



16. Januar 2018

Auswirkungsanalyse

zu den städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der geplanten Neuschaffung von ca. 9.170 m² Verkaufsfläche durch die Verlagerung des Globus SB-Warenhauses von der Leipziger Chaussee (HEP Hallescher Einkaufspark) in die Dieselstraße / Ecke Zeppelinstraße
in

Halle/Saale (kreisfreie Großstadt)

Analysen und Strategien für Märkte und Standorte in Europa

Das ecostra-Leistungsprogramm umfasst:

- Standort- & Potenzialanalysen
- Machbarkeitsstudien
- Analysen für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- Auswirkungen nach § 11.3 BauNVO etc.
- Plausibilitätsprüfungen von vorliegenden Gutachten, Stellungnahmen und Unterlagen
- Wettbewerbsuntersuchungen
- Meinungsforschung

Speziell für Auftraggeber aus der Privatwirtschaft erarbeiten wir außerdem

- Flächen- und Nutzungskonzepte für Einzelhandelsgroßprojekte
- Vermietungsanalysen (Branchen- & Betriebsypemix, Magnetbetriebe, Mietansätze etc.)
- Tenant Demand Reports
- Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
- Analysen zur Optimierung des Standortnetzes

Speziell für Auftraggeber auf Seiten der öffentlichen Hand bieten wir

- Einzelhandels- und Märktekonzepte
- die fachgutachterliche Begleitung von Stadtentwicklungs- und Stadtumbaumaßnahmen
- Maßnahmen- und Handlungskataloge zur Stabilisierung und Weiterentwicklung von Geschäftsstraßen
- Vergnügungsstättenkonzepte
- Untersuchungen zur Nahversorgungssituation
- Gewerbeflächenbedarfsanalysen
- Regionalwirtschaftliche Analysen (z.B. Auswirkungen, Umwegeffekte von Kongressen und Messen)

Titelbild:

Ansicht des Planareals an der Dieselstraße mit der leerstehenden Immobilie des ehem. Hela-Baumarktes

Quelle: ecostra

ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstraße 42
D-65185 Wiesbaden
Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0
Fax. +49 – (0)611 – 71 69 575 25

www.ecostracom.com
info@ecostracom.com



Vorbemerkung

Die Firma Globus betreibt seit dem Jahr 1995 in Halle (Saale) an der Leipziger Chaussee im sog. Halleschen Einkaufspark (HEP) ein zweigeschossiges SB-Warenhaus mit einer gesamten Verkaufsfläche von ca. 9.320 m²; davon entfallen auf Lebensmittel ca. 4.280 m² VK und auf Non-Food-Sortimente ca. 5.040 m² VK.

Als neuer Standort für das Globus SB-Warenhaus ist nun ein ca. 90.000 m² großes Grundstück an der Dieselstraße in Halle vorgesehen, das sich bereits größtenteils im Eigentum der Firma Globus und auf dem sich derzeit ein leerstehender Hela Baumarkt befindet, welcher im Zuge der Projektentwicklung durch einen Neubau ersetzt werden soll, wobei nun eine eingeschossige Anordnung der Verkaufsflächen vorgesehen ist. Für das Planobjekt ist folgende Flächenkonzeption vorgesehen:

- Globus SB-Warenhaus mit insgesamt ca. 8.570 m² VK, davon ca. 4.500 m² VK Lebensmittel und ca. 4.070 m² VK Non-Food-Sortimente
- Vorkassenzone mit kleinflächigen Shops mit zusammen ca. 600 m² VK sowie weiteren Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben auf zusammen ca. 900 m².

Für dieses Vorhaben der geplanten Neuschaffung von ca. 9.170 m² Verkaufsfläche durch den Neubau eines SB-Warenhauses an der Dieselstraße / Ecke Zeppelinstraße wurde im September 2016 durch die BBE-Handelsberatung im Auftrag der Firma Globus eine Auswirkungsanalyse vorgelegt und als dessen sachliche und fachliche Grundlage und Begründung in das Bebauungsplanverfahren Nr. 177 „Sondergebiet SB-Warenhaus Dieselstraße“ eingebracht. Diese Auswirkungsanalyse kommt zu dem Ergebnis, dass durch das Planvorhaben „keine negativen Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche“ und „keine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung“ in Halle zu erwarten sind und dieses Projekt mit den Zielen der Landesplanung in Einklang steht.¹ Weiterhin wird seitens der BBE-Handelsberatung festgestellt, dass es sich bei dem Vorhaben um eine städtebaulich integrierte Lage handelt.

