

# GUTACHTERLICHE STELLUNGNAHME

zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung  
des Neustadt Centrums

Kompatibilitätsbetrachtung mit dem Einzelhandelskonzept  
und Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen  
innerhalb und außerhalb von Halle (Saale)



# **Gutachterliche Stellungnahme zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Neustadt Centrums**

Kompatibilitätsbetrachtung mit dem Einzelhandelskonzept  
und Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen  
innerhalb und außerhalb von Halle (Saale)

---

Untersuchung im Auftrag der Stadt Halle (Saale)

**Endbericht**

Stefan Kruse  
Corinna Breker

**Junker  
+ Kruse**  
Stadtforschung  
Planung

Markt 5  
44137 Dortmund  
Telefon: 02 31-55 78 58-0  
Fax: 02 31-55 78 58-50  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de)  
[info@juncker-kruse.de](mailto:info@juncker-kruse.de)

Dezember 2016

## **Inhaltsverzeichnis**

---

|          |                                                                                                                                                                                         |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Anlass und Zielsetzung.....</b>                                                                                                                                                      | <b>5</b>  |
| <b>2</b> | <b>Methodik und Vorgehensweise.....</b>                                                                                                                                                 | <b>8</b>  |
| 2.1      | Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse .....                                                                                                                                            | 8         |
| 2.2      | Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung .....                                                                                                                                 | 14        |
| <b>3</b> | <b>Lage des Vorhabenstandortes und absatzwirtschaftliche<br/>Relevanz des Vorhabens .....</b>                                                                                           | <b>17</b> |
| <b>4</b> | <b>Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum</b>                                                                                                                           | <b>21</b> |
| 4.1      | Abgrenzung des Einzugsgebietes und Definition des Untersuchungsraumes .....                                                                                                             | 21        |
| 4.2      | Kaufkraft im Untersuchungsraum.....                                                                                                                                                     | 23        |
| 4.3      | Angebotssituation im Untersuchungsraum .....                                                                                                                                            | 24        |
| <b>5</b> | <b>Überprüfung der Kompatibilität des Vorhabens mit den Zielen<br/>und Grundsätzen des politisch beschlossenen Einzelhandels-<br/>und Zentrenkonzepts der Stadt Halle (Saale) .....</b> | <b>26</b> |
| 5.1      | Kompatibilität mit den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt<br>Halle (Saale) .....                                                                                  | 26        |
| 5.2      | Kompatibilität mit den Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der<br>Stadt Halle (Saale) .....                                                                             | 27        |
| <b>6</b> | <b>Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von<br/>absatzwirtschaftlichen Auswirkungen .....</b>                                                                          | <b>30</b> |
| <b>7</b> | <b>Auswirkungen des Vorhabens .....</b>                                                                                                                                                 | <b>33</b> |
| 7.1      | Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens .....                                                                                                                                         | 33        |
| 7.2      | Herleitung von Verkaufsflächenobergrenzen .....                                                                                                                                         | 35        |
| 7.3      | Ergebnisse der Berechnungen – Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben...                                                                                                            | 36        |
| 7.4      | Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der absatzwirtschaftlichen<br>Auswirkungen .....                                                                                   | 44        |
| <b>8</b> | <b>Fazit.....</b>                                                                                                                                                                       | <b>47</b> |
|          | <b>Verzeichnisse .....</b>                                                                                                                                                              | <b>49</b> |

# 1 Anlass und Zielsetzung

Die Stadt Halle (Saale) verfügt über ein kommunales, politisch beschlossenes Einzelhandelskonzept, das unter anderem auch Grundsätze und Ziele der Einzelhandelssteuerung und -entwicklung formuliert.

Hierzu können in Einzelfällen bewertende Aussagen zu absatzwirtschaftlichen oder städtebaulichen Auswirkungen bzw. der wirtschaftlichen Tragfähigkeit von Verkaufsflächengrößen von Vorhaben im Rahmen von Einzelfallprüfungen erforderlich sein, da sich – so die Erfahrung in vielen anderen Kommunen im Bundesgebiet – die auftretenden Fragen im Zusammenhang mit den konkret örtlichen Situationen nicht immer zweifelsfrei und eindeutig aus den gesamstädtischen Entwicklungskonzepten ableiten lassen. Eine vertiefende Analyse und Bewertung kann somit die gewünschte Planungs- und Rechtssicherheit deutlich erhöhen. So auch für den vorliegenden Fall.

Konkreten Anlass für die vorliegende Untersuchung gibt die geplante Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplanes Nr. 52, der den planungsrechtlichen Rahmen für das Neustadt Centrum Halle setzt. Die Änderung wird erforderlich, um die bestehenden Einrichtungen und Flächen des Einkaufszentrums mit den Planfestsetzungen zu harmonisieren. Eine detaillierte Aufmessung der vorhandenen Verkaufsflächen im Jahr 2015 zeigt die Abweichungen von den geltenden bauleitplanerischen Festsetzungen auf. Danach weist das Einkaufszentrum eine derzeit genutzte Verkaufsfläche von rd. 15.700 m<sup>2</sup> auf, nach dem Vorhaben- und Erschließungsplan sind 14.400 m<sup>2</sup> zulässig. Für die langfristige Sicherung der Funktionsfähigkeit des Centers wird eine maximale Zielgröße von 16.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angestrebt. Aufgabe der vorliegenden Untersuchung ist es zu prüfen, ob die geplante Größe von 16.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Halle (Saale) vereinbar und mit Blick auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Halle (Saale) und benachbarter Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung verträglich ist. Hierbei wird zunächst von der Voraussetzung ausgegangen, dass – wie im geltenden Vorhaben- und Erschließungsplan – keine sortimentspezifischen Obergrenzen definiert werden.

Bei gegebener Unverträglichkeit wird in einem zweiten Schritt untersucht, welche sortimentspezifischen Obergrenzen in der Änderungsplanung festzulegen wären, um die notwendigen Spielräume für das Einkaufszentrum bei gleichzeitiger Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu öffnen.

Ziel der Untersuchung ist es, die städtebaulich relevanten Auswirkungen der vorgesehenen planungsrechtlichen Verkaufsflächenenerweiterung zu prüfen und die zur Herstellung der Planungssicherheit notwendigen Handlungsempfehlungen zu formulieren. Der Prüfraum für die möglichen städtebaulichen Auswirkungen erstreckt sich auf die Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, auf die Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen innerhalb der Stadt sowie auf die Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen in den Nachbarkommunen.

Die Prüfung der Auswirkungen beschränkt sich auf die Differenz zwischen der geplanten Verkaufsflächengröße und der aktuell zulässigen Verkaufsfläche („Delta-Betrachtung“). Dabei ist zu berücksichtigen, dass die bestehende Verkaufsfläche bereits seit vielen Jahren am Markt etabliert ist und insoweit auch in das städtische Einzelhandels- und Zentrenkonzept eingeflossen ist.

Die Stadt Halle (Saale) ist landes- bzw. regionalplanerisch grundsätzlich für die Ansiedlung auch großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Bedeutung geeignet. Solche Einrichtungen sind regionalplanerisch „unbedenklich“, wenn durch eine Auswirkungenanalyse nachgewiesen werden kann, dass keine negativen raumbedeutsamen Auswirkungen (in den von der Ansiedlung betroffenen Zentralen Orten und auch im Hinblick auf die verbrauchernahe Versorgung) zu erwarten bzw. zu befürchten sind.

Die vorliegende Verträglichkeitsanalyse untersucht und bewertet die städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung im Neustadt Centrum in Halle (Saale) und überprüft, ob das Vorhaben mit den bestehenden Zielen und Grundsätzen des politisch beschlossenen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Halle (Saale) kompatibel ist und ob es negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung erwarten lässt.

Für die Stadt Halle (Saale) verbinden sich mit solchen Vorstellungen Chancen (z. B. Bindung bisher abfließender Kaufkraft, Stärkung und Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion insbesondere auch bei langfristigen Bedarfsgütern), aber auch Risiken (Umsatzverlagerungen aus anderen zentralen Versorgungsbereichen – außerhalb der Stadt Halle (Saale); Schwächung der verbrauchernahen Versorgung – in perspektivisch betroffenen Nachbarkommunen), so dass im Rahmen einer städtebaulichen Wirkungsanalyse eine Grundlage erarbeitet werden soll, die die positiven wie negativen absatzwirtschaftlichen wie ggf. daraus resultierenden städtebaulichen Implikationen eines solchen Vorhabens aufzeigen soll.

Folgende Fragestellungen stehen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Welchen Umsatz werden die sortimentsspezifischen Verkaufsflächenerweiterungen innerhalb des Neustadt Centrums im Hinblick auf die Gesamtverkaufsfläche des Vorhabenstandortes von rd. 16.000 m<sup>2</sup> generieren?
- Wie ist der Standortbereich unter städtebaulichen Gesichtspunkten einzuordnen?
- Wie sind die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum (Stadt Halle und angrenzende Nachbarkommunen) abzugrenzen und hinsichtlich ihrer Funktionalität einzuordnen?
- Wie stellt sich die (derzeitige und zukünftige absehbare) untersuchungsrelevante Versorgungs- und Konkurrenzsituation im Untersuchungsraum dar?
- Wie stellt sich die aktuelle lokale und regionale Nachfragesituation dar? (u. a. rechnerische Ermittlung der sortimentsspezifischen Kaufkraftabschöpfung)
- Welche absatzwirtschaftlichen und daraus resultierenden städtebaulichen Folgewirkungen sind mit Realisierung des Planvorhabens (Verkaufsflächenerweiterung innerhalb der einzel-

nen Sortimentsgruppen) verbunden? (Ermittlung von potenziellen Umsatzumverteilungen und möglichen städtebaulichen Auswirkungen).

- Welche bauplanungsrechtlich relevanten Schlussfolgerungen (wie z. B. Beschränkung der Gesamtverkaufsfläche; Sortimentsbeschränkungen) ergeben sich aus den Ergebnissen der Modellberechnung in Verbindung mit den ggf. erforderlichen städtebaulichen Analysen einzelner betroffener Standortbereiche?

## 2 Methodik und Vorgehensweise

---

Bei der Verträglichkeitsanalyse des Einzelhandelsvorhabens Neustadt Centrum gilt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsbereich zu untersuchen. Da das Vorhaben in seiner möglichen Branchenstruktur, Dimensionierung und Lage ein über die Grenzen der Stadt hinausgehendes Einzugsgebiet erschließen wird, sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auch in den Städten und Gemeinden im Umland der Stadt Halle (Saale) nicht auszuschließen, sondern bedürfen einer weitergehenden Analyse.

Angesichts dieser Vorgehensweise gliedert sich der nunmehr vorliegende Endbericht wie folgt:

- Ausgehend von den einleitenden methodischen Erläuterungen werden in Kapitel 3 die **Eingangsparameter** der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse dargelegt; dabei handelt es sich um die Beschreibung und **absatzwirtschaftliche Einordnung des Vorhabens**. Darüber hinaus erfolgt in Kapitel 4 die **Abgrenzung des Einzugsgebietes**, die Definition des **Untersuchungsraumes** und die Darlegung der städtebaulichen und **absatzwirtschaftlichen Rahmendaten** im Untersuchungsraum.
- In Kapitel 5 wird eine Überprüfung der Kompatibilität des geplanten Vorhabens mit den bestehenden **Zielen und Grundsätzen des politisch beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes** der Stadt Halle (Saale) vorgenommen.
- In Kapitel 6 findet eine Auseinandersetzung mit den Kriterien der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen statt, bevor in Kapitel 7 schließlich die mit Hilfe des Gravitationsmodells auf Basis der dargestellten Eingangsparameter ermittelten möglichen monetären und prozentualen Umverteilungen dargestellt werden. Da diese jedoch alleine nicht aussagekräftig genug sind, werden darauf aufbauend die abstrakten Ergebnisse der Berechnungen im Hinblick auf **mögliche städtebauliche** und / oder **versorgungsstrukturelle Auswirkungen** bewertet (Kapitel 7.4).
- Das abschließende Kapitel 8 fasst die **wesentlichen Ergebnisse** der Untersuchung zusammen.

### 2.1 Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

---

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich von Huff konzipierte Gravitationsmodell<sup>1</sup> kann nach An-

---

<sup>1</sup> vgl. Huff, David L. (1964): Defining and estimating a trading area. Journal of Marketing, Vol. 28. Heinritz, G. (1999): Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau. Kemming, H. (1980): Raumwirtschaftstheoretische Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin. Löffler, G. (1987): Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen.

sicht des Gutachters allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter sowohl zur sortimentspezifischen als auch zur standortspezifischen Attraktivität, unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftabschöpfungen, rechnerisch eingestellt, was eine unabdingbare Voraussetzung für die Validität der Ergebnisse dieser Modellrechnung darstellt.

Unter Anwendung dieses differenzierten Gravitationsmodells, in das die für den Untersuchungsraum relevanten Kennwerte einfließen, wird die durch das Einzelhandelsvorhaben induzierte Umsatzumverteilung ermittelt. Im Ergebnis dieser absatzwirtschaftlichen Untersuchung kann dann eine Beurteilung und Folgenabschätzung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens erfolgen.

Zum Grundverständnis des **Gravitationsmodells** ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Hauptwarengruppen ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zu Grunde gelegt<sup>2</sup>.
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand verschiedener Varianten, die jeweils unterschiedliche Grundannahmen zum Gegenstand haben. Mit der daraus resultierenden Bestimmung von „Auswirkungskorridoren“ wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

**Eingangswerte** des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimentsgruppen und Anbietern/Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro/m<sup>2</sup>) nach Sortimentsgruppen und Anbietern/Standorten und der daraus resultierende sortimentsgruppenspezifische und summierte **Umsatz** der Anbieter/Standorte;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimentsgruppen und der Gesamtattraktivität der Anbieter/Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Untersuchungsraum für die projektrelevanten Sortimente.

