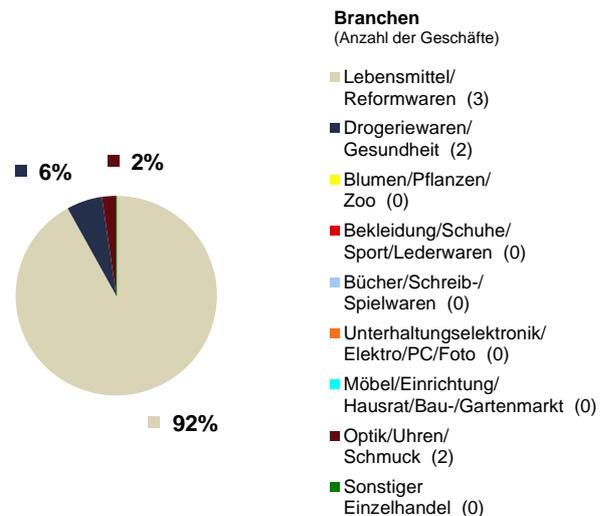
den im fußläufigen Nahbereich ausgerichtet ist. Im Ergebnis kann der Bereich bezüglich des geringen Einzelhandelsangebots nur eine eingeschränkte Versorgung offerieren.

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 rd. 3,5 km vom Projektstandort entfernt liegenden Nahversorgungszentrum Vogelweide sind Umsatzrückgänge von rd. 2 % zu erwarten.⁷³ 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 derzeit unter qualitativen Gesichtspunkten noch suboptimal präsentiert.

Die relativ hohe Stabilität des Edeka-Marktes resultiert jedoch nicht aus seiner optischen Darstellung, sondern insbesondere aus der Lagequalität. Der Standort kann in seinem fußläufigen Umfeld mit fast 12.000 Einwohnern 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.

⁷³ Für die Modellrechnung wurde unterstellt, dass der Edeka-Markt bereits auf 1.500 m² VK erweitert wurde und dementsprechend höhere Umsätze generiert.

Ferner handelt es sich bei diesem Markt um einen bereits langjährig etablierten Anbieter, da Edeka seit dem Jahr 1991 an diesem Standort angesiedelt ist. 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 m² kann so langfristig ein attraktives Lebensmittelangebot an diesem Standort vorgehalten werden. Die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen sollen dazu laut Angabe der Stadt Halle⁷⁴ 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 kleinere Handelsanbieter stützen, nicht negativ tangiert.⁷⁵

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. Diese Anbieter werden folgende Umsatzumverlagerungen zu dem Vorhandenstandort in der Merseburger Straße zu verkraften haben.

Prognostizierte Umsatzverluste von Lebensmittelanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Damaschkestraße

REWE (Frau-von-Selmnitz-Straße 4)	rd. 10 %
NP (Carl-Schurz-Straße 14)	rd. 8 %
Lidl (Merseburger Straße 221)	rd. 7 %
Netto Marken-Discount (Dieselstraße 137)	rd. 5 %
Restliche Anbieter:	<1 %

Die im weiteren Umfeld des Projektstandortes befindlichen Lebensmittelmärkte werden Umsatzverluste hinnehmen müssen, die mit Ausnahme des REWE-Marktes unterhalb des Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 7) liegen werden. Somit sind die Umsatzverlagerungen grundsätzlich als verkraftbar einzustufen.

Relativ hohe Umsatzverlagerungen sind für den REWE-Markt in der Frau-von-Selmnitz-Straße zu erwarten. Dies resultiert aus der Angebotsgleichheit dieses Marktes mit dem Projektvorhaben, wobei der neu projektierte Markt eine höhere Attraktivität als der genannte Bestandsmarkt haben wird. Dies resultiert einerseits aus der geplanten Verkaufsfläche, andererseits ist mit Agglomerationseffekten bezüglich des im Standortverbund befindlichen Drogeriemarktes zu rechnen. Da jedoch von dem Ansiedlungsvorhaben in der Merseburger Straße ein betriebseigener REWE-Markt betroffen sein wird, ist nicht mit einem Rückzug dieses Bestandsanbieters zu rechnen.

Ferner stellt sich die Standortqualität für den bestehenden REWE-Markt als gut dar. Der Markt liegt direkt an der Damaschkestraße, so dass die vorgelagerte Parkplatzanlage aus diesem Straßenzug unmittelbar 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 Einwohnerpoten-

⁷⁴ Es wurde bereits ein Aufstellungsbeschluss für einen B-Plan (B-Plan Nr. 154) gefasst, der eine Flächenerweiterung auf 1.500 m² vorsieht.