Auf Antrag der Firma Globus und auf Grundlage dieser derart durch die BBE-Handelsberatung nachgewiesenen, städtebaulichen Verträglichkeit des Vorhabens und der städtebaulich integrierten Lage hat der Stadtrat der Stadt Halle am 14.12.2016 beschlossen, den Flächennutzungsplan dementsprechend zu ändern und einen neuen vorhabenbezogenen B-Plan mit der Nr. 177 „Sondergebiet SB-Warenhaus Dieselstraße“ aufzustellen. Die frühzeitige Öffentlichkeits- und Behördenbeteiligung wurde im Zeitraum vom 01.06. bis zum 30.06.2017 durchgeführt.

Parallel dazu findet seit Beschluss des Stadtrates vom 31.05.2017 die entsprechende Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Halle (Beschluss

¹ Vgl. BBE: Auswirkungsanalyse – Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale). Erfurt, 2016, S. 90



des Stadtrates vom 30.10.2013), auf Grundlage einer aktuellen Datenbasis und ebenfalls auf Grundlage der Auswirkungsanalyse der BBE-Handelsberatung, die den Nachweis erbracht hatte, dass das Vorhaben keine negativen Auswirkungen haben werde, statt.

Die [REDACTED] ist Eigentümerin des sog. Kaufcenter Südstadtring, in dem sich u.a. ein großdimensioniertes Kaufland SB-Warenhaus befindet. Eigentümer ebenso wie Ankermieter gehen davon aus, dass durch die geplante Neuschaffung von ca. 9.170 m² VK im Zuge der Standortverlagerung des Globus SB-Warenhauses der eigene, langjährig eingeführte Standortbereich mehr als nur unwesentlichen Wettbewerbswirkungen ausgesetzt sein wird. Dasselbe gilt auch für weitere zentrale Versorgungsbereiche und sonstige Standorte der Nahversorgung im Einzugsgebiet des Vorhabens.

Deswegen wurden mit Schreiben vom 29.06.2017 durch die [REDACTED] [REDACTED] Einwendungen gegen dieses Vorhaben im Rahmen der frühzeitige Öffentlichkeits- und Behördenbeteiligung der geplanten Änderung des Flächennutzungsplanes und des neuen vorhabenbezogenen B-Plan mit der Nr. 177 „Sondergebiet SB-Warenhaus Dieselstraße“ eingereicht. Diese Einwendungen hatten auch eine Plausibilitätsprüfung der Auswirkungsanalyse der BBE-Handelsberatung durch Dr. Lademann & Partner zum Inhalt, die die Feststellungen der BBE-Handelsberatung zur städtebaulichen Verträglichkeit und zur städtebaulich integrierten Lage widerlegte.

Zur Schaffung einer eigenständigen Bewertungsgrundlage hat die [REDACTED] ecostra mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse zu beauftragt.

Bei der Erstellung dieser Auswirkungsanalyse konnte u.a. auf folgende Untersuchungen und Publikationen zurückgegriffen werden:

- BBE HANDELSBERATUNG GMBH: Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale). Erfurt, 2016
- JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) – Endbericht. Dortmund, 2013

Außerdem standen ecostra für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung u.a. Daten und Informationen des Auftraggebers, Daten der Stadt Halle und des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt sowie ecostra-interne Analysen und Datenbestände zur Verfügung.

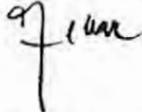
Zur Bewertung u.a. der gegenwärtigen Standort- sowie Angebots- und Wettbewerbssituation erfolgte in der 31. und 32. KW 2017 eine aktuelle Bestandsaufnahme des kompletten Einzelhandels in der Stadt Halle sowie darüber hinaus der maßgeblichen Wettbewerbsstandorte in den umliegenden Städten und Gemeinden.



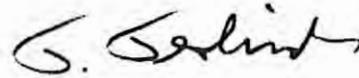
Alle für diese Untersuchung verwendeten Daten und Angaben wurden nach bestem Gewissen erfasst, aufbereitet und ausgewertet. Sämtliche verwendete Fotos und Abbildungen stammen – soweit nicht anders gekennzeichnet – von ecostra. Die vorliegende Untersuchung dient als Entscheidungs- und Bewertungsgrundlage im Rahmen des weiteren Änderungsverfahrens des Flächennutzungsplanes und des vorhabenbezogenen Bebauungsplanverfahrens Nr. 177 „Sondergebiet SB-Warenhaus Dieselstraße“.