<sup>2</sup> Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen (ArcGIS-gestützte Berechnung).

Die für eine Verträglichkeitsanalyse notwendigen konkreten einzelhandelsbezogenen Flächenangaben, Umsätze und Sortimentsstrukturen sind in allen Schritten detailliert und in verschiedenen Varianten in die Analyse eingestellt.

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen (mögliches „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher in städtebaulich oder versorgungsstrukturell negative Auswirkungen) ist ein weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen des Vorhabens, wie in verschiedenen obergerichtlichen Urteilen bestätigt wurde<sup>3</sup>.

### Angebotsseitige Datenbasis

Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung ist im Rahmen der Angebotsanalyse eine sehr dezidierte, sortimentspezifische Bestandserfassung erforderlich. Eine solche Primärerhebung erfolgte in der Stadtregion Halle (Saale) sowie in den potenziell betroffenen Umlandkommunen (vgl. Kapitel 4.1) im April 2016. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurde das **untersuchungsrelevante Sortiment** differenziert erfasst und die jeweils dazugehörige Verkaufsfläche<sup>4</sup> ermittelt. Für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand sind die in Tabelle 1 aufgeführten Sortimente untersuchungsrelevant; sie sind den ebenfalls in Tabelle 1 zu entnehmenden Warengruppen zuzuordnen.

**Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Verkaufsflächenerhebung**

| Warengruppe                             | Sortimentsgruppe                              |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b> |                                               |
| Nahrungs- und Genussmittel              | Backwaren / Konditoreiwaren                   |
|                                         | Fleischwaren                                  |
|                                         | Getränke                                      |
|                                         | Nahrungs- und Genussmittel                    |
| Blumen (Indoor) / Zoo                   | Blumen                                        |
|                                         | Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor) |
|                                         | Zoologische Artikel                           |
|                                         | Heim- und Kleintierfutter                     |
| Gesundheit und Körperpflege             | Pharmazeutische Artikel                       |
|                                         | Drogeriewaren                                 |

<sup>3</sup> vgl. u. a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

<sup>4</sup> Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

| Warengruppe                                                            | Sortimentsgruppe                                 |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher | Bücher                                           |
|                                                                        | Papier / Büroartikel / Schreibwaren (PBS)        |
|                                                                        | Zeitungen                                        |
| <b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>                              |                                                  |
| Bekleidung                                                             | Bekleidung                                       |
|                                                                        | Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle |
| Schuhe / Lederwaren                                                    | Schuhe                                           |
|                                                                        | Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme     |
| Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren                            | GPK / Haushaltswaren                             |
| Spielwaren / Hobbyartikel                                              | Hobbyartikel                                     |
|                                                                        | Musikinstrumente und Zubehör                     |
|                                                                        | Spielwaren                                       |
| Sport und Freizeit                                                     | Sportartikel                                     |
|                                                                        | Reitsportartikel                                 |
|                                                                        | Sportbekleidung und Sportschuhe                  |
| <b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>                                |                                                  |
| Wohneinrichtung                                                        | Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe             |
|                                                                        | Wohndekorationsartikel                           |
| Elektro / Leuchten                                                     | Elektrogroßgeräte                                |
|                                                                        | Elektrokleingeräte                               |
| Elektronik / Multimedia                                                | Elektronik / Multimedia                          |
| medizinische und orthopädische Artikel                                 | medizinische und orthopädische Artikel           |
| Uhren / Schmuck                                                        | Uhren / Schmuck                                  |

Quelle: eigene Zusammenstellung

Als Ausgangslage für die aktuelle Erweiterung des Neustadt Centrums dient eine Erhebung der Verkaufsflächen aus dem Jahr 2015, die vom Büro KuBuS durchgeführt und vom Vermessungsamt der Stadt Halle (Saale) geprüft wurde. Diese Erhebung kommt im Jahr 2015 auf eine gesamtgenutzte Verkaufsfläche von rd. 15.700 m<sup>2</sup>. Grundlage der Untersuchung sind somit die rd. 15.700 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche, die aktuell im Neustadt Centrum durch Einzelhandelsbetriebe genutzt und auf eine Gesamtverkaufsfläche von 16.000 m<sup>2</sup> erweitert werden sollen.

Die Bestandsdaten des Neustadt Centrums, die in enger Abstimmung zwischen Stadt und Eigentümerin ermittelt wurden, konnten gutachterlicherseits hauptsächlich zu Vergleichszwecken herangezogen werden. Grund dafür ist, dass die Erhebung im Jahr 2015 alle Betriebe und deren Gesamtverkaufsflächen auflistet, jedoch keine sortimentsspezifische Aufteilung erfolgt ist. Von Seiten des Gutachters wurden im Rahmen einer aktuellen Erhebung (Stand: 2016) die untersuchungsrelevanten Verkaufsflächen sortimentsspezifisch erhoben.

Dabei konnte u. a. festgestellt werden, dass sich einige von den im Jahr 2015 erhobenen Betrieben nicht mehr im Neustadt Centrum befinden – wie beispielsweise InterSport mit rund 400 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche. Auf der anderen Seite sind Betriebe wie Takko (rd. 400 m<sup>2</sup>) und Meyers Markenschuhe (rd. 200 m<sup>2</sup>) hinzugekommen. Insgesamt haben sich u. a. in Folge von Fluktuationen einige Veränderungen innerhalb des Neustadt Centrums ergeben, die auf Umstrukturierungen bestehender Betriebe, aber auch auf Flächenschließungen und Neueröffnungen zurückzuführen sind. Sowohl Leerstände als auch nicht untersuchungsrelevante Sortimente (insbes. nicht-zentrenrelevante Randsortimente) wurden für die Verträglichkeitsberechnung nicht erhoben.

Als Grundlage für die Diskussion zur Änderung des B-Plans dienen die im Jahr 2015 erhobenen Flächen. Für die vorliegende Verträglichkeitsanalyse und folglich zur rechnerischen Ermittlung von sortimentsspezifischen Verkaufsflächengrößen für das Neustadt Centrum sind die aktuellen sortimentsspezifisch erhobenen Verkaufsflächen aus dem Jahr 2016 relevant. Da die Datengrundlagen, die zur Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes herangezogen wurden, mittlerweile veraltet sind, mussten sie im Rahmen dieser Untersuchung aktualisiert werden. Somit können auf Grundlage eines aktuellen Datensatzes schließlich valide Ergebnisse der Umsatzumverteilungsberechnung gewährleistet werden. Die grundsätzlichen Aussagen, Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes bleiben bestehen und werden u. a. für die Bewertung der Kompatibilität des Vorhabens mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu Grunde gelegt.

### **Erhebungssystematik**

Die räumliche Zuordnung der untersuchungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe erfolgte nach folgenden Kriterien:

- zentrale Versorgungsbereiche,
- sonstige Einzelhandelsagglomerationen (Sonderstandorte) sowie
- sonstige integrierte und nicht integrierte Streulagen.

Erhoben wurden die folgenden, aufgrund ihres Angebotes von dem Vorhaben tangierten Einzelhandelsunternehmen:

- Innerhalb zentraler Versorgungsbereiche erfolgte eine Vollerhebung aller Betriebe mit den untersuchungsrelevanten Sortimenten als Hauptsortiment unabhängig von ihrer Größenordnung.
- Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche wurden in den Städten und Gemeinden Halle (Saale), Salzatal und Teutschenthal alle Lebensmittelbetriebe und Getränkemärkte ab ca. 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erhoben. Für Halle (Saale) sind lediglich Betriebe innerhalb des nordwestlichen Stadtgebietes untersuchungsrelevant.

### **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**

Im Hinblick auf die städtebauliche Lage und Einordnung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Bestandsanalyse und die Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen durch die

Vorhaben ist eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (u. a. Hauptgeschäftszentren) als schützenswerte Bereiche im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlagen (u. a. im Sinne von § 11 (3) BauNVO, § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) notwendig:

Ein zentraler Versorgungsbereich stellt einen schützenswerten Bereich<sup>5</sup> dar, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.<sup>6</sup>

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. innerstädtisches Hauptzentrum sowie Nebenzentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, gleichwohl muss eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen. Im Gegensatz z. B. zu einem Einkaufszentrum definiert sich der Zentrale Versorgungsbereich insbesondere über seine Multifunktionalität (Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.).

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches wird dabei unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorgenommen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des Hauptgeschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (in Bebauungsplänen) übereinstimmen.

Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

#### Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Handel, Gastronomie).

#### Städtebauliche Kriterien

- Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung des öffentlichen Raumes (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.

Diese Kriterien sind in allen im Rahmen dieser Untersuchung näher analysierten Kommunen zur Anwendung gekommen, sofern nicht auf vorliegende Abgrenzungen aus beschlossenen kommunalen oder regionalen Einzelhandelskonzepten zurückgegriffen werden konnte.

- Junker + Kruse (2013): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale). Dortmund.
- Stadt + Handel (2014): Regionales Einzelhandelskonzept „Nahversorgung in den grundzentralen Verflechtungsräumen der Planungsregion Halle“. Leipzig.

<sup>5</sup> (i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 11 (3) BauNVO (im Abwägungsprogramm dieser Vorschrift, OVG Münster vom 22.06.1998 BauR 98, 1198, 1203 f.)

<sup>6</sup> In der Gesetzesbegründung zu der Vorschrift des § 34 (3) BauGB heißt es: Zentrale Versorgungsbereiche ergeben sich insbesondere aus planerischen Festlegungen, namentlich aus Darstellungen und Festsetzungen in den Bauleitplänen oder aus Festlegungen in den Raumordnungsplänen; sie können sich aber auch aus sonstigen planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen ergeben, nicht zuletzt auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen (vgl. BT-Dr 15/2250, S. 54).

## Nachfrageseitige Datenbasis

Im Rahmen der Grundlagenermittlung stellt die Nachfrageseite einen weiteren wichtigen Baustein dar. Dabei zählt die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis unter anderem auf Werte der IfH, Köln zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Insgesamt basiert damit die Prognose der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf einer detaillierten und abgestimmten, z. T. primärstatistisch ermittelten, Bestandsdatenbasis.

## 2.2 Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu großflächigen Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sogenannten „10 %-Marke“<sup>7</sup>. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhandelsgroßvorhaben erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10 % zu Lasten des zentrenorientierten bzw. nahversorgungsrelevanten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO erwirkt. Folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher bzw. versorgungsstruktureller Art.

So begrüßenswert der Rückgriff auf eine derart quantitative und augenscheinlich auch operationalisierbare Messgröße sein mag, so kritisch ist

- die fachwissenschaftliche Herleitung der „10 %-Marke“ und

<sup>7</sup> vgl. z.B.: Schmitz, Holger/Federwisch, Christof, Einzelhandel und Planungsrecht, Berlin 2005, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung - Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentroOberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

- die per se erfolgte Anwendung der „10 %-Marke“, ohne angemessen die raumordnerischen und städtebaulichen Begebenheiten und Spezifika zu berücksichtigen und in die Bewertung einzustellen.

#### Zur fachwissenschaftlichen Herleitung der „10 %-Marke“:

- Der Grenzwert von 10 % basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie<sup>8</sup>: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit circa 21.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, als deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentralen Einzelhandelsbetriebes“ und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde“ erstellt wurde<sup>9</sup>.
- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10 % und 20 % Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren sind, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.
- Fachwissenschaftlich ist die „10 %-Marke“ oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab der erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar.
- Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „worst case-Fällen“ zu urteilen, so dass auch bei **Nicht-Erreichen von 10 % Umsatzumverteilung** zu Lasten einer Innenstadt/eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.<sup>10</sup>
- Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass auch **Umsatzumverteilungen von über 10 %** – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „Umschlagens“ von Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle Auswirkungen) mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10 %<sup>11</sup>, über 10 % bis 20 %<sup>12</sup> bis hin zu etwa 30 %<sup>13</sup>.

<sup>8</sup> vgl. GMA (1997): Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg. Ludwigsburg: S. 41.

<sup>9</sup> vgl. GMA (1997): A.a.O.. Ludwigsburg: S. 34 und 36.

<sup>10</sup> vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

<sup>11</sup> vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

- Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10 %-Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.<sup>14</sup>

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht geht nicht zuletzt auf die – vom Bundesverwaltungsgericht in ihrem Inhalt bestätigten – CentrO-Urteile des OVG Münster<sup>15</sup> zurück. Nach den CentrO-Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

- der *gewichtige Schwellenwert* bei 10 % Umsatzverlust liegt (Regelfall), jedoch
- die Beurteilung offen bleibt, ob ein Schwellenwert von 10 % für alle Fallkonstellationen gelten kann und mit welcher Maßgabe bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinde zu berücksichtigen ist.

Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumutbarkeitsschwelle. Das Erreichen des gewichtigen Schwellenwertes ist Anlass, den Kaufkraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten, denn „Überschritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht“.<sup>16</sup>

**Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur nachhaltig verändert wird.** Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt zum Beispiel dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist<sup>17</sup> bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt<sup>18</sup>.