⁷⁵ Anmerkung: Die Einzelhandelsstruktur ist in diesem Bereich auf Grund des nur rudimentär ausgeprägten Handels und der suboptimalen Standortvoraussetzungen als fragil einzustufen.

zial 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 m² 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. 8 % 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 m², den nicht vorhandenen Parkplätzen und einer integrierten Lage an einem Wohnquartier. Diese Versorgungsfunktion wird der Markt weiterhin ausfüllen können, da sich durch die Neuansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes die Verbrauchergewohnheiten nicht wesentlich ändern werden und die wohnortnahe Nachfrage in diesem Gebiet nur geringfügig abnehmen wird. Bezüglich der Höhe der Umsatzrückgänge ist nicht mit einer Absiedlung zu rechnen.

Für den Discounter Lidl werden die prognostizierten Umsatzverluste in Höhe von rd. 7 % nicht zu einer Gefährdung führen. Dies ist insbesondere aus der Leistungsfähigkeit und Marktstärke dieses umsatzseitig größten deutschen Discountanbieters abzuleiten. Lidl besitzt als überregionaler Filialist eine hohe Stabilität, so dass ein Rückzug dieses Marktes als Folge der Supermarktansiedlung 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 anfahrbar. Der Markt verfügt über eine ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage, so dass der Standort auch für motorisierte Kunden attraktiv ist. Bezüglich der Lagequalität ist nicht zu erwarten, dass der Standort von Lidl – auch unter Berücksichtigung der zu erwartenden Umsatzverluste – aufgegeben wird.

Für Netto Marken-Discount sind Umsatzrückgänge von rd. 5 % zu prognostizieren. In Bezug auf seine Leistungsfähigkeit sind die Ertragsausfälle für diesen bundesweit agierenden Großfilialisten als verkraftbar zu werten. Der Netto-Markt besteht bereits langjährig (seit dem Jahr 2000) an dem Standort in der Dieselstraße. 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 m² ist als konzeptkonform zu bewerten, ferner ergänzt ein Bäcker das Lebensmittelangebot im Frischesegment. Im Fazit sind für diesen Markt standortbezogen keine Vorschädigungen erkennbar, so dass eine Absiedlung trotz der prognostizierten Umsatzverluste von rd. 5 % des Bestandumsatzes nicht anzunehmen ist.

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

Das Gebiet des Stadtviertels KANENA/ BRUCKDORE, das zum Bezirk Ost zugehörig ist, zählt nicht mit zum Einzugsgebiet des projektierten Nahversorgungszentrums. Dies resultiert insbesondere aus dem leistungsstarken Handelsangebot des Halleschen Einkaufsparks (HEP) sowie den bestehenden städtebaulichen Barrieren, so dass die Einwohner aus diesen Gebieten nicht zum Einkauf zu dem Projektstandort in der Merseburger Straße tendieren werden.

Auf der anderen Seite fahren jedoch Konsumenten zum Einkauf in das HEP, da hier ein umfassendes Einzelhandelsangebot offeriert wird. Insbesondere stellen sich aus Kundensicht die Erreichbarkeit bzw. Anfahrbarkeit diese autokundenorientierten Standortes als optimal dar.

Nach dem Hinzutreten des projektierten Rossmann-Marktes in dem Nahversorgungszentrum an der Merseburger Straße steht zu erwarten, dass sich Kunden aus dem Umfeld des Projektstandort zukünftig wohnortnah mit Drogeriewaren versorgen und weniger das HEP anfahren werden. Demnach ist durch die verstärkte

wohnnortnahe Bindung der Kaufkraft von Umsatzverlusten des Rossmann-Drogeriemarktes im HEP auszugehen, zumal es sich um den gleichen Anbieter handeln wird.