Wiesbaden, 16. Januar 2018

ecostra GmbH



Dr. Joachim Will



Thomas Terlinden, M.A.



Inhaltsangabe

Vorbemerkung

1.	AUFGABENSTELLUNG UND RECHTSRAHMEN DER STANDORTENTWICKLUNG	1
1.1	Aufgabenstellung	1
1.2	Der Rechtsrahmen für die Standortentwicklung im Einzelhandel	2
1.2.1	Bundesrechtliche Regelungen (BauGB, BauNVO)	2
1.2.2	Gesetzliche Rahmenbedingungen in Sachsen-Anhalt – Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt (LEP LSA 2010), Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle (REP 2010)	3
1.2.3	Richtlinie zur Beurteilung von geplanten Einzelhandelsgroßprojekten im Land Sachsen-Anhalt 1998	7
2.	STANDORTBESCHREIBUNG UND -BEWERTUNG	8
2.1	Der Makrostandort Großraum Halle (Saale)	8
2.1.1	Geographische Lage und allgemeine Rahmendaten	8
2.1.2	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	8
2.1.3	Verkehrsinfrastruktur	10
2.1.4	Wirtschaft und Arbeitsmarkt	11
2.2	Der Einzelhandelsstandort Halle (Saale) – Bestandsdaten und Ergebnisse der Fortschreibung des Junker+Kruse-Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2013	13
2.2.1	Die Bestandsdaten des Einzelhandels im Einzelhandelskonzept 2013	13
2.2.2	Das Zentrenkonzept für den Einzelhandelsstandort Halle (Saale)	14
2.2.3	Ziele und Grundsätze der räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Halle	15
2.3	Standort- und Objektsituation des bestehenden Globus SB-Warenhauses im HEP in Halle und die geplante Standortverlagerung in die Dieselstraße	17
2.3.1	Standortbeschreibung des bestehenden Globus SB-Warenhauses im Hallescher Einkaufspark (HEP)	17
2.3.2	Standortbeschreibung des vorgesehenen Planareals für die Verlagerung des Globus Marktes an die Dieselstraße / Ecke Zeppelinstraße	19
2.3.3	Das Bestandsobjekt Globus SB-Warenhaus im Einkaufszentrum HEP an der Leipziger Chaussee	25
2.3.4	Bewertung des Ansiedlungsstandortes und des Planvorhabens an der Dieselstraße	27
2.4	Abgrenzung und Definition der Vertriebsformen	29
2.5	Die Projekthistorie und die Plandaten des neu anzusiedelnden Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße	31



3.	DIE ANGEBOTS- UND WETTBEWERBSSITUATION	35
3.1	Der Einzelhandel in der Stadt Halle	35
3.2	Der Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Halle	38
3.3	Die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Halle	40
3.3.1	Das Hauptzentrum Halle-Altstadt	40
3.3.2	Das Nebenzentrum Halle-Neustadt	44
3.3.3	Das Nebenzentrum Halle-Südstadt	47
3.3.4	Das Nahversorgungszentrum Silberhöhe	50
3.3.5	Das Nahversorgungszentrum Ammendorf	53
3.3.6	Das Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße	54
3.3.7	Das Nahversorgungszentrum Vogelweide	56
3.3.8	Das Nahversorgungszentrum Büschdorf	58
3.3.9	Das Nahversorgungszentrum Reileck	60
3.3.10	Das Nahversorgungszentrum Hubertusplatz	62
3.3.11	Das Nahversorgungszentrum Heide-Nord (Heideringpassage)	65
3.4	Die Angebots- und Wettbewerbssituation im sonstigen Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Halle sowie im näheren Umland	67
3.5	Wettbewerbsplanungen im Lebensmitteleinzelhandel in Halle und Umgebung	75
3.6	Fazit aus der Wettbewerbsanalyse	77
4.	EINZUGSGEBIET, BEVÖLKERUNG UND KAUFKRAFT	79
4.1	Methodische Grundlagen	79
4.2	Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes	79
4.3	Aktuelle Einwohnerzahlen und zukünftige Einwohnerentwicklung	84
4.4	Methodische Grundlagen zur Kaufkraft	86
4.5	Die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet	88
5.	UMSATZERWARTUNG, KAUFKRAFTSTRÖME UND MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES	90
5.1	Grundlagen, Kaufkraftabschöpfung und Kaufkraftbewegungen	90
5.2	Umsatzleistung des Bestandsobjektes Globus SB-Warenhaus im HEP	91
5.3	Umsatzerwartung, Umsatzherkunft und Marktanteile des verlagerten Globus SB-Warenhauses am Planstandort an der Dieselstraße in Halle	92
5.4	Die Kaufkraftbewegungen	96
5.4.1	Methodische Grundlagen	96
5.4.2	Analyse der Kaufkraftbewegungen im Untersuchungsraum	97
5.5	Mögliche Auswirkungen auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung	99
5.5.1	Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-Süd	100
5.5.2	Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-Mitte	106
5.5.3	Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-Ost	108
5.5.4	Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-Nord	110
5.5.5	Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-West	110
5.5.6	Auswirkungen auf Standortlagen außerhalb der Stadt Halle	111