<sup>12</sup> vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

<sup>13</sup> vgl. OVG Weimar, Urt. v. 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

<sup>14</sup> vgl. z.B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

<sup>15</sup> vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „CentrO-Urteil“

<sup>16</sup> ebenda

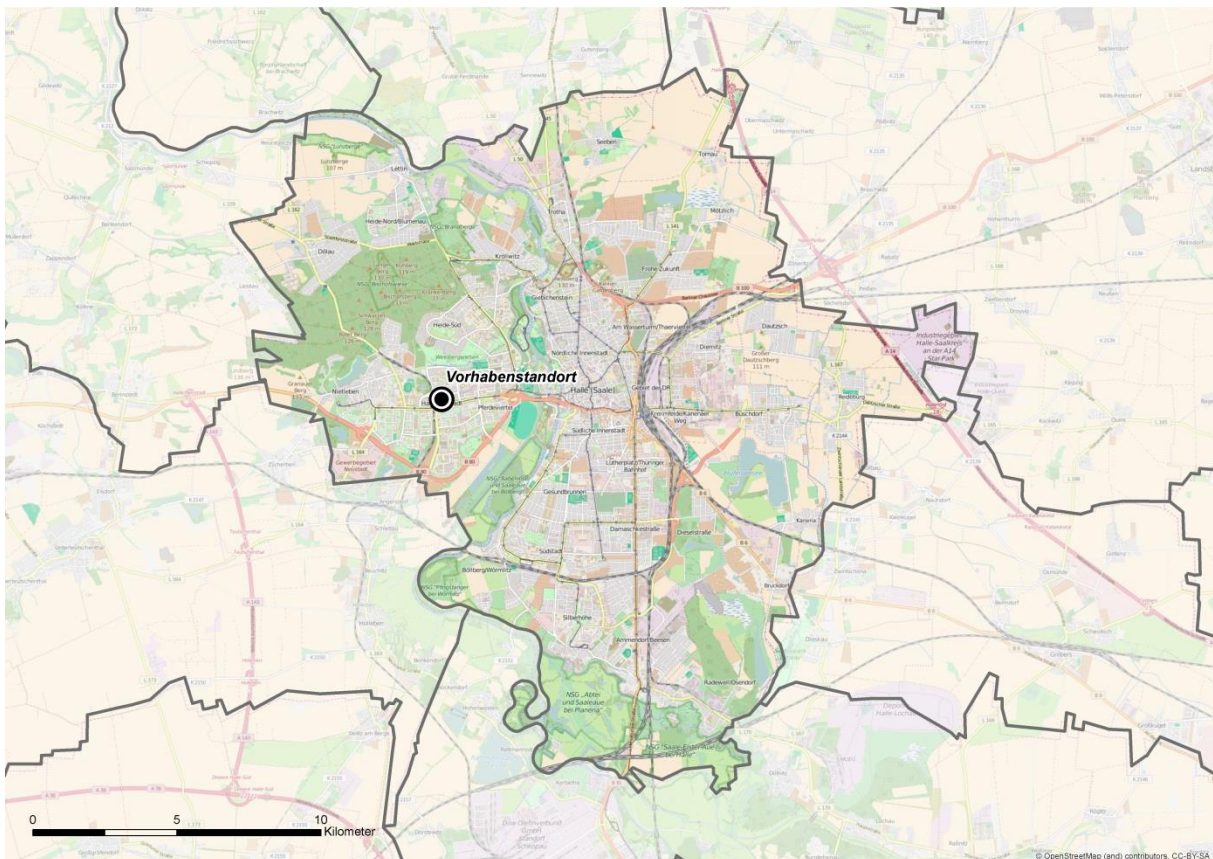
<sup>17</sup> vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

<sup>18</sup> vgl. u. a. Janning (2005): Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich. BauR, Vol. 36, Nr. 11: S. 1723, 1725.

### 3 Lage des Vorhabenstandortes und absatzwirtschaftliche Relevanz des Vorhabens

Der Vorhabenstandort befindet sich im westlichen Stadtgebiet in Halle (Saale) Neustadt. Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um das Neustadt Centrum, das einen Schwerpunkt innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Neustadt stellt. Die hallesche Innenstadt ist rund 5 km entfernt. Direkt angrenzend an den Vorhabenstandort verläuft die Straße An der Magistrale, über die eine direkte Anbindung an die Bundesstraße B 80 Richtung Innenstadt besteht. Zudem fungiert die B 80 als Verbindungsachse zur Autobahnlinie A 143 mit Anschluss an die A 38.

Karte 1: Lage des Vorhabenstandortes in der Stadt Halle (Saale)



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

#### Flächenproduktivitäten des Vorhabens

Die Rechtsprechung<sup>19</sup> verlangt, die maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens auf Grundlage eines „realitätsnahen Worst-Case-Szenarios“ zu ermitteln. Diesem Anspruch ist bereits im Rahmen der Umsatzermittlung eines Vorhabens durch die Zugrundlegung realistischer maximaler Flächenproduktivitäten Rechnung zu tragen, um die Ermittlung maximaler Umsatzumverteilungen – als ökonomische Grundlage

<sup>19</sup> vgl. u. a. das sog. Preußen-Park-Urteil des OVG Münster: OVG NRW Az.: 7a D 60/99.NE vom 07. Dez. 2000, S. 53 ff.

für die Abschätzung der maximal zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen – zu ermöglichen.

Da mittels bauleitplanerischer Maßnahmen lediglich Sortimente und Verkaufsflächen gesteuert werden können, verbietet sich im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse eine „**betreiberscharfe**“ Betrachtung und Bewertung. Gleichwohl ist – ebenfalls im Sinne der rechtlich geforderten „realitätsnahen Betrachtung des worst case-Ansatzes“ (Urteil des OVG NRW vom 02. Oktober 2013 – 7 D 18/13.NE) – eine betreiberorientierte Betrachtung grundsätzlich durchzuführen, um die zu prognostizierenden Auswirkungen in einer Sortimentsgruppe weder zu unter- noch zu überschätzen. Sofern diese nicht bekannt sind bzw. (z. B. durch den Betreiber) zur Verfügung gestellt werden, ist seitens des Gutachters eine begründete Schätzung der Flächenproduktivitäten – gestützt auf entsprechende sekundärstatistische Angaben – durchzuführen, die unter Berücksichtigung der lokalen bzw. regionalen Rahmenbedingungen den realitätsnahen worst case-Ansatz in der Lage ist abzubilden. Es ist darauf hinzuweisen, dass im Einzelhandel tendenziell mit zunehmender Verkaufsfläche von einer geringeren Umsatzleistung pro Quadratmeter auszugehen ist.

Mit Blick auf die Flächenproduktivität des Vorhabens in Halle (Saale) ist zu berücksichtigen, dass das regionale einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraftvolumen unterdurchschnittlich ausfällt, was sich auch auf die erzielbaren Flächenproduktivitäten mindernd auswirkt. Auch das abschöpfbare Bevölkerungspotenzial ist als begrenzt zu bewerten, da der Raum eher dünn besiedelt ist. Allerdings weist das Oberzentrum Halle (Saale) selbst ein Bevölkerungspotenzial von weit über 200.000 Einwohnern auf.

Die Planungen des Betreibers sehen vor, einen sortimentsunabhängigen Verkaufsflächenspielraum von maximal rd. 16.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche für das Neustadt Centrum zu erhalten. Für die Bewertung potenzieller Verkaufsflächenenerweiterungen einzelner Warengruppen wurden daher zunächst sortimentspezifisch hohe Verkaufsflächengrößen angenommen, die im Hinblick auf eine zukünftige Verkaufsflächendimensionierung aus Gutachtersicht realistisch sind, um die Möglichkeiten für eine möglichst flexible Branchenstruktur aufzuzeigen.

Die Gesamtverkaufsfläche soll insgesamt max. 16.000 m<sup>2</sup> betragen, dabei sind die Verkaufsflächenanteile der jeweiligen Warengruppen von dem **konkreten Sortimentskonzept des Betreibers** abhängig. Folglich ist es nicht zwingend, dass alle der nachfolgend aufgeführten Sortimentsgruppen immer im Neustadt Centrum im Nebenzentrum Neustadt in Halle (Saale) vorhanden sind. Aus diesen Annahmen ergeben **sich zunächst maximale warengruppenspezifische Verkaufsflächenobergrenzen** für die einzelnen Sortimente und daraus abgeleitete sortimentspezifische Umsatzzahlen, die – abzüglich des aktuellen Bestandsumsatzes – für die Bewertung des Gesamtvorhabens relevant sind.

Im Einzelnen werden der Untersuchung die in Tabelle 2 dargestellten maximalen Verkaufsflächendimensionierungen und die unter Berücksichtigung **realitätsnaher Worst Case-Annahmen zur Flächenproduktivität** prognostizierten Umsatzvolumina zu Grunde gelegt (differenziert nach Waren- / Sortimentsgruppen). In der Summe aller maximal anzunehmenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen beträgt das Gesamtverkaufsflächenpotenzial etwas mehr als **29.700 m<sup>2</sup>**. Für diese Gesamtverkaufsfläche umverteilungsrelevant im Sinne der Delta-Betrachtung sind demnach **56,8 bzw. 75,7 Mio. Euro**.

**Tabelle 2: Maximal anzunehmende sortimentspezifische Verkaufsflächen und umverteilungsrelevante Umsätze für das Vorhaben Neustadt Centrum**

| Waren- / Sortimentsgruppe                                                | aktueller Verkaufsflächenbestand (m²) | maximal angenommene Verkaufsfläche (m²) | Flächenproduktivität <sup>20</sup> (Euro / m²) (worst case) | maximal anzunehmender umverteilungsrelevanter Umsatz* (in Mio. Euro) |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel                                               | 5.390                                 | 6.000                                   | <b>4.000 – 6.000**</b>                                      | 0,6 – 12,6                                                           |
| Blumen (Indoor) / Zoo                                                    | 120                                   | 1.000                                   | <b>2.400</b>                                                | 0,8                                                                  |
| Gesundheit und Körperpflege                                              | 1.220                                 | 1.700                                   | <b>6.000</b>                                                | 4,7                                                                  |
| Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher | 900                                   | 1.500                                   | <b>4.200</b>                                                | 2,8                                                                  |
| Bekleidung                                                               | 3.340                                 | 10.000                                  | <b>2.900</b>                                                | 17,1                                                                 |
| Schuhe / Lederwaren                                                      | 970                                   | 6.000                                   | <b>3.400</b>                                                | 15,3                                                                 |
| Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren                              | 360                                   | 1.500                                   | <b>2.200</b>                                                | 2,2                                                                  |
| Spielwaren / Hobbyartikel                                                | 140                                   | 1.000                                   | <b>2.900</b>                                                | 2,2                                                                  |
| Sport und Freizeit                                                       | 70                                    | 1.000                                   | <b>3.200</b>                                                | 2,7                                                                  |
| Wohneinrichtung                                                          | 380                                   | 1.500                                   | <b>2.000</b>                                                | 1,8                                                                  |
| Elektro / Leuchten                                                       | 580                                   | 1.500                                   | <b>5.000</b>                                                | 4,7                                                                  |
| Elektronik / Multimedia                                                  | 1.260                                 | 6.000                                   | <b>6.100</b>                                                | 25,3                                                                 |
| medizinische und orthopädische Artikel                                   | 100                                   | 1.000                                   | <b>6.400</b>                                                | 5,2                                                                  |
| Uhren, Schmuck                                                           | 100                                   | 700                                     | <b>5.000</b>                                                | 2,7                                                                  |

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen auf Basis verschiedener Kennwerte; gerundete Werte

\* Der umverteilungsrelevante Umsatz ergibt sich aus dem maximal zu erwartenden Umsatz, der sich durch die maximal anzunehmenden Verkaufsflächengrößen für das Gesamtvorhaben in Bezug auf die einzelnen Sortimente ergeben könnte, abzüglich des aktuellen Bestandsumsatzes.<sup>21</sup>

\*\* Die Spannweite der Flächenproduktivitäten ergibt sich aus der Unterscheidung zwischen Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter, die sich in ihren durchschnittlichen Flächenproduktivitäten teilweise deutlich voneinander unterscheiden.

<sup>20</sup> Die angenommenen Flächenproduktivitäten basieren auf durchschnittlichen (sortiments- und betriebstypenspezifischen) Kennwerten unterschiedlicher Quellengrundlagen, wie beispielsweise Factbook Einzelhandel 2015 oder Hahn Gruppe 2015/2016. Diese Werte für die einzelnen Sortimente wurden mit einzelnen Angaben von Betreibern vor Ort, der lokalen Kaufkraftkennziffer sowie einer Einschätzung der Leistungsfähigkeit der einzelnen Betreiber kalibriert, so dass sich schlussendlich eine realitätsnahe Flächenproduktivität je Warengruppe – sowohl für das Neustadt Centrum als auch für die betroffenen Wettbewerber – ergibt.

<sup>21</sup> ebenda

Bei den vorangestellten warengruppenspezifischen Verkaufsflächen handelt es sich **nicht** um Verkaufsflächenanteile, die **additiv zu verstehen sind**. Vielmehr handelt es sich hierbei um einen **Flächenpool** warengruppenspezifischer Verkaufsflächenanteile, aus denen sich die geplante Gesamtverkaufsfläche des Vorhabens von maximal rund **16.000 m<sup>2</sup>** zusammensetzen kann. Zu Grunde gelegt wurden zunächst einmal die maximalen Verkaufsflächen einzelner Sortimente.

## 4 Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Einzugsgebiet respektive im Untersuchungsraum. Hierzu wird zunächst eine Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebietes sowie (daraus abgeleitet) des Untersuchungsraumes vorgenommen. Für diesen Raum erfolgt schließlich eine Analyse der absatzwirtschaftlichen (angebots- und nachfrageseitigen) Rahmenbedingungen.