Prognostizierte Umsatzverluste von Drogeriewarenanbietern in sonstigen Lagen im Stadtviertel Kanena/ Bruckdorf

Rossmann (Leipziger Chaussee 147)

rd. 12 %

Für die Rossmann-Filiale im HEP ist nach dem Hinzutreten des betriebsgleichen Drogeriemarktes in dem Nahversorgungszentrum Ammendorf mit einem Umsatzrückgang von rd. 12 % zu rechnen. Die Umsatzverlagerung können seitens des Betreibers verkräftet werden, da es sich aus Betreibersicht bei dem HEP um einen attraktiven Versorgungsstandort handelt. Dies resultiert aus dem derzeit umfänglichen Einzelhandelsangebot, das eine Verkaufsfläche von rd. 25.000 m² umfasst.⁷⁶ Demnach sind Kopplungseffekte und Synergien möglich, so dass von einer hohen Stabilität der bestehenden Handelsanbieter auszugehen ist. Ferner generiert das HEP auch zahlreiche Kunden aus dem überörtlichen Einzugsgebiet, so dass von einer hohen Potenzialbasis für diesen Standort und auch für den Rossmann-Markt auszugehen ist.

Eine Absiedlung des Rossmann-Marktes aus dem HEP ist daher unwahrscheinlich. Des Weiteren ist auf Grund der Betreibergleichheit zu unterstellen, dass Rossmann die wechselseitige Beeinflussung beider Standorte bzw. der Märkte ebenfalls für gering hält. Dies resultiert auch aus der o.g. differenzierten Einzugsgebietsausprägung beider Standorte.

Mögliche Auswirkungen bzw. Beeinträchtigungen des HEP sind auch unter dem Blickwinkel der Standortqualität des HEP zu sehen. Auf Grundlage des Zentrenkonzepts der Stadt Halle ist festzustellen, dass der Standort HEP nicht als zentraler Versorgungsbereich⁷⁷ 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 eine mögliche Schädigung dieses Standortbereiches grundsätzlich hinzunehmen, da das HEP kein sog. „Schutzgut“ darstellt.

Fazit: Eine Schädigung des im HEP bestehenden Rossmann-Drogeriemarktes ist bezüglich der Standortqualität und der hohen Kundenpotenzialbasis des HEP nicht zu erwarten. Die Umsatzverluste des Rossmann-Marktes sind grundsätzlich als hinnehmbar zu werten, da es sich bei dem HEP nicht um einen städtebaulich schützenswerten Standort handelt. Ferner resultieren die Umsatzverluste aus der verstärkten verbrauchernahen Bindung von Konsumenten vor Ort im Nahversorgungszentrum Ammendorf.

⁷⁶ Im HEP bzw. im direkten Umfeld sind allein über 50 Einzelhandelsgeschäfte vorhanden, so dass von einem hohen Kopplungspotenzial zwischen den einzelnen Anbieter auszugehen ist.

⁷⁷ vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013.

4.3.3. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens auf Bereiche außerhalb des Einzugsgebiets

Eine relevante Wirkung des geplanten Ansiedlungsvorhabens auf benachbarte Bereiche außerhalb des Einzugsgebiets wäre zu erwarten, wenn durch die Realisierung des Planvorhabens die hier vorhandenen Angebotsstrukturen auf Grund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Wohnbevölkerung oder die Funktion von umliegenden zentralen Versorgungsbereichen gefährdet würde.

Der Einzugsbereich des projektierten Nahversorgungszentrums an der Merseburger Straße in Halle-Ammendorf erstreckt sich sowohl heute als auch perspektivisch über das dargestellte Einzugsgebiet (vgl. Karte 8). Eine **Ausweitung des Einzugsgebietes** des Projektvorhabens scheidet aus, da insbesondere umliegende Standorte ein vergleichbares bzw. teilweise auch besser strukturiertes Angebot aufweisen (vgl. Karte 7) und somit den Marktbereich des Projektvorhabens limitieren. Ferner wird für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und des hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwandes geringer. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der relativ hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits nach einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz, insbesondere in Großstädten deutlich ab.

Nur ein geringer bzw. zu vernachlässigender Teil des Umsatzes des Lebensmittelmarktes (rd. 0,46 Mio. EUR, vgl. Tab. 8) und des Drogeriemarktes (rd. 0,34 Mio. EUR, vgl. Tab. 10) setzt sich aus sog. **Streuumsätzen** zusammen, die vor allem aus dem Durchgangsverkehr bzw. auch von Pendlern resultieren oder von Zufallskunden stammen.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf umliegende Bereiche außerhalb des Einzugsgebiets liegen auf Grund der geringen Höhe der prognostizierten Streuumsätze und insbesondere der breiten räumlichen Streuung deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Der Abfluss der Streuumsätze zum Vorhabenstandort in der Merseburger Straße wird somit in umliegenden Lebensmittel- und Drogeriemärkten monetär nicht spürbar sein, so dass schädliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen sind. Mögliche Auswirkungen bzw. Umsatzzuflüsse sind dabei ebenfalls unter dem Aspekt der hohen Wettbewerbsdichte bzw. des Vorhandenseins von zahlreichen kundenattraktiven Lebensmittel- und Drogeriemärkten im weiteren Umfeld zu sehen.