5.6	Verkehrliche Auswirkungen durch das Planvorhaben	120
6.	FAZIT	121

Karten-, Tabellen- und Abbildungsverzeichnis
Anhang



1. Aufgabenstellung und Rechtsrahmen der Standortentwicklung

1.1 Aufgabenstellung

Die Firma Globus betreibt seit dem Jahr 1995 in Halle (Saale) an der Leipziger Chaussee im sog. Halleschen Einkaufspark (HEP) ein zweigeschossiges SB-Warenhaus mit einer gesamten Verkaufsfläche von ca. 9.320 m². Nach Angaben von Globus hat dieser Markt am bestehenden Standort kaum Möglichkeiten zur Umsetzung beabsichtigter betrieblicher Maßnahmen, so dass eine Standortverlagerung geplant ist.

Als neuer Standort für das Globus SB-Warenhaus ist ein ca. 90.000 m² großes Grundstück an der Dieselstraße in Halle vorgesehen, wobei nun eine eingeschossige Anordnung der Verkaufsflächen vorgesehen ist. Für das Planobjekt ist folgende Flächenkonzeption vorgesehen:

- Globus SB-Warenhaus mit insgesamt ca. 8.570 m² VK, davon ca. 4.500 m² VK Lebensmittel und ca. 4.070 m² VK Non-Food-Sortimente
- Vorkassenzone mit kleinflächigen Shops mit zusammen ca. 600 m² VK sowie weiteren Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben auf zusammen ca. 900 m².

Für das Vorhaben wurde im September 2016 durch die BBE-Handelsberatung eine Auswirkungsanalyse vorgelegt und in das Bebauungsplanverfahren eingebracht. Diese kommt zu dem Ergebnis, dass durch das Planvorhaben „keine negativen Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche“ und „keine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung“ in Halle zu erwarten sind und dieses Projekt mit den Zielen der Landesplanung in Einklang steht.¹ Nach vorliegenden Informationen beabsichtigt die Stadtverwaltung Halle lt. Beschluss des Stadtrates vom 14.12.2016 den Flächennutzungsplan zu ändern und einen neuen vorhabenbezogenen B-Plan mit der Nr. 177 „Sondergebiet SB-Warenhaus Dieselstraße“ aufzustellen.

Die WCM Handelsmärkte XV GmbH & Co. KG ist Eigentümerin des sog. Kaufcenter Südstadtring, in dem sich u.a. ein großdimensioniertes Kaufland SB-Warenhaus befindet. Eigentümer ebenso wie Ankermieter gehen davon aus, dass durch die geplante Neuschaffung von ca. 9.170 m² VK im Zuge der Standortverlagerung des Globus SB-Warenhauses der eigene, langjährig eingeführte und als Teil eines zentralen Versorgungsbereichs („Nebenzentrum Südstadt“) schützenswerte Standortbereich mehr als nur unwesentlichen Wettbewerbswirkungen ausgesetzt sein wird. Dasselbe gilt auch für weitere zentrale Versorgungsbereiche und sonstige Standorte der Nahversorgung im Einzugsgebiet des Vorhabens. Zur Schaffung einer eigenständigen Bewertungsgrundlage hat die WCM ecostra mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse zu beauftragt.

¹ Vgl. BBE: op.cit

Grundlage dieser Auswirkungsanalyse bilden zunächst die Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO sowie der relevanten landes- und regionalplanerischen Vorschriften (hier u.a. LEP Sachsen-Anhalt 2010, Regionalplan Planungsregion Halle 2010), wobei v.a. die möglichen Auswirkungen des Vorhabens auf die Einzelhandelsstruktur vor Ort sowie auf Aspekte der Raumordnung und des Städtebaus zu analysieren sind.