### 4.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes und Definition des Untersuchungsraumes

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Analyse der **Wettbewerbssituation** sowie zur **Ermittlung des externen Nachfragepotenzials** eines Vorhabenstandortes. Dabei können das zu ermittelnde potenzielle Einzugsgebiet eines Vorhabens sowie die hierin zu bestimmenden Untersuchungsstandorte einer städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse nur ein theoretisches Konstrukt darstellen, da keine aktuellen empirischen Untersuchungen zu tatsächlichen Kundenströmen vorliegen.

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) nimmt jedoch die Bereitschaft der Kunden ab, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Wettbewerbsstandorte geringere Raum-Zeit-Distanzen bzw. eine höhere Attraktivität aufweisen. Einfacher ausgedrückt bedeutet dies, dass mit zunehmender Entfernung zum Angebotsstandort die Kundenbindung immer weiter nachlässt. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet, in dem die projektrelevanten Untersuchungsstandorte lokalisiert sind.

Ausgehend von diesen Überlegungen ist zunächst einmal festzuhalten, dass das avisierte Vorhaben – vor allem aufgrund des verkehrlich sehr gut angeschlossenen Vorhabenstandorts – über ein vergleichsweise weit ausgedehntes Einzugsgebiet verfügen wird. So werden aller Voraussicht nach auch Kunden an den Vorhabenstandort gebunden werden können, die **bis zu 30 Pkw-Minuten** vom Vorhabenstandort entfernt wohnen. Demgegenüber ist zu berücksichtigen, dass der wettbewerbliche Konkurrenzstandort Innenstadt Halle (Saale) die tatsächliche Ausdehnung des Einzugsgebietes in Richtung Osten beschränken wird.

Unter Berücksichtigung der zuvor genannten Kriterien bietet es sich an, einen Untersuchungsraum zu definieren, der alle **Städte und Gemeinden innerhalb einer 20- bis 30-Minuten-Fahrtzeitisochrone** um den Vorhabenstandort umfasst. Wenngleich damit der Untersuchungsraum nicht in Gänze dem potenziellen Einzugsgebiet des Vorhabens entspricht, wird durch diese Vorgehensweise sichergestellt, dass die zu prognostizierenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auf die im direkten Umfeld des Vorhabenstandortes lokalisierten Angebotsstandorte nicht „künstlich“ minimiert werden.

Demnach umfasst der für die Verträglichkeitsanalyse definierte Untersuchungsraum folgende Städte und Gemeinden:

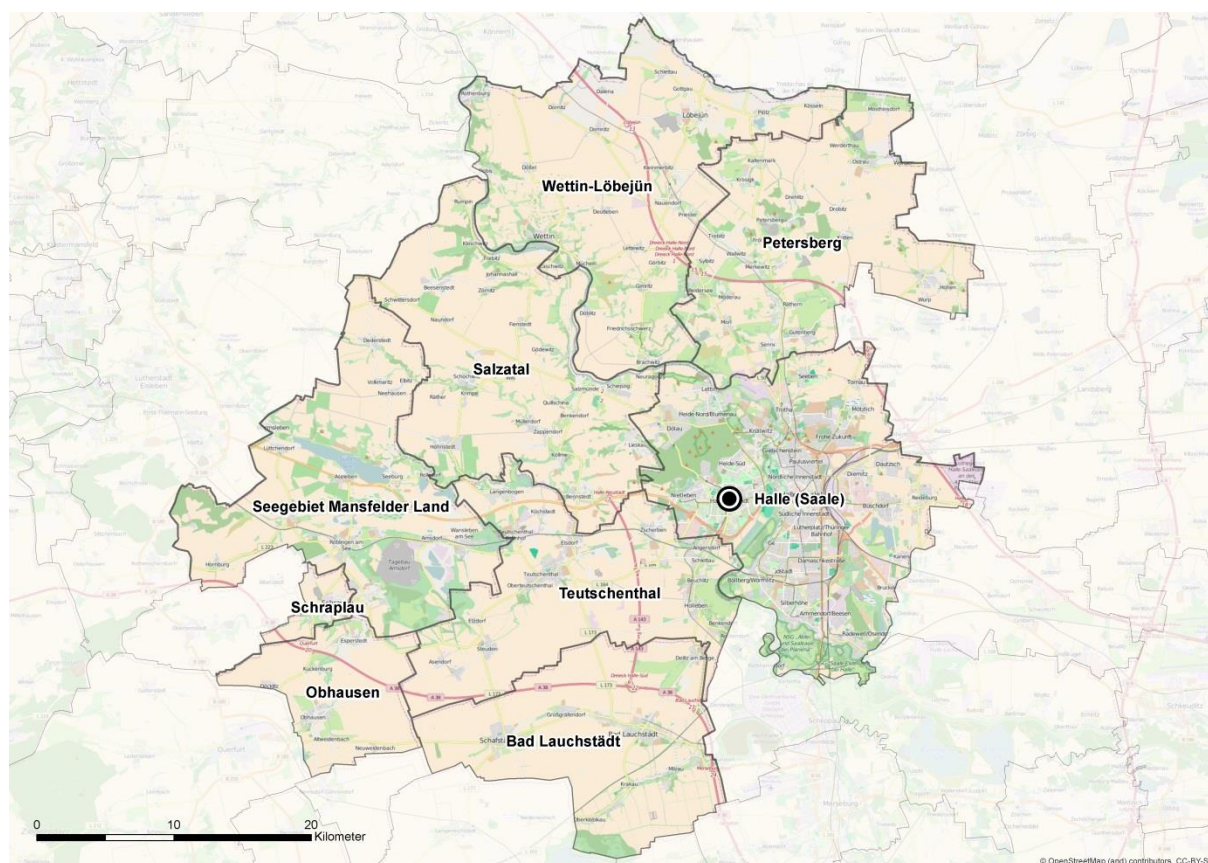
**Tabelle 3: Städte und Gemeinden im Untersuchungsraum**

| Städte und Gemeinden innerhalb des abgegrenzten Untersuchungsraums |            |                           |
|--------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------|
| Halle (Saale)                                                      | Petersberg | Seegebiet Mansfelder Land |
| Bad Lauchstädt                                                     | Salzatal   | Teutschenthal             |
| Obhausen                                                           | Schraplau  | Wettin-Löbejün            |

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die räumliche Abgrenzung des Untersuchungsraums kann der nachfolgenden Karte 2 entnommen werden.

**Karte 2: Abgrenzung des Untersuchungsraums**



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende; CC-BY-SA

## 4.2 Kaufkraft im Untersuchungsraum

Insgesamt leben im Untersuchungsraum rund **304.300 Einwohner** mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft** von rund **1.610 Mio. Euro über alle Warengruppen**. Davon entfallen ca. **1.249 Mio. Euro** auf die rund **238.100 Einwohner** des Oberzentrums **Halle (Saale)**.

Das warengruppenspezifische Kaufkraftvolumen in den untersuchungsrelevanten Warengruppen stellt sich wie folgt dar:

|                                             |               |
|---------------------------------------------|---------------|
| ■ Nahrungs- und Genussmittel:               | 660 Mio. Euro |
| ■ Blumen (Indoor) / Zoo:                    | 33 Mio. Euro  |
| ■ Gesundheit und Körperpflege:              | 105 Mio. Euro |
| ■ PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher: | 49 Mio. Euro  |
| ■ Bekleidung:                               | 145 Mio. Euro |
| ■ Schuhe / Lederwaren:                      | 39 Mio. Euro  |
| ■ GPK / Haushaltswaren:                     | 19 Mio. Euro  |
| ■ Spielwaren / Hobbyartikel:                | 36 Mio. Euro  |
| ■ Sport und Freizeit:                       | 29 Mio. Euro  |
| ■ Wohneinrichtung:                          | 35 Mio. Euro  |
| ■ Elektro / Leuchten:                       | 47 Mio. Euro  |
| ■ Elektronik / Multimedia:                  | 111 Mio. Euro |
| ■ medizinische und orthopädische Artikel:   | 22 Mio. Euro  |
| ■ Uhren / Schmuck:                          | 20 Mio. Euro  |

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** aller Städte und Gemeinden im Untersuchungsraum beläuft sich auf Werte zwischen 88,9 (Obhausen) und 96,7 (Teutschenthal)<sup>22</sup>. Im Vergleich mit dem bundesdeutschen Indexwert (Bundesdurchschnitt = 100) zeigen sich im Untersuchungsraum durchgehend unterdurchschnittliche Werte. In **Halle (Saale)** liegt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau mit einem Wert von **90,9** rund 9 % unter dem Bundesdurchschnitt.

### Entwicklung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Die anzunehmenden Auswirkungen des geplanten Vorhabens werden durch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Einzugsbereich beeinflusst. Insbesondere die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet ist von besonderer Bedeutung. Ein wesentlicher Parameter dieser Entwicklung ist

- die prognostizierte Bevölkerungsentwicklung bis 2030.

Die Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien, Stadtentwicklung mbH prognostiziert für den Zeitraum zwischen 2014 und 2030 eine relativ **konstante Bevölkerungsentwicklung** für das Oberzentrum Halle (Saale).<sup>23</sup>

<sup>22</sup> IFH Köln 2016

<sup>23</sup> Analyse & Konzepte – Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien, Stadtentwicklung mbH: Stadt Halle (Saale). Bevölkerungs- und Haushaltsprognose 2014. Bericht vom 11.09.2014. Hamburg.

### 4.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum

Ein wesentlicher Bestandteil der vorliegenden Untersuchung ist die Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 (3) BauNVO. Darüber hinaus werden auch Ergänzungsstandorte in städtebaulich integrierten und nicht integrierten Streulagen in die Analyse eingestellt (vgl. Kapitel 2.1), um die Auswirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum prognostizieren und bewerten zu können.

Bei der Ermittlung der aktuellen **Umsatzzahlen** wurden nicht nur die ermittelten Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten (Euro/m<sup>2</sup>) der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum. Die warengruppenspezifischen Verkaufsflächen und Umsätze im Untersuchungsraum stellen sich wie folgt dar:

**Tabelle 4: Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Warengruppen innerhalb des Untersuchungsraums**

| Warengruppe                            | Verkaufsfläche<br>(in m <sup>2</sup> ) | Bestandsumsatz<br>(in Mio. Euro) |
|----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             | 68.500                                 | 288,5                            |
| Blumen (Indoor) / Zoo                  | 4.100                                  | 8,5                              |
| Gesundheit und Körperpflege            | 12.900                                 | 58,0                             |
| PBS / Bücher                           | 7.300                                  | 28,2                             |
| Bekleidung                             | 38.700                                 | 105,8                            |
| Schuhe / Lederwaren                    | 8.500                                  | 26,3                             |
| GPK / Haushaltswaren                   | 8.000                                  | 15,3                             |
| Spielwaren / Hobbyartikel              | 3.600                                  | 9,3                              |
| Sport und Freizeit                     | 3.200                                  | 9,2                              |
| Wohneinrichtung                        | 5.000                                  | 8,9                              |
| Elektro / Leuchten                     | 2.600                                  | 10,3                             |
| Elektronik / Multimedia                | 7.600                                  | 53,7                             |
| medizinische und orthopädische Artikel | 2.300                                  | 12,8                             |
| Uhren / Schmuck                        | 1.400                                  | 6,3                              |

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; gerundete Werte

Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche in den untersuchungsrelevanten Warengruppen im Untersuchungsraum auf insgesamt rd. **173.900 m<sup>2</sup>**. Auf dieser Gesamtverkaufsfläche wird ein **jährlicher Umsatz** von rd. **641 Mio. Euro** erwirtschaftet. Unter räumlichen Gesichtspunkten kommt der mit hohem Abstand höchste Verkaufsflächen- und Umsatzanteil dem Oberzentrum **Halle (Saale)** selbst zu.

Größte Anbieter mit einem nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkt sind drei SB-Warenhäuser mit einer Verkaufsfläche von jeweils mehr als 5.000 m<sup>2</sup> im halleschen Stadtgebiet. Dies ist zum einen der Kaufland-Markt im Nebenzentrum Südstadt und zum anderen der Real-Markt im Nebenzentrum Neustadt. Weiterhin befindet sich noch ein SB-Warenhaus Kaufland in integrierter Streulage in der südlichen Neustadt. Die größten Anbieter mit einem zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt befinden sich im Hauptzentrum Altstadt in Halle (Saale). Diese sind Galeria Kaufhof, Saturn, C&A sowie Peek&Cloppenburg.

Die größten Betriebe außerhalb des halleschen Stadtgebietes sind durchgängig Lebensmittelanbieter. Insgesamt ist das einzelhandelsrelevante Angebot in den halleschen Umlandkommunen im Untersuchungsraum sehr dünn. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten befinden sich lediglich vereinzelt in den Ortslagen und tragen nur rudimentär zur Versorgung der umliegenden Bevölkerung bei.

## **5 Überprüfung der Kompatibilität des Vorhabens mit den Zielen und Grundsätzen des politisch beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Halle (Saale)**

---

Neben der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit des Vorhabens ist zudem zu untersuchen und nachzuweisen, ob bzw. dass das Vorhaben mit den bestehenden Zielen und Grundsätzen des politisch beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Halle (Saale) kompatibel ist.