Fazit: Auf Grundlage der vorstehenden Einschätzung werden durch die Ansiedlung des Nahversorgungszentrums an der Merseburger Straße auf Grund

- der Größe der einzelnen Handelsbetriebe,
- der flächenseitigen Ausrichtung auf überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente,
- von fehlenden Alleinstellungsmerkmalen hinsichtlich des Gesamtkonzepts und
- der relativ geringen Marktdurchdringung

keine wesentlichen bzw. überdimensionalen Kaufkraftzuflüsse aus dem Bereich außerhalb des Einzugsgebiets zum Projektstandort induziert werden. Es ist demnach nicht mit schädlichen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen in umliegenden Stadtgebieten zu rechnen.

4.3.4. Bewertung der Ansiedlung eines Fachmarktes mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten

Neben der Ansiedlung des Lebensmittelmarktes und des Drogeriemarktes ist ferner ein **Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** i.S.d. Halleschen Sortimentsliste⁷⁸ geplant. Der Markt soll im nördlichen Teil der Entwicklungsfläche liegen und eine Verkaufsfläche von rd. 550 m² umfassen (vgl. Abb. 2). Aktuell liegt für diese Gewerbefläche keine konkrete Planung vor, so dass keine definitive Aussage zu einer möglichen sortimentsseitigen Belegung getroffen werden kann.

Grundsätzlich ist bezüglich der Kerncharakteristika⁷⁹ der nicht-zentrenrelevanten Sortimente davon auszugehen, dass diese Waren für zentrale Versorgungsbereiche nicht prägend und hier i.d.R. nicht angesiedelt sind. Gemäß den Aussagen des Einzelhandelskonzeptes ergibt sich die Zentrenrelevanz „*vor allem aus der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Halle selbst*“,⁸⁰ so dass seitens der Verfasser des Einzelhandelskonzeptes das Nichtvorhandensein der definierten nicht-zentrenrelevanten Sortimente in zentralen Versorgungsbereichen geprüft wurde.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Halle wird ferner hierzu ausgeführt: „*Bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z.B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Halle – für den innerstädtischen Einzelhandel nur eine untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche.*“⁸¹ Somit ist mit der Ansiedlung eines Fachmarktes mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Fazit: Aus der Einschätzung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ergibt sich, dass mit der Ansiedlung von sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i.S.d. ortsspezifischen Halleschen Sortimentsliste keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

78 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Abb. 34.

79 vgl. auch Definition bei Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Tab. 60.

80 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Seite 239.

81 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Seite 236.

4.3.5. Kompatibilität des Projektvorhabens mit dem Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale)

Für die Bewertung des Ansiedlungsvorhabens in Bezug auf die **Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept** der Stadt Halle wird auf die Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in diesem städtebaulichen Entwicklungskonzept zurückgegriffen. Hier wird definiert, unter welchen Bedingungen Ansiedlungsvorhaben in der Stadt Halle erfolgen können.

Im Vorfeld der Bewertung ist zu eruieren, zu welcher Sortimentsgruppe die ansiedlungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe zählen. Da es sich u.a. um einen Lebensmittelmarkt und einen Drogeriemarkt handelt, sind die Kernsortimente dieser Ansiedlungsvorhaben gemäß der Halleschen Sortimentsliste in die sog. **nahversorgungsrelevanten Sortimente**⁸² einzugruppieren. Demzufolge trifft der Ansiedlungsgrundsatz unter dem Punkt 8.7.1 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes („Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten“⁸³) zu.