Im Einzelnen werden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Darstellung des projektrelevanten Rechtsrahmens
- Standort- und Objektsituation des bestehenden Globus SB-Warenhauses sowie Standortbeschreibung und -bewertung des Planareals an der Dieselstraße
- Definition und spezielle Daten des Planobjekts
- Abgrenzung des Einzugsgebietes des Planobjektes, Ermittlung des aktuellen Bevölkerungspotenzials und der planobjektbezogenen Kaufkraftvolumina sowie Prognose der Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2020
- Erfassung, Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsbestands der Stadt Halle und insbesondere des relevanten Wettbewerbs im Lebensmittelbereich in Halle sowie im angrenzenden Umland
- Analyse der Umsatzerwartung, der durch das Vorhaben ausgelösten Kaufkraftströme sowie der möglichen Auswirkungen auf Städtebau und Raumordnung sowie auf die Nahversorgung
- Abschließende Bewertung und Empfehlungen zur möglichen Realisierung des Planobjektes

Soweit möglich und erforderlich wurde eine Kommentierung der entsprechenden Angaben und Aussagen der BBE-Auswirkungsanalyse vorgenommen. Die vorliegende Untersuchung dient dem Auftraggeber als Informations- und Bewertungsgrundlage in Zusammenhang mit der möglichen Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an den Planstandort in der Dieselstraße sowie ggf. zur Vorlage bei den zuständigen Behörden im Rahmen des Genehmigungsverfahrens für das Planvorhaben.

1.2 Der Rechtsrahmen für die Standortentwicklung im Einzelhandel

1.2.1 Bundesrechtliche Regelungen (BauGB, BauNVO)

Wesentliche Rechtsgrundlage für die Standortentwicklung im Einzelhandel stellen die Regelungen des Baugesetzbuches (BauGB) und auch der Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Im BauGB werden förmliche Verfahren zur Aufstellung verschiedener Pläne geregelt. Die BauNVO bestimmt Art und Maß der baulichen Nutzung eines Grundstücks, die Bauweise und die überbaubare Grundstücksfläche. Die zentrale Norm des § 11 Abs. 3 BauNVO führt hierzu aus:

- „(3) 1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und

Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt. Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Entsprechend der BauNVO greift die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 Satz 3, wonach Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 in der Regel anzunehmen sind, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Ergänzend hat das Bundesverwaltungsgericht geurteilt, dass Einzelhandelsbetriebe großflächig sind, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. In diesem Fall wird von den Genehmigungs- und Planungsbehörden zunächst vermutet, dass der Betrieb nicht unwesentliche Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung und auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung hat, so dass der Betrieb nur in bestimmten Gebieten zulässig ist (Kerngebiete, bestimmte Sondergebiete).¹

Neben den bundesrechtlichen Gesetzen und Verordnungen sind weiterhin die Raumordnungsgesetze, Landesentwicklungspläne sowie ggf. ergänzende Verordnungen der jeweiligen Bundesländer von Bedeutung. Die Zuweisung der allgemeinen Raumordnungsangelegenheiten in die Gesetzgebungskompetenz der Länder hat zur Folge, dass je nach Bundesland z.T. unterschiedliche gesetzliche Regelungen zu beachten sind.

1.2.2 Gesetzliche Rahmenbedingungen in Sachsen-Anhalt – Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt (LEP LSA 2010), Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle (REP 2010)

Der aktuell gültige Landesentwicklungsplan für Sachsen-Anhalt² vom Dezember 2010 (LEP LSA 2010) sowie der Regionale Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle

¹ Diese Vermutung kann beispielsweise durch ein Gutachten widerlegt werden (widerlegbare Regelvermutung).

² Vgl. MINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG UND VERKEHR DES LANDES SACHSEN-ANHALT (Hrsg.): Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Magdeburg 2010

(REP 2010) vom November 2010¹ beinhalten u.a. Grundsätze und Ziele, die für die Standortentwicklung im Einzelhandel von Bedeutung sind. So wird in Kapitel 2.3 „Großflächiger Einzelhandel“ des LEP LSA 2010 u.a. ausgeführt:

- Z 46 *„Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. Die Ausweisung von Sondergebieten für eine spezifische Form großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Hersteller Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center - FOC), ist nur an integrierten Standorten in Zentralen Orten der oberen Stufe (Oberzentren) vorzusehen und darf die Attraktivität der Innenstädte nicht gefährden.*
- Z 47 *Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.*
- Z 48 *Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte*
- 1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,*
 - 2. sind städtebaulich zu integrieren,*
 - 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,*
 - 4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,*
 - 5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.*
- Z 50 *Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht städtebaulich integrierten Standorten dürfen nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen.“*

Die o.g. Vorgaben der Landesplanung sind in nahezu identischem Wortlaut ebenso im „Regionalen Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle“ (REP 2010) festgehalten.