### **5.1 Kompatibilität mit den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale)**

---

#### **Allgemeine Ziele für die Gesamtstadt**

*„Sicherung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte“*

- Dem Nebenzentrum Neustadt kommt mit der Bedeutung als Nebenzentrum vor allem eine Versorgungsfunktion für den halleschen Stadtbezirk West sowie teilweise auch für die Region zu. In der halleschen Zentrenhierarchie ist das Nebenzentrum Neustadt dem Hauptzentrum Innenstadt, das eine gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion aufweist, untergeordnet. Entwicklungen innerhalb der Stadt Halle (Saale) sind somit zunächst auf das Hauptzentrum zu lenken, nachrangig dann auf die Nebenzentren, die keine Konkurrenz zur Innenstadt darstellen sollen.

Das Vorhaben ist mit den allgemeinen Zielen für die Gesamtstadt kompatibel, sofern die Versorgungsfunktion des Nebenzentrums Neustadt nicht über die ihm zugedachte Versorgungsfunktion hinausgeht.

#### **Entwicklungsziele – Nebenzentren Neustadt und Südstadt**

*„Sicherung der Einzelhandelsfunktionalität und -zentralität als wichtige bezirkliche Zentren im Westen und Süden Halles“*

*„Vorranggebiet im Bezirk Süd und West für zukünftige zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen (ausgenommen Lebensmittel-Einzelhandel) jedoch: kein Konkurrenzaufbau für die hallesche Altstadt“*

- Das Nebenzentrum Neustadt dient mit seinem breiten und überwiegend zentrenrelevanten Angebot für eine Versorgung der Bevölkerung, die über die Nahversorgung hinausgeht und sogar teilweise eine Versorgungsfunktion für die umliegenden Kommunen übernimmt.

- Die Erweiterung der Gesamtverkaufsfläche des Neustadt Centrums in dem geplanten Maße dient auch dem Ziel, die Einzelhandelsfunktionalität und -zentralität des Nebenzentrums Neustadt als Ganzes zu sichern und somit die aktuell bestehende Versorgungsfunktion weiterhin zu gewährleisten.
- Um zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen zukünftig gezielt räumlich zu konzentrieren und die bezirklichen Haupteinkaufsstandorte, die über die reine Nahversorgungsfunktion hinausgehen, zu stärken, sollen die Nebenzentren – nach dem Hauptzentrum Altstadt – als Vorranggebiete für die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment dienen. Eine Schwächung der Altstadt muss dabei vermieden werden.

Das Vorhaben kann mit den Entwicklungszielen für die Nebenzentren Neustadt und Südstadt **kompatibel sein**, wenn die Kompatibilität des Vorhabens auch mit den Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes nachgewiesen werden kann und mögliche negative Auswirkungen auf die Altstadt ausgeschlossen werden können. Eine Prüfung der Grundsätze folgt in Kapitel 5.2, die Auswirkungsanalyse in Kapitel 7.4.

## 5.2 Kompatibilität mit den Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale)

Im Hinblick auf die Kompatibilität des Planvorhabens mit den Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale) sind in erster Linie die Bestimmungen der **Grundsatzes 1 und 2** relevant:

### *„Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten*

#### **Ziel:**

*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 halleischen Bevölkerung.*

#### **Grundsatz 1:**

#### **Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten**

- 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.*

[...] <sup>24</sup>

- Bei dem geplanten Vorhaben handelt es sich um die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Neustadt Centrums in Halle (Saale), in dem hauptsächlich Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ansässig sind.

<sup>24</sup> Junker und Kruse (2013): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), S. 251 f.

- Das Neustadt Centrum ist Teil des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Neustadt. Demnach liegen die Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment an einem für sie vorgesehenen Standort.

Die Kompatibilität mit dem Grundsatz 1 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale) ist demnach erfüllt.

### **„Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten**

#### **Ziel:**

*Erhalt und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion und der regionalen Ausstrahlung des halleschen Hauptzentrums (Altstadt) als bedeutendster Einzelhandelsstandort durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten sowie Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion der Neben- und Nahversorgungszentren.*

#### **Grundsatz 2:**

**Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente)**

- Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen in den zentralen Versorgungsbereichen (Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren) liegen.*

[...]

#### **Erläuterung:**

*Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt mit seiner funktionalen Zuordnung als Hauptgeschäftsbereich der Stadt zu gewährleisten und so das Zentrengefüge innerhalb der Stadt Halle (Saale) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen daher nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen liegen (Ausnahme: „Hallescher Laden“). Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment ab 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen zukünftig nur noch im Hauptgeschäftsbereich des halleschen Hauptzentrums und ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Schwelle der Großflächigkeit) nur noch im Hauptzentrum Altstadt sowie in den Nebenzentren Neustadt und Südstadt zulässig sein, um diese Standorte in ihrer Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen Wettbewerb der verschiedenen zentralen Versorgungsbereiche untereinander zu vermeiden.*

*Ableitung der 1.500 m<sup>2</sup>-Schwelle: die größten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten verfügen in den beiden Nebenzentren über maximale Gesamtverkaufsflächen von weniger als 1.500 m<sup>2</sup>. Darüber hinaus ist mit dieser Verkaufsflächen-Obergrenze eine anzustrebende Zentren-Hierarchisierung (Betriebe ab einer Gesamtverkaufsfläche von 1.500 m<sup>2</sup> nur noch im Hauptzentrum) zugunsten des Hauptzentrums Altstadt gewährleistet.*

*Darüber hinaus ist zur Wahrung der hierarchischen Zentrenstruktur die Verkaufsflächengröße von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment in Abhängigkeit von der auf die Versorgungsfunktion des Zentrums ausgerichteten Kaufkraftabschöpfung zu berücksichtigen.*

[...]“<sup>25</sup>

- Bei dem geplanten Vorhaben handelt es sich um die geplante Verkaufsflächenenerweiterung des Neustadt Centrums in Halle (Saale), in dem hauptsächlich Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ansässig sind.
- Das Neustadt Centrum ist Teil des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Neustadt. Demnach liegen die Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment an einem für sie vorgesehenen Standort.
- Die Bestimmung, dass Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche ab 1.500 m<sup>2</sup> nur noch im Hauptzentrum Altstadt angesiedelt werden sollen, greift für das Neustadt Centrum nicht. Bei dem Neustadt Centrum handelt es sich um einen Betrieb / Anlagentyp, der „unter einem Dach“ eine Mehrzahl von groß- und kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben vereint. Da die Realisierung des Neustadt Centrums weit vor der Beschlussfassung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgt ist und es somit als Einkaufszentrum bereits seit vielen Jahren existiert, stellt es im Zusammenhang mit diesem Grundsatz eine Atypik dar.

Die **Kompatibilität** mit dem **Grundsatz 2** des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale) ist demnach **erfüllt**.

<sup>25</sup> Junker und Kruse (2013): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), S. 253 f.

## 6 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Schritt bei der Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen. Wie in Kapitel 2.2 beschrieben, ist die 10 %-Marke der Umsatzumverteilung in diesem Zusammenhang nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen. Je nach Angebotsstruktur und Rahmenbedingungen kann sowohl eine Umsatzumverteilung von mehr als 10 % für einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich verträglich sein als auch eine Umsatzumverteilungsquote von weniger als 10 % für einen bestimmten Zentrenbereich als städtebaulich unverträglich eingestuft werden<sup>26</sup>.

Das interkommunale Abstimmungsgebot<sup>27</sup> **schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz**, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.<sup>28</sup> Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die versorgungsstrukturelle und/oder städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen.<sup>29</sup> Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen ist daher ein zwingend erforderlicher Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen eines Vorhabens, wie in zahlreichen obergerichtlichen Urteilen bestätigt wurde<sup>30</sup>.

Relevante Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sind demnach erst dann zu erwarten, wenn die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen „umschlagen“. **Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur der Nachbargemeinde nachhaltig verändert wird.** Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z. B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist<sup>31</sup> bzw.

<sup>26</sup> Zur Verdeutlichung ist z. B. auf die angespannte Konkurrenzsituation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinzuweisen. Die Betriebe bewegen sich überwiegend an der Rentabilitätsschwelle. Lebensmittelvollsortimenter z. B. weisen Gewinnmargen von durchschnittlich rund 0 bis 1 % auf, so dass selbst Umsatzumverteilungsquoten von 5 % bereits zu Geschäftsaufgaben führen können.

<sup>27</sup> vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

<sup>28</sup> Durch die Zurückweisung der Beschwerde gegen die Nicht-Zulassung der Revision in dem Urteil des Oberverwaltungsgerichtes für das Land Nordrhein-Westfalen vom 06. Juni 2005 (sog. „CentrO-Urteil“) bestätigt (BverwG 4 BN 41.05).

<sup>29</sup> vgl. Die Wiedergabe der Urteilsbegründungen bei Hoppe, NVwZ 2005, S. 1.145. In Fn. 34 des Beitrags sind die Urteile des BverwG aufgeführt, auf die sich die Oberhausen-Urteile beziehen.

<sup>30</sup> vgl. u. a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

<sup>31</sup> vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und **damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt**<sup>32</sup>.

Ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als

- **Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit**, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen **Versorgungsauftrag** generell oder **hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substanzieller Weise wahrnehmen kann**.<sup>33</sup>

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für den zentralen Versorgungsbereich ist in diesem Zusammenhang ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen **negative städtebauliche Auswirkungen** ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen. Bei der Bewertung eines möglichen Umschlagens absatzwirtschaftlicher in städtebauliche Auswirkungen stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

- |                                               |                                         |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------|
| ■ Lage im Stadtgefüge                         | ■ Qualität der Läden, des Straßenraumes |
| ■ Struktur des zentralen Versorgungsbereiches | ■ Einzelhandelsdichte                   |
| ■ Städtebauliche Qualität                     | ■ Magnetbetriebe                        |

Ein weiterer Aspekt bei der Beurteilung der Auswirkungen auf eine Kommune ist die **landesplanerische Funktionszuweisung** (Verhältnis der Funktion von Ober-, Mittel- und Grundzentren zueinander): Während Grundzentren eine Grundversorgungsfunktion für das eigene Gemeindegebiet zugewiesen ist, haben Mittel- und insbesondere Oberzentren zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breiter gefächerten Einzelhandelsangeboten wahrzunehmen.<sup>34</sup> Dass die raumordnerische Funktion einer von Vorhabenauswirkungen betroffenen Gemeinde ein wichtiger zu berücksichtigender Faktor ist, wird in Rechtsprechung und Literatur in diesem Zusammenhang hervorgehoben.<sup>35</sup> So heißt es bei Uechtritz: *„Die herrschende Meinung geht [...] zutreffend davon aus, dass bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinden zu berücksichtigen ist. Gemeindegebietsüberschreitende Wirkungen, die von*

<sup>32</sup> vgl. u. a. Janning (2005): Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich. BauR, Vol. 36, Nr. 11: S. 1723, 1725.

<sup>33</sup> BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

<sup>34</sup> siehe dazu Blotevogel (Hrsg.) (2002): Fortentwicklung des Zentrale-Orte-Konzepts. ARL-Forschungs- und Sitzungsberichte. Bd. 217: S. 29.

<sup>35</sup> sächs. OVG v. 26.05.1993 – I S 68/93 – LKV 1994, 116; Thüringer OVG v. 20.12.2004 – I N 1096, 03 – (<http://jurisweb.de/jurisweb/egi-bin/J2000cgi.sh>), BauR 2005/1216, 162-166 (Leitsatz); UPR 2005/399 (red. Leitsatz); ThürVBI 2005, 162-166; Uechtritz, Die Gemeinde als Nachbar – Abwehransprüche und Rechtsschutz von Nachbargemeinden gegen Einkaufszentren, Factory-Outlets und Großkinos, BauR 1999, 572, 580 f. unter Hinweis auf OVG NW, DÖV 1988, 843, 845; OVG Rheinland-Pfalz, Beschl. V 08.01.1999 – 8 B 12652/98 –, BauR 1999, 867; Halama, FS Schlichter (1995), S.201, 224 f.

*der Rechtsordnung gewünscht werden, sind grundsätzlich nicht zu missbilligen. [...] Dem Ober- oder Mittelzentrum ist die Versorgung des jeweiligen Verflechtungsbereiches gerade aufgegeben.*“ Allerdings kommt einem Grundzentrum weiterhin die bevölkerungs- und wohnstandortnahe Grundversorgung zu. **Grundversorgung** ist dabei nicht nur als Versorgung mit Gütern des täglichen kurzfristigen Bedarfs zu verstehen, sondern sie umfasst in gewissem Umfang auch die Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.

## 7 Auswirkungen des Vorhabens

Im Rahmen der vorliegenden landesplanerischen und städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse wird für die zu untersuchende Vorhabendimensionierung – im Hinblick auf die verschiedenen Warengruppen – die induzierten Umsatzumverteilungen errechnet und hinsichtlich ihrer **städtebaulichen** und **versorgungsstrukturellen Verträglichkeit** bewertet.

### 7.1 Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens

Bei der absatzwirtschaftlichen Einordnung des Planvorhabens wird durch ein städtebaulich **realitätsnahes Worst Case-Szenario** der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen<sup>36</sup>. Zu diesem Zwecke werden, basierend auf der Analyse der Rahmenbedingungen in den Kapiteln 3 und 4, **Annahmen zur Höhe des umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes** gegenüber den im Untersuchungsgebiet lokalisierten Angebotsstrukturen getroffen:

Den Berechnungen wurden die in Kapitel 3 (Tabelle 2) aufgelisteten, maximalen warengruppen-spezifischen Verkaufsflächen und Umsätze des Planvorhabens zu Grunde gelegt.