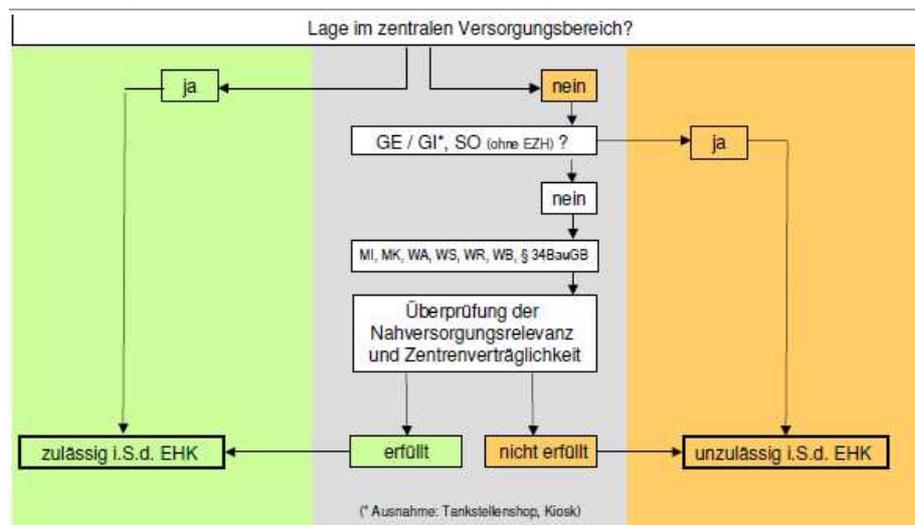
Als Ziel dieses Steuerungsmechanismus wird die „*Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung von funktionsfähigen Zentren sowie von Standorten im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung der halleschen Bevölkerung*“ angegeben.

Als Grundsatz zur Erreichung dieser Zielsetzung wird formuliert:

- a) *Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten in Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren liegen. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind diese Betriebe bei nachgewiesener Nahversorgungsfunktion und nur an städtebaulich integrierten Standorten möglich.*
- b) *Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk).⁸⁴*

Folgende Abbildung stellt den Ansiedlungsgrundsatz graphisch dar.

Abbildung 10: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben von Lebensmittelmärkten



Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Abb. 36

Auf Grundlage des vorstehenden Ansiedlungsgrundsatzes ist festzustellen, dass das Projektvorhaben innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches, dem Nahversorgungszentrum Ammendorf liegt.

82 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Abb. 34.

83 Unter nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden in dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Warengruppen Back- und Fleischwaren, Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Getränke, Nahrungs- und Genussmittel, Pharmazeutika, Reformwaren, Schnittblumen, Topfpflanzen/ Blumentöpfe und Vasen (Indoor) oder Zeitungen/ Zeitschriften gesehen (vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Seite 247).

84 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Seite 249.

Somit entspricht das Projektvorhaben dem formulierten Ansiedlungsgrundsatz und ist i.S.d. vom Stadtrat beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle⁸⁵ zulässig.

Im Fall des avisierten Fachmarktes (rd. 550 m² VK) ist die Ansiedlung von sog. **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** geplant. Für diese Sortimentsgruppe trifft der Ansiedlungsgrundsatz unter dem Punkt 8.7.3 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes („Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten“) zu.

Als Ziel dieses Steuerungsmechanismus wird die *„räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten auf dafür festgesetzte Fachmarkt- und Sonderstandorte und Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen Hauptzentrum (Altstadt), Nebenzentren und Nahversorgungszentren sowie den Fachmarkt- und Sonderstandorten zur Sicherung und zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung“* formuliert.

Als Grundsatz zur Erreichung dieser Zielsetzung werden folgende Ansiedlungskriterien für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angegeben:

- a) *Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten können in zentralen Versorgungsbereichen liegen.*
- b) *Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollen Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an einem der drei definierten Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorten liegen.*
- c) *Umstrukturierungen von bestehenden Betrieben an städtebaulich integrierten Standortbereichen sind möglich (keine zentrenrelevanten Kernsortimente).*
- d) *Standorte für kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen und an den definierten Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorte liegen.*
- e) *Entwicklungsperspektiven für vorhandene Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind möglich (Einzelfallbewertung).⁸⁶*

Das nicht-großflächige Ansiedlungsvorhaben des Fachmarkts mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment entspricht dem Punkt d), da der geplante Fachmarkt innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt wird. Demnach erfolgt eine Lenkung dieses Ansiedlungsbetriebes funktionsgerecht in einen zentralen Versorgungsbereich.

Fazit: Für das geplante Ansiedlungsvorhaben an der Merseburger Straße besteht eine Kompatibilität mit den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale).

⁸⁵ Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Beschluss des Stadtrats (Beschluss-Nr. V/2013/11902) am 30.10.2013 und Änderungsbeschluss des Stadtrats (Beschluss Nr. VI/2015/00583) am 27.05.2015.