Die zentralörtliche Hierarchie mit ihren abgestuften Versorgungsfunktionen für Sachsen-Anhalt ist im LEP LSA 2010 aufgeführt. Danach halten Ober- und Mittelzentren höherwertige Güter und Dienstleistungen für den spezialisierten, mittel- und langfristigen Bedarf vor. Grundzentren dienen der Deckung des qualifizierten und häufig wiederkehrenden Bedarfs der Grundversorgung. Folgende höherrangige zentrale Orte mit entsprechender Versorgungsfunktion werden im LEP LSA 2010 definiert:

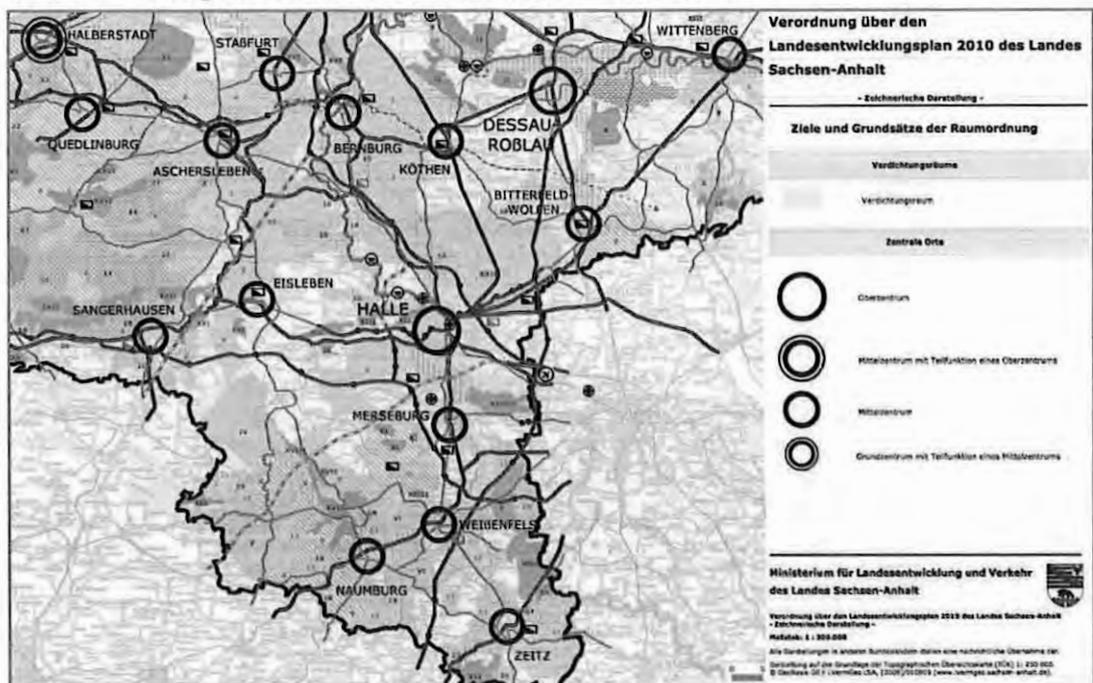
- *„**Oberzentren** sind als Standorte hochwertiger spezialisierter Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen, wissenschaftlichen und politischen Bereich mit überregionaler und zum Teil landesweiter Bedeutung zu sichern und zu entwickeln. Mit ihren Agglomerationsvorteilen sollen sie sich auf die Entwicklung ihrer*

¹ Vgl. REGIONALE PLANUNGSGEMEINSCHAFT HALLE / SAALE (Hrsg.): Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle, Halle / Saale 2010

Verflechtungsbereiche nachhaltig auswirken. Sie sollen darüber hinaus als Verknüpfungspunkte zwischen großräumigen und regionalen Verkehrssystemen wirken." Neben Halle / Saale selbst fungieren innerhalb von Sachsen-Anhalt auch die Landeshauptstadt Magdeburg sowie Dessau-Roßlau als Oberzentren.