Da es sich bei dem Planvorhaben um die Erweiterung eines bestehenden Einkaufszentrums handelt, das sich in der städtebaulichen und wirtschaftlichen Realität bereits niedergeschlagen hat, wird der Umsatz der potenziellen neu hinzutretenden sortimentsspezifischen Verkaufsflächen in die Untersuchung eingestellt. Als umverteilungsrelevantes Umsatzvolumen wird im Folgenden der Umsatzzuwachs durch die einzelnen Sortimentserweiterungen in die Rechnung einbezogen, da dieser für die Beurteilung möglicher schädlicher Auswirkungen des Vorhabens auf andere Angebotsstandorte im Untersuchungsraum entscheidend ist. Entsprechend dieser Rahmenbedingungen gilt es, spezifische Annahmen für die Modellrechnung zu treffen.

Die Umsätze, die auf der jeweiligen sortimentsspezifischen Erweiterungsfläche generiert werden, sind im Hinblick auf das Vorhaben umverteilungsrelevant. Zusätzlich wird der zu prognostizierende, warengruppenspezifische Bestandsmehrumsatz der jeweiligen sortimentsspezifischen Verkaufsfläche im Rahmen der Modellrechnung in Ansatz gebracht („ $\Delta$ -Betrachtung“), der zusätzlich zu dem bereits heute auf der Verkaufsfläche in den jeweiligen Warengruppen im Untersuchungsraum wirksam ist. Die erhöhte Attraktivität (und Kundenbindung) der potenziell vergrößerten Flächen innerhalb des Neustadt Centrums wird mittels einer erhöhten Flächenproduktivität im Vergleich zur derzeitigen Bestandsflächenproduktivität abgebildet.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass sich ein Großteil der zentrenrelevanten Sortimente durch einen besonders großen Einzugsbereich und eine entsprechende Streuung der Auswirkungen auszeichnet – insbesondere mit Blick auf die oberzentrale Versorgungsfunktion Halles sowie das geringe Einzelhandelsangebot im Umland. In Bezug auf die Versorgungsfunktion des Nebenzentrums Neustadt und der Vorhabendimensionierung wird der Großteil der Kunden zwar aus dem abgegrenzten Untersuchungsraum stammen, allerdings ist aufgrund des fehlenden

<sup>36</sup> vgl. Urteil des OVG NRW vom 02.10.2013 – 7 D 18/13.NE

regionalen Einzelhandelsangebotes ein gewisser Anteil an Streukunden zu erwarten. Aus diesem Grund wird der oben berechnete Vorhabenumsatz (vgl. Tabelle 2) zu einem Großteil innerhalb des definierten Untersuchungsraumes umverteilt. Der **umverteilungsrelevante Vorhabenumsatzanteil** in den meisten zentrenrelevanten Warengruppen ist demnach mit **90 %** angesetzt. Für **nahversorgungsrelevante Sortimente** beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatzanteil **100 %**.

**Tabelle 5:            Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzanteils nach Warengruppen**

| Warengruppe                            | umverteilungsrelevanter<br>Umsatzanteil<br>(in %) |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             | -                                                 |
| Blumen (Indoor) / Zoo                  | 100                                               |
| Gesundheit und Körperpflege            | 100                                               |
| PBS / Bücher                           | 100                                               |
| Bekleidung                             | 90                                                |
| Schuhe / Lederwaren                    | 90                                                |
| GPK / Haushaltswaren                   | 90                                                |
| Spielwaren / Hobbyartikel              | 90                                                |
| Sport und Freizeit                     | 90                                                |
| Wohneinrichtung                        | 90                                                |
| Elektro / Leuchten                     | 90                                                |
| Elektronik / Multimedia                | 90                                                |
| medizinische und orthopädische Artikel | 90                                                |
| Uhren / Schmuck                        | 90                                                |

Quelle: eigene Annahmen

Die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird nicht in der Umsatzumverteilungsberechnung berücksichtigt. Mit der aktuellen Verkaufsflächengröße von ca. 5.400 m<sup>2</sup> ist die Warengruppe im Hinblick auf die Nahversorgung angemessen dimensioniert. Zum Schutz der umliegenden Nahversorgungsstandorte, die für die umliegenden Bevölkerungsgruppen eine wichtige Versorgungsfunktion übernehmen, sollte die Verkaufsflächengrößenordnung dieser Warengruppe nicht wesentlich erweitert werden. Um jedoch hier geringfügige Flexibilisierungsspielräume zu ermöglichen, ist eine leicht Erhöhung der zulässigen Verkaufsfläche um rund 600 m<sup>2</sup> vertretbar (vgl. Tabelle 8). Bei dieser zusätzlichen geringen Größenordnung können signifikante absatzwirtschaftliche Auswirkungen von vornherein ausgeschlossen werden, so dass demzufolge hierdurch auch keine städtebaulichen Folgewirkungen zu erwarten sind.

Nachfolgend wird zunächst die Herleitung von Verkaufsflächenobergrenzen für das Neustadt Centrum dargelegt bevor die Analyseergebnisse in Bezug auf das mögliche monetäre Umverteilungspotenzial in den einzelnen Warengruppen mit einer Einschätzung der möglichen städtebaulichen und / oder versorgungsstrukturellen Folgewirkungen dargestellt werden.

## 7.2 Herleitung von Verkaufsflächenobergrenzen

Wie oben bereits erwähnt, wurden in einer ersten Rechnung die in Kapitel 3 (Tabelle 2) maximalen warengruppenspezifischen Verkaufsflächen und umverteilungsrelevanten Umsätze des Planvorhabens zu Grunde gelegt. Diese Eingangswerte stellen zunächst potenzielle Verkaufsflächenspielfräume für die einzelnen Warengruppen innerhalb des Neustadt Centrums dar, die im Hinblick auf die Modellrechnung zunächst realistisch anzunehmen sind.

Den Vorstellungen des Betreibers zufolge soll eine möglichst hohe Flexibilisierung der Verkaufsflächen erreicht werden, indem nach Möglichkeit keine Sortimentsdifferenzierung erfolgt. Eine erste Berechnung der zunächst in die Modellrechnung eingestellten Verkaufsflächengrößenordnungen prognostiziert jedoch bereits warengruppenübergreifend hohe Umsatzumverteilungsquoten, die erhebliche negative Auswirkungen auf Einzelhandelsstandorte außerhalb des Neustadt Centrums – insbesondere das Hauptzentrum Altstadt – erwarten lassen.

Hierzu wurden beispielhaft möglichst hohe Verkaufsflächengrößen einzelner Warengruppen in die Modellrechnung eingestellt. Dabei wurde festgestellt, dass – bei einer anzunehmenden Gesamtverkaufsfläche von 16.000 m<sup>2</sup> pro Warengruppe – der prognostizierte Vorhabenumsatz den Gesamtumsatz aller Warengruppen (mit Ausnahme der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung) im Untersuchungsraum bereits deutlich übersteigt. Auch wird das im Untersuchungsraum vorhandene Kaufkraftvolumen in den meisten Warengruppen nahezu erreicht bzw. teilweise durch das prognostizierte Umsatzvolumen überschritten. Die Durchführung einer plausiblen Umsatzumverteilungsrechnung anhand des Gravitationsmodells war auf Grund dessen nicht möglich, die eingestellte Gesamtverkaufsfläche wurde entsprechend reduziert. Beispielhaft wurden die folgenden zentrenprägenden Warengruppen und Verkaufsflächengrößen in die erste Berechnung eingestellt: Bekleidung (10.000 m<sup>2</sup>), Schuhe / Lederwaren (6.000 m<sup>2</sup>) sowie Elektronik / Multimedia (6.000 m<sup>2</sup>). Als Ergebnis konnten Umsatzumverteilungsquoten ermittelt werden, die für die Warengruppe Bekleidung teilweise deutlich über 10 % hinausgehen. Für die Warengruppen Schuhe / Lederwaren und Elektronik / Multimedia wurden sogar Umsatzumverteilungsquoten von teilweise über 50 % bis zu 70 % ermittelt. Zweifelsohne sind negative Auswirkungen – insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche in Halle (Saale) – zu erwarten. Dementsprechend muss eine vollständige Flexibilisierung der Verkaufsflächenspielfräume (mit bis zu jeweils maximal rd. 16.000 m<sup>2</sup> warengruppenspezifischer Verkaufsfläche) innerhalb des Neustadt Centrums ausgeschlossen werden, so dass Sortimentsbeschränkungen zwingend geboten sind.

Im Hinblick auf die aktuelle Verkaufsflächendimensionierung des Neustadt Centrums ist es aus gutachterlicher Einschätzung erforderlich, die perspektivische **Umsatzumverteilungsquote** für potenziell betroffene Standorte auf **maximal bis zu 7 %** zu begrenzen. Hierdurch soll gewährleistet werden, dass negative städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Für einzelne Warengruppen wurden die maximalen Umsatzumverteilungsquoten niedriger angesetzt. Beispielsweise ist die Warengruppe Bekleidung als innenstadtrelevantes Leitsortiment im Hinblick auf potenzielle Auswirkungen auf die Altstadt sensibel einzuordnen. Vor dem Hintergrund der aktuell bereits exponierten Bedeutung des Neustadt Centrums innerhalb des halle-schen Stadtgebietes und der aktuell hohen Verkaufsflächengröße von mehr als 3.000 m<sup>2</sup> in der

Warengruppe Bekleidung, sind die maximalen Umsatzumverteilungsquoten für diesen Bereich niedriger anzusetzen.

Ausgehend von den Annahmen zur maximalen Umsatzumverteilungsquote von bis zu maximal 7 % wurden vertragliche Verkaufsflächengrößenordnungen für die einzelnen Warengruppen hergeleitet. Die maximal mögliche sortimentspezifische Erweiterungsfläche wurde jeweils in die Modellrechnung eingestellt und zeigt die Ergebnisse, die im folgenden Kapitel aufgeführt werden.

### **7.3 Ergebnisse der Berechnungen – Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben**

---

Die Realisierung des Planvorhabens und die Generierung der aufgezeigten Umsätze würde mit Blick auf die zuvor dargestellten absatzwirtschaftlichen Kennwerte in den Untersuchungsräumen zu den in den in Tabelle 6 dargestellten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen führen. Da im Rahmen der vorliegenden Untersuchung gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl die konkrete Einordnung des geplanten Vorhabens hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche als auch im Hinblick auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art relevant sind, werden nachfolgend die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte auf die in dem Untersuchungsraum befindlichen **zentralen Versorgungsbereiche** sowie die sonstigen relevanten Angebotsstandorte in **städtebaulich integrierten** und **nicht integrierten Streulagen** aufgeführt.

**Tabelle 6: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben – Worst Case**  
(dargestellt ist jeweils der absolute und relative Maximalwert je Sortimentsgruppe und Angebotsstandort)

| Angebotsstandorte                          | Blumen (Indoor) / Zoo<br>max. 450 m² |      | PBS / Zeitungen /<br>Zeitschriften / Bücher<br>max. 1.000 m² gesamt |      | Bekleidung<br>max. 5.000 m² |      | Schuhe / Lederwaren<br>max. 1.300 m² gesamt |      | GPK / Haushaltswaren<br>max. 800 m² gesamt |      | Spielwaren / Hobbyar-<br>tikel<br>max. 350 m² gesamt |      |
|--------------------------------------------|--------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------|------|---------------------------------------------|------|--------------------------------------------|------|------------------------------------------------------|------|
|                                            | abs.                                 | in % | abs.                                                                | in % | abs.                        | in % | abs.                                        | in % | abs.                                       | in % | abs.                                                 | in % |
| zentrale Versorgungsbereiche               |                                      |      |                                                                     |      |                             |      |                                             |      |                                            |      |                                                      |      |
| Halle (Saale) – Haupt-<br>zentrum Altstadt | *                                    | *    | 0,3                                                                 | 2 %  | 3,4                         | 4 %  | 0,8                                         | 4 %  | 0,5                                        | 7 %  | 0,5                                                  | 6 %  |
| Halle (Saale) – Neben-<br>zentrum Neustadt | *                                    | *    | *                                                                   | *    | 0,2                         | 4 %  | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – Neben-<br>zentrum Südstadt | 0,2                                  | 7 %  | *                                                                   | *    | 0,3                         | 4 %  | 0,1                                         | 4 %  | 0,1                                        | 6 %  | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Ammendorf           | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Büschdorf           | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Diesterwegstraße    | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Heideringpassage    | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Hubertusplatz       | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Reileck             | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Silberhöhe          | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Vogelweide          | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Salzatal – ZVB Salz-<br>münde              | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |
| Wettin-Löbejün – ZVB<br>Löbejün            | *                                    | *    | *                                                                   | *    | *                           | *    | *                                           | *    | *                                          | *    | *                                                    | *    |

| (nicht-)integrierte Streulagen                                                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Halle (Saale) – Damaschkestraße                                                   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Dölau                                                             | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Heide Nord / Blumenau                                             | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Heide Süd                                                         | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Giebichenstein / Landrain / Paulusviertel                         | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Lutherplatz / Thüringer Bahnhof                                   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Lutherplatz / Thüringer Bahnhof / Gesundbrunnen / Damaschkestraße | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Nietleben                                                         | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Nördliche Neustadt                                                | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Nördliche Innenstadt                                              | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Südliche Innenstadt                                               | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Südliche Neustadt                                                 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Südstadt                                                          | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Westliche Neustadt                                                | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