⁸⁶ Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) vom 07.08.2013, Seite 251/252.

4.4. 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. Hierzu wurde seitens des Stadtrats am 30.09.2015 der Aufstellungsbeschluss für einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan⁸⁷ gefasst.

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.⁸⁸

Die Ziele sind im Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt⁸⁹ verbindlich geregelt. Nachfolgend wird geprüft, inwieweit das Projektvorhaben mit den Maßgaben der Landesplanung kompatibel ist.

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 Oberzentrum⁹⁰ ausgewiesen. Demnach ist hier ein großflächiges Einzelhandelsprojekt grundsätzlich zulässig, so dass 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 prospektive Einzugsbereich des geplanten Nahversorgungszentrums umfasst einen Teilbereich des südlichen Stadtgebiets von Halle (vgl. Karte 8). In diesem Bereich liegen u.a. die Stadtviertel Ortslage Ammendorf/Beesen und Radewell/Osendorf und Teilgebiete der Stadtviertel Silberhöhe und Damaschkestraße. Umliegende Orte liegen nicht im Einzugsgebiet des Vorhabens, so dass die geplanten Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nur auf das Hallenser Stadtgebiet ausstrahlen. Aus umliegenden Orten sind nur marginale Umsatzzuflüsse in Form von Streuumsätzen möglich, die u.a. aus der verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes an der Merseburger Straße oder von möglichen Pendlerströmen auf dieser Verkehrsachse resultieren können.

Eine Überschreitung bzw. Ausweitung des Einzugsgebietes des Projektvorhabens ist heute und auch zukünftig nicht realistisch. Dies leitet sich aus der Standortqualität (integrierte Lage innerhalb des Stadtgebietes), den steigenden Erreichbarkeitsdistanzen bzw. der hohen Zeit-Distanz-Empfindlichkeit bei den geführten nahversorgungsrelevanten Sortimenten und aus dem bestehenden Wettbewerb in Halle und auch umliegenden Orten ab.

Demnach wird durch die geplante Ansiedlung des Nahversorgungszentrums das zentralörtlich abgestufte Versorgungssystem der Region nicht negativ beeinträchtigt, so dass das im LEP beschriebene Kongruenzgebot nicht unterlaufen wird.

Ziel 48: „Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte

- 1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,**

Der Einzugsbereich des geplanten Vorhabens orientiert sich lediglich an der Stadt Halle bzw. erschließt nur einen kleinen Teil des Hallenser Stadtgebiets. Eine überörtliche Ausstrahlung erfolgt nicht.

87 Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 112.1 "Nahversorgungszentrum Ammendorf - Merseburger Straße", Beschluss Nr. VI/2015/00946.

88 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 ROG.

89 Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Pkt. 2.3.

90 Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Z 33.

2. sind städtebaulich zu integrieren,

Der Planstandort befindet sich an einem städtebaulich integrierten Standort. Dies ist abzuleiten, da der Standort

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist und im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung liegt bzw. in die Bebauungsstrukturen der Umgebung eingebettet ist,
- sich für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage befindet und über wesentliche Wohnanteile im fußläufigen Einzugsgebiet (Nahbereich) verfügt,
- einen qualifizierten ÖPNV-Anschluss besitzt und
- sich in die bestehenden Einzelhandelsstrukturen bzw. die städtebaulichen Zielsetzungen des lokalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes einfügt.

3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,

Von dem Projektvorhaben sind auf Basis der vorstehenden Auswirkungsanalyse keine negativen Folgewirkungen 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 prognostizieren ist. Im Gegenteil ist davon auszugehen, dass das Projektvorhaben selbst einen wichtigen Beitrag für die verbrauchernahe Versorgung leisten kann, da sich der Standort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,

Der Standort besitzt eine direkte ÖPNV-Anbindung, da sich vor dem Projektgrundstück eine kombinierte Straßenbahn-/ Bushaltestelle befindet. Die Haltestelle wird in einer ortsüblichen Taktung von einer Straßenbahnlinie und einer Stadtbuslinie bedient, so dass ein qualifizierter ÖPNV-Anschluss vorhanden ist.

Die fußläufige Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes ist aus der Umgebung barrierefrei möglich, da eine direkte Anbindung bzw. eine Wegebeziehung in Form eines Fußweges entlang der Merseburger Straße existiert. Dieser Weg ist beidseitig als kombinierter Fuß-/ Fahrradweg ausgebaut, so dass der Projektstandort auch mit dem Fahrrad anfahrbar ist. Neben der Erreichbarkeit über die Merseburger Straße sind weitere fußläufige Zugänge aus der Karl-Peter-Straße und der Leo-Herwegen-Straße geplant.