- „**Mittelzentren** sind als Standorte für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Bereich und für weitere private Dienstleistungen zu sichern und zu entwickeln. Sie sind Verknüpfungspunkte der öffentlichen Nahverkehrsbedienungs und sollen die Verbindung zum regionalen und überregionalen Verkehr sichern." Als solches ist u.a. die in kurzer südlicher Entfernung zu Halle / Saale liegende Stadt Merseburg definiert. **Mittelzentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums** halten „aufgrund ihrer Lage im räumlichen Siedlungsgefüge und aufgrund von Defiziten in der Erreichbarkeit eines Oberzentrums für die Bevölkerung“ zusätzlich teilweise oberzentrale Einrichtungen vor. In Sachsen-Anhalt trifft dies auf Halberstadt und Stendal zu.
- „**Grundzentren** sind als Standorte zur Konzentration von Einrichtungen der überörtlichen Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen sowie der gewerblichen Wirtschaft zu sichern und zu entwickeln. Sie sind in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs einzubinden." Als Grundzentren sind bspw. Bad Lauchstädt und Teutschenthal ausgewiesen. **Grundzentren mit Teilfunktionen eines Mittelzentrums** besitzen „aufgrund ihrer räumlichen Lage im Siedlungsgefüge insbesondere aufgrund von Defiziten in der Erreichbarkeit eines Mittelzentrums für die Bevölkerung Teilfunktionen eines Mittelzentrums". Dies trifft u.a. auf Hettstedt und Querfurt zu.

Karte 1: Auszug aus der Raumstrukturkarte des LEP LSA 2010



Jeder Zentrale Ort übernimmt innerhalb der hierarchischen Struktur und der flächen-deckenden Funktionsteilung im Raum für einen entsprechenden Verflechtungsbereich auch Funktionen der niedrigeren Zentralitätsstufe(n) (vgl. Karte 1).

Die kreisfreie Stadt Halle / Saale ist im „Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt“ bzw. im „Regionalen Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle“ als Oberzentrum ausgewiesen, welche als Versorgungszentren die Aufgabe haben, die gesamte Region mit hochqualifizierten Leistungen im sozialen, wirtschaftlichen, kultu- rellen und wissenschaftlichen Bereich zu versorgen.

Die bundes- und landesrechtlichen Regelungen zur Steuerung der Standortentwick- lung im großflächigen Einzelhandel beinhalten somit eine Reihe von Vorgaben, welche bei einer Prüfung und Bewertung eines Projektes zu beachten sind. Zusammengefasst sind hier v.a. folgende Punkte von Bedeutung:

- **Konzentrationsgebot.** Dieses beinhaltet die Zuordnung großflächiger Einzelhan- delsbetriebe zu zentralen Orten einer bestimmten Zentralitätsstufe (z.B. Unter-, Mittel- oder Oberzentren), während eine entsprechende Ansiedlung z.B. in Ge- meinden ohne jede landesplanerisch festgelegte Zentralität nicht vorgesehen ist.¹
- **Kongruenzgebot.** Demnach sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe nach Um- fang und Zweckbestimmung der zentralörtlichen Gliederung entsprechen. Sie sol- len so bemessen sein, dass der Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungs- bereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet bzw. sich in diesen einfügt. Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirt- schaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflech- tungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet.
- **Beeinträchtigungsverbot.** Ein großflächiges Einzelhandelsprojekt darf weder die Versorgungsfunktion städtebaulich integrierter Bereiche der Standortgemeinde, noch die Versorgungsbereiche benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträch- tigen.² Auch sog. Nahversorgungsbereiche – d.h. Standorte mit einem im Wesentli- chen fußläufigen Einzugsgebiet, die der Nahversorgung dienen – können zentrale Versorgungsbereiche sein, deren Funktionsfähigkeit nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.

¹ Eine großflächige Einzelhandelsansiedlung in einem nicht-zentralen Ort ist deswegen zwar meist nicht per se unmöglich, erfordert jedoch ggf. ein Zielabweichungsverfahren. Zu beachten ist hier auch, dass die Lan- desentwicklungspläne diese Vorgabe vielfach durch entsprechende Angaben („in der Regel“, „soll“) relativie- ren bzw. inwiefern nach den Landesentwicklungsplänen die Ausnahmen hinreichend bestimmbar sind.