| Angebotsstandorte                          | Sport und Freizeit<br>max. 300 m² gesamt |      | Wohneinrichtung<br>max. 700 m² gesamt |      | Elektro / Leuchten<br>max. 650 m² gesamt |      | Elektronik / Multime-<br>dia<br>max. 1.500 m² gesamt |      | medizinische und<br>orthopädische Artikel<br>max. 230 m² gesamt |      | Uhren / Schmuck<br>max. 190 m² gesamt |      |
|--------------------------------------------|------------------------------------------|------|---------------------------------------|------|------------------------------------------|------|------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------|------|
|                                            | abs.                                     | in % | abs.                                  | in % | abs.                                     | in % | abs.                                                 | in % | abs.                                                            | in % | abs.                                  | in % |
| zentrale Versorgungsbereiche               |                                          |      |                                       |      |                                          |      |                                                      |      |                                                                 |      |                                       |      |
| Halle (Saale) – Haupt-<br>zentrum Altstadt | 0,6                                      | 7 %  | 0,4                                   | 7 %  | 0,2                                      | 5 %  | 0,9                                                  | 2 %  | 0,5                                                             | 7 %  | 0,4                                   | 7 %  |
| Halle (Saale) – Neben-<br>zentrum Neustadt | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | 0,1                                                             | 6 %  | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – Neben-<br>zentrum Südstadt | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | 0,2                                                  | 2 %  | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Ammendorf           | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Büschdorf           | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Diesterwegstraße    | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Heideringpassage    | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Hubertusplatz       | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Reileck             | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Silberhöhe          | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Halle (Saale) – NVZ<br>Vogelweide          | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Salzatal – ZVB Salz-<br>münde              | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |
| Wettin-Löbejün – ZVB<br>Löbejün            | *                                        | *    | *                                     | *    | *                                        | *    | *                                                    | *    | *                                                               | *    | *                                     | *    |

| (nicht-)integrierte Streulagen                                                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Halle (Saale) – Damaschkestraße                                                   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Dölau                                                             | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Heide Nord / Blumenau                                             | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Heide Süd                                                         | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Giebichenstein / Landrain / Paulusviertel                         | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Lutherplatz / Thüringer Bahnhof                                   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Lutherplatz / Thüringer Bahnhof / Gesundbrunnen / Damaschkestraße | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Nietleben                                                         | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Nördliche Neustadt                                                | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Nördliche Innenstadt                                              | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Südliche Innenstadt                                               | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Südliche Neustadt                                                 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Südstadt                                                          | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Halle (Saale) – Westliche Neustadt                                                | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte; Darstellung absoluter Werte in Mio. Euro

NVZ = Nahversorgungszentrum

- Ausgehend von realistisch anzunehmenden sortimentspezifischen Verkaufsflächengrößen für das Neustadt Centrum mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 16.000 m<sup>2</sup> lassen sich die oben aufgeführten Umsatzumverteilungen ermitteln.
- Plausibel nachweisbare Umsatzumverteilungen ergeben sich dementsprechend ausschließlich für die Standorte der halleischen zentralen Versorgungsbereiche **Hauptzentrum Altstadt** sowie die **Nebenzentren Neustadt** und **Südstadt**. In den zentralen Versorgungsbereichen der Umlandkommunen **Salzatal (zentraler Versorgungsbereich Salzmünde)** und **Wettin-Löbejün (zentraler Versorgungsbereich Löbejün)** können Umsatzumverteilungen nicht plausibel nachgewiesen werden, da sie sich jeweils unter einem Wert von 100.000 Euro ergeben würden.
- Insgesamt lassen sich maximale **Umsatzumverteilungsquoten von maximal bis zu 7 %** prognostizieren. Diese ergeben sich hauptsächlich für den zentralen Versorgungsbereich **Hauptzentrum Altstadt** in den Warengruppen **Sport und Freizeit** (0,6 Mio. Euro), **Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren** (0,5 Mio. Euro), **medizinische und orthopädische Artikel** (0,5 Mio. Euro), **Papier / Büroartikel / Schreibwaren** (1,0 Mio. Euro), **Uhren / Schmuck** (0,4 Mio. Euro) sowie **Wohneinrichtung** (0,4 Mio. Euro). Für das **Nebenzentrum Südstadt** ergeben sich Umsatzumverteilungsquoten von maximal bis zu 7 % in der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo**. Monetär drücken sich die Umverteilungen in dieser Warengruppe im Nebenzentrum mit jeweils 0,2 Mio. Euro aus.
- Für das **Hauptzentrum Altstadt** ergeben sich weitere nachweisbare Umsatzumverteilungsquoten in den übrigen Warengruppen, mit **Ausnahme** der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo**, für die keine Umsatzumverteilungen plausibel nachweisbar sind. Umsatzumverteilungen von 6 % bzw. 0,5 Mio. Euro werden für die Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** prognostiziert. Für die Warengruppe **Elektro / Leuchten** ergeben sich Umsatzumverteilungsquoten von 5 % bzw. 0,2 Mio. Euro. Die monetären Umsatzumverteilungen von ca. 0,8 Mio. Euro in der Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** drücken sich mit einer prozentualen Quote von 4 % aus. Eine Umsatzumverteilungsquote von 4 % (rd. 3,4 Mio. Euro) wird auch für die Warengruppe **Bekleidung** prognostiziert. Für die Warengruppe **Elektronik / Multimedia** ergibt sich eine Umsatzumverteilungsquote von 2 %, die sich monetär mit 0,9 Mio. Euro ausdrückt.
- Im **Nebenzentrum Südstadt** ergeben sich – neben den oben erwähnten Umsatzumverteilungen – weitere nachweisbare Umsatzumverteilungen in den Warengruppen **Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren** (6 %, 0,1 Mio. Euro), **Schuhe / Lederwaren** (4 %, 0,1 Mio. Euro) sowie **Elektronik / Multimedia** (2 %, 0,2 Mio. Euro). Für die Warengruppe **Bekleidung** werden 4 % und 0,3 Mio. Euro Umsatzumverteilung prognostiziert.
- Für den östlichen Bereich des **Nebenzentrums Neustadt** lassen sich Umsatzumverteilungsquoten für zwei Warengruppen prognostizieren. Zum einen ergeben sich Umsatzumverteilungen von 6 % in der Warengruppe **medizinische und orthopädische Artikel**, die sich monetär mit 0,1 Mio. Euro ausdrücken. Zum anderen werden Umsatzumverteilungen von 0,2 Mio. Euro bzw. 4 % in der Warengruppe **Bekleidung** prognostiziert.

- Die monetären Umsatzumverteilungen an allen weiteren Angebotsstandorten im Untersuchungsraum – sofern ein entsprechendes Verkaufsflächenangebot vorliegt – ergeben Werte von unter 100.000 Euro, so dass sie sich in den untersuchungsrelevanten Warengruppen in einem **nicht nachweisbaren Bereich** befinden und sich daher nicht plausibel darstellen lassen.

Zu den weiteren Angebotsstandorten fallen – mit Ausnahme der zentralen Versorgungsbereiche in Salzatal und Wettin-Löbejün – Nahversorgungszentren sowie Einzelhandelsstandorte in solitären Streulagen in Halle (Saale). Im Sinne der Funktionszuweisung dieser Zentren und Standorte ist es vor allem deren Aufgabe, die wohnortnahe Grundversorgung der umliegenden Bevölkerungsgruppen zu sichern, so dass der Angebotsschwerpunkt eindeutig auf nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen muss. Potenzielle absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf Betriebe mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten würden daher nicht zu versorgungsstrukturell negativen Auswirkungen in den Nahversorgungszentren führen, da die Funktion des Zentrums weiterhin erhalten bleiben würde.

Anders als für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist die geplante Verkaufsflächenenerweiterung für die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege nicht unwesentlich. Dementsprechend wurde auch für diese nahversorgungsrelevante Warengruppe eine Umsatzumverteilungsberechnung durchgeführt, um zu erkennen, ob bzw. wo mögliche negative Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten sind.

Anders als für die hauptsächlich zentrenrelevanten Warengruppen in der oben dargestellten Umsatzumverteilungsberechnung wurde im Hinblick auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe Gesundheit und Körperpflege ein kleineres Einzugsgebiet gewählt. Aufgrund der regelmäßigen Nachfrage nach Gütern des täglichen Bedarfs werden die Versorgungseinkäufe in nahversorgungsrelevanten Sortimenten üblicherweise möglichst in der Nähe des Wohnortes getätigt. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel, aber auch im Bereich Drogeriewaren bzw. Gesundheits- und Körperpflegeartikeln, besteht auf Grund der Regelmäßigkeit der Versorgungseinkäufe und des üblicherweise dichten Angebotsnetzes eine hohe Distanzempfindlichkeit beim räumlichen Einkaufsverhalten der Kunden. Der Einzugsbereich für die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege besteht auf Grundlage dieser Annahmen aus dem westlichen halleschen Stadtgebiet (westlich der Bahnlinie) sowie – auf Grund der räumlichen Nähe zum Neustadt Centrum – den angrenzenden Kommunen Salzatal und Teutschenthal.

Die erste Berechnung mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.700 m<sup>2</sup> für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel kam zu dem Ergebnis, dass insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen, aber auch an einigen Nahversorgungsstandorten in städtebaulich integrierten Lagen, bei Vorhabenrealisierung in der geplanten Größenordnung negative Auswirkungen nicht ausgeschlossen werden können. Hierbei konnten Umsatzumverteilungsquoten von bis zu 10 % und 11 % prognostiziert werden. Daraus ergab sich das Erfordernis einer Verkaufsflächenreduzierung für die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege. In der folgenden Tabelle werden die prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten für die nahversorgungsrelevante Warengruppe mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von 1.500 m<sup>2</sup> dargelegt.

**Tabelle 7: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege – Worst Case**  
(dargestellt ist jeweils der absolute und relative Maximalwert je Angebotsstandort)

| Angebotsstandorte                                                                 | Gesundheit und Körperpflege<br>max. 1.500 m <sup>2</sup> gesamt |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------|
|                                                                                   | abs.                                                            | in % |
| zentrale Versorgungsbereiche                                                      |                                                                 |      |
| Halle (Saale) – Hauptzentrum Altstadt                                             | 1,0                                                             | 6 %  |
| Halle (Saale) – Nebenzentrum Neustadt                                             | 0,2                                                             | 7 %  |
| Halle (Saale) – Nebenzentrum Südstadt                                             | 0,5                                                             | 6 %  |
| Halle (Saale) – NVZ Ammendorf                                                     | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – NVZ Diesterwegstraße                                              | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – NVZ Heideringpassage                                              | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – NVZ Hubertusplatz                                                 | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – NVZ Reileck                                                       | 0,2                                                             | 7 %  |
| Halle (Saale) – NVZ Silberhöhe                                                    | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – NVZ Vogelweide                                                    | *                                                               | *    |
| Salzatal – ZVB Salzmünde                                                          | *                                                               | *    |
| (nicht-)integrierte Streulagen                                                    |                                                                 |      |
| Halle (Saale) – Damaschkestraße                                                   | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Dölau                                                             | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Heide Nord / Blumenau                                             | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Heide Süd                                                         | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Giebichenstein / Landrain / Paulusviertel                         | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Lutherplatz / Thüringer Bahnhof                                   | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Lutherplatz / Thüringer Bahnhof / Gesundbrunnen / Damaschkestraße | 0,1                                                             | 7 %  |
| Halle (Saale) – Nietleben                                                         | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Nördliche Neustadt                                                | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Nördliche Innenstadt                                              | 0,1                                                             | 7 %  |
| Halle (Saale) – Südliche Innenstadt                                               | 0,1                                                             | 7 %  |
| Halle (Saale) – Südliche Neustadt                                                 | 0,2                                                             | 7 %  |
| Halle (Saale) – Südstadt                                                          | *                                                               | *    |
| Halle (Saale) – Westliche Neustadt                                                | 0,1                                                             | 7 %  |
| Teutschenthal – Angersdorf                                                        | *                                                               | *    |
| Teutschenthal – Eisdorf                                                           | *                                                               | *    |
| Teutschenthal – Langenbogen                                                       | *                                                               | *    |
| Teutschenthal – Teutschenthal                                                     | *                                                               | *    |

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte; Darstellung abs. Werte in Mio. Euro  
NVZ = Nahversorgungszentrum

- Insgesamt lassen sich bei einer Gesamtverkaufsfläche von max. rd. 1.500 m<sup>2</sup> in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege maximale Umsatzumverteilungsquoten von maximal bis zu 7 % prognostizieren. Diese ergeben sich für die zentralen Versorgungsbereiche **Nebenzentrum Neustadt** (0,2 Mio. Euro) sowie **Nahversorgungszentrum Reileck** (0,2 Mio. Euro). Für nahegelegene Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen ergeben sich teilweise ebenso Umverteilungsquoten von 7 %, die sich monetär mit Werten von bis zu 0,1 bzw. 0,2 Mio. Euro ausdrücken.
- Umsatzumverteilungsquoten von maximal 6 % ergeben sich für die zentralen Versorgungsbereiche **Hauptzentrum Altstadt** (1,0 Mio. Euro) sowie **Nebenzentrum Südstadt** (0,5 Mio. Euro).
- Für alle weiteren Standorte innerhalb des Untersuchungsraums ergeben sich Werte von unter 100.000 Euro, so dass sie sich in den untersuchungsrelevanten Warengruppen in einem **nicht nachweisbaren Bereich** befinden und sich daher nicht plausibel darstellen lassen.