5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.“

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

Die **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 vollständige Kompatibilität mit den Zielen des Landesentwicklungsplans 2010 des Landes Sachsen-Anhalt gegeben. Das Vorhaben hält die im Landesentwicklungsplan relevanten Zielvorgaben (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot) ein.

5. Zusammenfassung

Nachfolgend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums an der Merseburger Straße in Halle-Ammendorf resultieren können, zusammengefasst.

- Die Stadt Halle möchte die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen zur **Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums** an der Merseburger Straße in Halle-Ammendorf schaffen. An dem Projektstandort ist die Entwicklung eines Lebensmittelmarkts (ca. 2.150 m² VK), eines Drogeriemarkts (ca. 800 m² VK) und eines Fachmarkts mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (ca. 550 m² VK) geplant. Die Gesamtverkaufsfläche beträgt maximal 3.500 m².
- Der **Projektstandort** befindet sich im Ortsteil Ammendorf östlich der Merseburger Straße zwischen Karl-Peter-Straße und Schachtstraße auf dem Gelände des bereits seit dem Jahr 2003 geschlossenen Straßenbahndepots der HAVAG. Das Projektgrundstück ist u.a. durch versiegelte Freiflächen und brachliegende Gebäude des ehemaligen Betriebshofes belegt. Die Immobilien befinden sich in einem maroden bzw. ruinösen Zustand und sind in ihrem derzeitigen Zustand nicht nutzbar. Mit der geplanten Inwertsetzung des Projektareals wird sowohl eine Neuordnung als auch eine städtebauliche Aufwertung dieses im südlichen Stadteingangsbereich liegenden Gebietes erreicht.
- Der Vorhabenstandort ist als **städtebaulich integriert** sowie als verbrauchernah einzustufen und stellt räumliche und funktionale Bezüge zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen her. Auf Grund der Lagequalität ist der Standort fußläufig aus den umliegenden Wohnquartieren erreichbar und leistet einen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung seines Umfelds. Im fußläufigen Nahbereich des Standortes (800 m Laufweg) leben rd. 2.700 Einwohner, was einem Anteil von knapp 40 % der Einwohner des Ansiedlungsstadtteils Ammendorf/Beesen entspricht.
- Der Standort ist durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit bezüglich der direkten Lage an der Merseburger Straße geprägt. Die **ÖPNV-Anbindung** wird durch eine kombinierte Straßenbahn-/ Bushaltestelle direkt vor dem Projektgrundstück dargestellt, die in einer ortsüblichen Taktung bedient wird. Die fußläufige Erreichbarkeit ist durch drei Zugänge aus dem Umfeld des Vorhabenareals möglich.
- Das Projektvorhaben wird innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches **Nahversorgungszentrum Ammendorf** umgesetzt, so dass sich das Ansiedlungsvorhaben in die Zielsetzung des Zentrenkonzeptes der Stadt Halle einfügt bzw. mit den formulierten Ansiedlungsgrundsätzen kompatibel ist.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** des Projektvorhabens erstreckt sich über die Stadtviertel Ortslage Ammendorf/Beesen und Radewell/Osendorf sowie Teilgebiete der Stadtviertel Silberhöhe und Damaschkestraße. In diesem Bereich leben ca. 23.000 Personen, die eine jährliche Nachfrage nach Lebensmitteln von rd. 47,5 Mio. EUR und nach Drogeriewaren von rd. 6,4 Mio. EUR haben.
- In dem Einzugsgebiet ist ein gut ausgeprägtes Angebot an **Lebensmittelmärkten** vorhanden, wobei eine attraktive Durchmischung von verschiedenen Betriebstypen (Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discounter sowie verschiedene kleinteilige Anbieter) gegeben ist. Im Bereich **Drogeriewaren** besteht kein Angebot, so dass die wohnortnahe Versorgung in diesem Segment in dem abgegrenzten Einzugsgebiet nicht möglich ist. Grundsätzlich ist aktuell in dem gesamten Bezirk Süd für die hier lebenden rd. 67.000 Einwohner nur ein Drogeriemarkt (dm am Südstadtring) vorhanden. Ein weiterer Drogeriemarkt wird aktuell an der Beesener Straße im Stadtviertel Lutherplatz/Thüringer Bhf. errichtet.
- Der projektierte Supermarkt wird in seinem Einzugsgebiet einen **Marktanteil** von durchschnittlich ca. 12 % erzielen. Somit deckt der Markt nur anteilig die Nachfrage ab und kann keine marktbeherrschende Stellung einnehmen. Dies ist auf Grund der geplanten Gesamtverkaufsfläche (im Kontext zu dem bestehenden lokalen Lebensmittelangebot) und der Standortqualität nicht anderweitig möglich. Es verbleiben demnach auch nach der Ansiedlung offene Nachfragepotenziale, die von anderen Lebensmittelanbietern gebunden werden können. Für den Drogeriemarkt ist eine deutlich höhere Marktdurchdringung

zu erwarten, da in dem Einzugsgebiet kein relevanter Mitbewerber vorhanden ist. Der Marktanteil ist auf rd. 42 % des relevanten Nachfragevolumens zu prognostizieren.

- Der Umsatz der geplanten Märkte wird vor allem aus **Verdrängungsumsätzen** zu Lasten von bestehenden Lebensmittel- und Drogeriewarenanbietern aus dem Umfeld des Vorhabenstandortes rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste im Segment **Lebensmittel** liegen über alle Anbieter hinweg bei durchschnittlich rd. 6 %. Eine einzelbetriebliche Bewertung der Auswirkungen hat ergeben, dass es nicht zu einer Geschäftsaufgabe von Lebensmittelanbietern kommen wird. Dies trifft sowohl auf strukturprägende Märkte, d.h. auf die bestehenden Verbraucher-/ Supermärkte und Discounter, als auch auf kleinteilige Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet zu.
- Die durchschnittlichen Umsatzverluste der **Drogeriemärkte** im Umfeld des Projektvorhabens sind auf rd. 13 % zu schätzen. Ein Rückzug bzw. eine Absiedlung von bestehenden Anbietern ist nicht zu erwarten, was auf die hohe Nachfrage- und somit Potenzialbasis für die Drogeriemärkte und insbesondere deren Leistungsfähigkeit zurückzuführen ist. Das Marktpotenzial im Bezirk Süd reicht perspektivisch für den rentablen Betrieb von minimal drei Drogeriemärkten aus.
- Für die **baurechtliche Bewertung** des Planvorhabens ist entscheidend, ob durch die erzeugten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten sind. Eine negative Beeinträchtigung von zentralen Versorgungsbereichen ist auf Basis der durchgeführten Analyse auszuschließen. Ebenso ist ein vorhabeninduzierter Abbau von verbrauchernahe Versorgung nicht zu erwarten, da eine Absiedlung von prägenden Lebensmittel- oder Drogeriemärkten in schützenswerten Lagen nicht anzunehmen ist. Prinzipiell sind mögliche Umsatzverlagerungen zu Lasten von umliegenden Lebensmittel- oder Drogeriewarenanbietern – insbesondere außerhalb zentraler Versorgungsbereiche – als hinnehmbar einzustufen, da das Projektvorhaben funktionsgerecht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt und somit an einem städtebaulich wünschenswerten Standort etabliert wird.
- Von dem geplanten Fachmarkt, der auf rd. 550 m² VK mit sog. **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** belegt werden soll, sind bezüglich der Kerncharakteristika dieser Sortimentsgruppe keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten. Dies resultiert aus der Einstufung dieser Sortimente im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Halle, da diese Waren für zentrale Versorgungsbereiche nicht prägend sind und hier i.d.R. nicht angesiedelt sind. Somit sind keine bzw. nur sehr geringe Folgewirkungen für die zentralen Einkaufsbereiche zu erwarten.
- Für das Ansiedlungsvorhaben ist eine vollständige Kompatibilität mit den **Zielen der Landesplanung** (u.a. Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot) gegeben.

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

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek

i.V. Dr. Silvia Horn

Projektleiter

Erfurt, 22. Juni 2016

Anlage 1: Differenzierung Non-Food-Sortimente

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- Kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m².
- 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 m² 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 m² 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 Halle (Saale) über 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, Diska.

Supermarkt

- Circa 400 bis 2.000 m², neue Konzepte auch bis zu 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² 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 m².
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

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

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche über 2.500 bis 5.000 m².
- 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 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus.

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

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m².
- 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.

Anlage 2: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen**Non-Food I**

Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandsstoffe, 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