#### 7.4 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

Im Folgenden gilt es, die ermittelten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen **unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten** zu beurteilen. Dabei wird in erster Linie bewertet, inwieweit für die im Untersuchungsraum gelegenen zentralen Versorgungsbereiche ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu befürchten ist.

Wie zuvor aufgezeigt werden konnte, ergeben sich nachweisbare Umsatzumverteilungen ausschließlich für drei zentrale Versorgungsbereiche in Halle (Saale). Neben den beiden **Nebenzentren Neustadt und Südstadt** ist dies in erster Linie das **Hauptzentrum Altstadt**. Da es sich bei den untersuchungsrelevanten Warengruppen um vorrangig zentrenrelevante Angebote handelt, die insbesondere die Funktionsfähigkeit sowie die Versorgungsfunktion der betroffenen zentralen Versorgungsbereiche determinieren, ist zu befürchten, **dass die ermittelten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen umschlagen können**. Die Bewertung orientiert sich an den **zu prognostizieren Auswirkungen je Warengruppe** (im rechtlich geforderten Worst Case).

Nachweisbare Umsatzumverteilungen lassen sich lediglich für die halleschen zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Altstadt sowie die Nebenzentren Neustadt und Südstadt prognostizieren. Diese liegen bei **maximal 7 %** in den untersuchungsrelevanten Warengruppen. Die errechneten Umsatzumverteilungsquoten für die untersuchten Warengruppen in den abgegrenzten Untersuchungsräumen lassen potenzielle absatzwirtschaftliche Auswirkungen erwarten. Ein **Umschlagen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen** ist jedoch für die einzelnen Sortimente **nicht zu erwarten**, sofern die Hürde von maximal bis zu 7 % Umsatzumverteilungen nicht überschritten wird.

Im Hinblick auf die Warengruppe Blumen / Zoo ist zu beachten, dass die einzelnen Sortimentsgruppen unterschiedliche Zuordnungen in der halleschen Sortimentsliste aufweisen. Während die Sortimentsgruppe Blumen (Indoor) ein nahversorgungs- bzw. zentrenrelevantes Sortiment darstellt, wird die Sortimentsgruppe Zoo in der Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente geführt. Negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche durch Verkaufsflächenenerweiterungen im Bereich Zoo innerhalb des Neustadt Centrums sind dahingehend auszuschließen. Die prognostizierten Umsatzumverteilungen für die Warengruppe Blumen / Zoo und die entsprechende Verkaufsflächenbeschränkung beziehen sich somit hauptsächlich auf den Bereich Blumen. Konkrete Vorhaben im Sortimentsbereich Zoo, die über die festgelegte Verkaufsflächenobergrenze für die Warengruppe Blumen / Zoo hinausgehen, sind ggf. möglich, wenn versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden können. Dies sollte durch eine Einzelfallprüfung erfolgen.

Wie oben bereits erwähnt, lassen sich für den östlichen Bereich des **Nebenzentrums Neustadt** (Neustädter Passage) lediglich in den drei Warengruppen Gesundheit und Körperpflege (0,2 Mio. Euro, 7 %), Bekleidung (0,2 Mio. Euro, 4 %) sowie medizinische und orthopädische Artikel (0,1 Mio. Euro, 6 %) potenzielle Umsatzumverteilungen plausibel nachweisen. Die deutliche „Zweiteilung“ des Nebenzentrums Neustadt mit dem Neustadt Centrum im westlichen Bereich und der Neustädter Passage im östlichen Bereich bringt besondere Herausforderungen mit sich. Während das moderne Neustadt Centrum im Hinblick auf die Angebotsausstattung sowie die Frequentierung eindeutig dominiert, fällt die Neustädter Passage insbesondere durch ihre sanierungsbedürftige Bausubstanz und einer höheren Anzahl an Leerständen auf. Diesem Umstand zufolge ist es nicht im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Saale), die bestehende Situation noch weiter zu verschärfen. Dahingehend müssen negative Auswirkungen durch potenzielle Erweiterungen einzelner Warengruppen innerhalb des Neustadt Centrums auf den östlichen Bereich des Nebenzentrums Neustadt zwingend ausgeschlossen werden können.

Im Hinblick auf die Ergebnisse der Umsatzumverteilungsberechnung sind durch die prognostizierten potenziellen Umsatzumverteilungen in der Neustädter Passage mit 7 % (0,2 Mio. Euro) in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege, 4 % (0,2 Mio. Euro) in der Warengruppe Bekleidung und maximal 6 % in der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel (0,1 Mio. Euro) keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten. Die aus Gutachtersicht „kritische Schwelle“ von 7 % wird – unter Einhaltung der maximal zulässigen Verkaufsflächengrößenordnungen – nicht überschritten.

Zur Einordnung der Auswirkungen ist es zudem zu beachten, dass das Neustadt Centrum in seiner geplanten maximalen Gesamtverkaufsfläche von rd. 16.000 m<sup>2</sup> aktuell bereits seit Jahren marktwirksam ist und sich die dort generierten Umsätze bereits auf andere Einzelhandelsbetriebe ausgewirkt haben. Warengruppenspezifische Erweiterungen – im Vergleich zum aktuellen Bestand – sollen zukünftig nur noch geringfügig erfolgen können, so dass durch potenzielle Umstrukturierungen innerhalb des Zentrums mit Einhaltung maximaler Verkaufsflächenobergrenzen keine schädlichen Auswirkungen auf andere Einzelhandelsstandorte – insbesondere auch nicht auf die Neustädter Passage – zu erwarten sind.

Die als maximal verträgliche – niedriger angesetzte – Größenordnung für den Bereich Bekleidung angesetzte Umsatzumverteilungsquote von 4 % dient nicht nur dem Schutz der Innenstadt, sondern ist auch hinsichtlich des Schutzes der Neustädter Passage relevant. Zu hohe Ver-

kaufsflächengrößen einzelner Sortimente im Neustadt Centrum könnten sich negativ auf die Neustädter Passage auswirken, so dass Sortimentsbeschränkungen sinnvoll und notwendig sind. Die aktuell festgelegten Sortimentsbeschränkungen innerhalb des Neustadt Centrums stehen auch langfristig einer Sicherung und einer möglichen Restrukturierung der Neustädter Passage nicht entgegen.

Zukünftige Veränderungen im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung sowie der Betriebsstruktur innerhalb der Neustädter Passage stehen demnach nicht zwangsläufig mit den Entwicklungen innerhalb des Neustadt Centrums in Verbindung.

## 8 Fazit

Die vorliegende städtebauliche Wirkungsanalyse untersucht die maximal verträglichen waren-gruppenspezifischen Verkaufsflächen für das bestehende Neustadt Centrum innerhalb des Nebenzentrums Neustadt in der Stadt Halle (Saale). Die geplante Gesamtverkaufsfläche beläuft sich auf maximal 16.000 m<sup>2</sup>, die aktuell bereits annähernd ausgeschöpft ist.

Die Analyse der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens erfolgte auf Basis einer Prognose der warengruppenspezifischen Umsatzumverteilungen, die das Vorhaben in Abhängigkeit von seiner Dimensionierung in Halle (Saale) und Umland auslösen wird. Verwendet wurde ein **modifiziertes Gravitationsmodell** nach Huff, in das verschiedene angebots- und nachfrageseitige Kennwerte eingestellt wurden.

Gemäß den durchgeführten Analysen wird das Vorhaben ein **regionales Einzugsgebiet** erschließen. Der Untersuchungsraum wurde in Anlehnung an die 20- bis 30-Pkw-Minuten-Isochrone um das Vorhaben definiert. Im Sinne der rechtlich geforderten realitätsnahen worst case-Betrachtung und unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum wurde eine **annähernd vollständige Umverteilung** innerhalb des Untersuchungsraumes in Höhe **von 90 %** des Vorhabenumsatzes der meisten zentrenrelevanten Warengruppen unterstellt. Da sich für die ursprünglich eingestellten Verkaufsflächenobergrenzen bereits hohe Umsatzumverteilungen ergeben haben, die erhebliche negative Auswirkungen – vor allem auf das Hauptzentrum Altstadt in Halle (Saale) – erwarten lassen, wurden maximal verträgliche Verkaufsflächendimensionierungen hergeleitet, die maximale Umsatzumverteilungsquoten von bis zu 7 % erwarten lassen. Aus den zwingend gebotenen Verkaufsflächenbegrenzungen der einzelnen Warengruppen ergibt sich der somit ermittelte Flächenpool (vgl. Tabelle 8).

Negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auf Grundlage der errechneten potenziellen Umsatzumverteilungsquoten im Untersuchungsraum sind für die untersuchten zentrenrelevanten Warengruppen demnach nicht zu erwarten. Potenziell betroffene Standorte innerhalb von Halle (Saale) sind in erster Linie die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Altstadt sowie die Nebenzentren Neustadt und Südstadt. Hier werden teilweise Umsatzumverteilungsquoten von bis zu 7 % prognostiziert, so dass **städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen allerdings grundsätzlich auszuschließen** sind. Im Ergebnis sind **negative versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO weder in der Stadt Halle (Saale) noch den Umlandkommunen zu erwarten**.

Die Überprüfung des geplanten Vorhabens mit den bestehenden Zielen und Grundsätzen des politisch beschlossenen Einzelhandelskonzepts der Stadt Halle (Saale) kommt zu dem Ergebnis, dass das Planvorhaben sowohl mit den Zielen als auch mit den Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes kompatibel sein kann, wenn negative Auswirkungen auf das Hauptzentrum Altstadt ausgeschlossen werden können. Diese sind dann auszuschließen, wenn die sortimentspezifischen Verkaufsflächen innerhalb des Neustadt Centrums nicht über die ermittelten maximal verträglichen Verkaufsflächengrößen hinausgehen und eine Gesamtverkaufsfläche von 16.000 m<sup>2</sup> nicht überschritten wird.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die maximal verträglichen, warengruppenspezifischen Verkaufsflächen für das Vorhaben Neustadt Centrum in Halle (Saale) Neustadt. Hierbei handelt es sich **nicht** um Verkaufsflächenanteile, die **additiv zu verstehen sind**. Vielmehr handelt es sich um einen Flächenpool mit maximalen Verkaufsflächen für die einzelnen Warengruppen, aus dem sich die Sortimentsstruktur des Neustadt Centrums mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 16.000 m<sup>2</sup> zusammensetzen kann.

**Tabelle 8: Maximal verträgliche, warengruppenspezifische Verkaufsflächen**

| Waren-/ Sortimentsgruppe                                                 | aktuelle Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) | maximale Gesamtverkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) | maximal mögliche hinzutretende Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel                                               | 5.390                                     | <b>6.000</b>                                    | 610                                                             |
| Blumen (Indoor) / Zoo                                                    | 120                                       | <b>450</b>                                      | 330                                                             |
| Gesundheit und Körperpflege                                              | 1.220                                     | <b>1.500</b>                                    | 280                                                             |
| Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher | 900                                       | <b>1.000</b>                                    | 100                                                             |
| Bekleidung                                                               | 3.340                                     | <b>5.000</b>                                    | 1.660                                                           |
| Schuhe / Lederwaren                                                      | 970                                       | <b>1.300</b>                                    | 330                                                             |
| Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren                              | 360                                       | <b>800</b>                                      | 440                                                             |
| Spielwaren / Hobbyartikel                                                | 140                                       | <b>350</b>                                      | 210                                                             |
| Sport und Freizeit                                                       | 70                                        | <b>300</b>                                      | 230                                                             |
| Wohneinrichtung                                                          | 380                                       | <b>700</b>                                      | 320                                                             |
| Elektro / Leuchten                                                       | 580                                       | <b>650</b>                                      | 70                                                              |
| Elektronik / Multimedia                                                  | 1.260                                     | <b>1.500</b>                                    | 240                                                             |
| medizinische und orthopädische Artikel                                   | 100                                       | <b>230</b>                                      | 130                                                             |
| Uhren, Schmuck                                                           | 100                                       | <b>190</b>                                      | 90                                                              |

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen auf Basis verschiedener Kennwerte; gerundete Werte

## Verzeichnisse

---

### Karten

|          |                                                              |    |
|----------|--------------------------------------------------------------|----|
| Karte 1: | Lage des Vorhabenstandortes in der Stadt Halle (Saale) ..... | 17 |
| Karte 2: | Abgrenzung des Untersuchungsraums .....                      | 22 |

### Tabellen

|            |                                                                                                                                                                                                                                           |    |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabelle 1: | Branchenschlüssel zur Verkaufsflächenerhebung .....                                                                                                                                                                                       | 10 |
| Tabelle 2: | Maximal anzunehmende sortimentspezifische Verkaufsflächen und umverteilungsrelevante Umsätze für das Vorhaben Neustadt Centrum .....                                                                                                      | 19 |
| Tabelle 3: | Städte und Gemeinden im Untersuchungsraum .....                                                                                                                                                                                           | 22 |
| Tabelle 4: | Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Warengruppen innerhalb des Untersuchungsraums .....                                                                                                                            | 24 |
| Tabelle 5: | Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzanteils nach Warengruppen .....                                                                                                                                       | 34 |
| Tabelle 6: | Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben – Worst Case (dargestellt ist jeweils der absolute und relative Maximalwert je Sortimentsgruppe und Angebotsstandort) .....                           | 37 |
| Tabelle 7: | Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege – Worst Case (dargestellt ist jeweils der absolute und relative Maximalwert je Angebotsstandort) ..... | 43 |
| Tabelle 8: | Maximal verträgliche, warengruppenspezifische Verkaufsflächen                                                                                                                                                                             | 48 |