² Ein bestimmter „Schwellenwert“ für einen raumordnungsrechtlich bzw. städtebaulich beachtlichen Kauf- kraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen „logischen“ Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegan- gen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss in Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden (OVG Münster, Urteil vom 02.10.2013 – 7 D 18/14.NE). Das 10 %-Kriterium ist nicht mehr, aber auch nicht weniger als ein sachlicher Anhaltspunkt für die Beurteilung von schädlichen bzw. erheblichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche einer Nachbargemeinde. Bleibt der Kaufkraftabfluss dahinter zurück, kann gleichwohl die Funktionsfähigkeit der zentralen Versor- gungsbereiche so gestört sein, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Bran- chen nicht mehr substantiell wahrnehmen können. Dafür bedarf es dann aber greifbarer Anhaltspunkte (OVG Lüneburg, Beschluss vom 18.02.2011 – 1 Mⁿ 252/10)

- **Integrationsgebot.** Großflächige Einzelhandelsprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten – d.h. in einem engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Einkaufsbereichen – realisiert werden. Bei großflächigen Einzelhandelsprojekten mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten können auch sonstige Standortlagen in Betracht kommen.

In den nachfolgenden Analysen wird festzustellen sein, inwiefern das Planvorhaben in der Stadt Halle / Saale mit diesen Vorgaben in Einklang steht.

1.2.3 Richtlinie zur Beurteilung von geplanten Einzelhandelsgroßprojekten im Land Sachsen-Anhalt 1998

Ein weiteres Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Sachsen-Anhalt ist die „Richtlinie zur Beurteilung von geplanten Einzelhandelsgroßprojekten im Land Sachsen-Anhalt“ aus dem Jahr 1998.

Diese greift weitgehend die Vorgaben der zuvor dargestellten bundesrechtlichen Regelungen sowie der Landesplanung auf, beinhaltet ansonsten aber keine nennenswerten Konkretisierungen oder Ergänzungen.

Die Richtlinie ist eher als Leitfaden zum planungsrechtlichen Vorgehen bei der Umsetzung von Einzelhandelsprojekten zu verstehen. Daher an dieser Stelle wird auf eine detaillierte Darstellung der Inhalte der Richtlinie verzichtet.



2. Standortbeschreibung und -bewertung

2.1 Der Makrostandort Großraum Halle (Saale)

2.1.1 Geographische Lage und allgemeine Rahmendaten

Die kreisfreie Stadt Halle (Saale) ist Teil des Ballungsraumes Leipzig-Halle (ca. 1,15 Mio. Einwohner), welcher sich im zentralen Bereich der Metropolregion Mitteldeutschland befindet.¹ Sie liegt im südlichen Sachsen-Anhalt in lediglich kurzer westlicher Entfernung zur Landesgrenze von Sachsen und ist mit derzeit ca. 239.740 Einwohnern² – gemeinsam mit der in etwa gleich großen Landeshauptstadt Magdeburg – die bei weitem größte Stadt innerhalb von Sachsen-Anhalt. Darüber hinaus ist Halle / Saale neben Magdeburg und Dessau-Roßlau eines der insgesamt drei Oberzentren im Bundesland, wobei mit der Stadt Leipzig (ca. 42 km südöstlich) das räumlich nächstgelegene Oberzentrum bereits in Sachsen lokalisiert ist.

In der naturräumlichen Betrachtung ist Halle der sog. Leipziger Tieflandsbucht zuzuordnen, welche den Südosten Sachsens-Anhalts und den Nordwesten Sachsens umfasst. Diese Landschaft ist einerseits durch seine relative Seen- und Baumarmut und andererseits durch eine hohe Bodenfruchtbarkeit gekennzeichnet. Die kleinräumige Topographie auf dem Hallenser Stadtgebiet zeichnet sich in den westlich der Saale gelegenen Stadtteilen ebenso wie in der Alt- bzw. Innenstadt durch ein weitestgehend ebenes Relief aus; demgegenüber ist nordöstlich bzw. östlich und südöstlich bzw. südlich des Stadtkerns leicht ansteigendes Gelände zu beobachten.

2.1.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Die kreisfreie Stadt Halle ist in insgesamt fünf Bezirke unterteilt, welche wiederum aus 22 Stadtteilen bestehen. Hierbei sind fünf größere Stadtteile noch einmal in 26 Stadtviertel aufgegliedert.³ (vgl. Karte 2) Der überwiegende Teil des Stadtgebietes (Bezirke Mitte, Nord, Ost und Süd), einschließlich der historischen Altstadt, ist östlich der Saale lokalisiert, wobei sich der Siedlungskörper hier in nord-südlicher Ausrichtung in etwa entlang der Saale erstreckt. Dementsprechend lebt die deutliche Mehrheit der Bevöl-

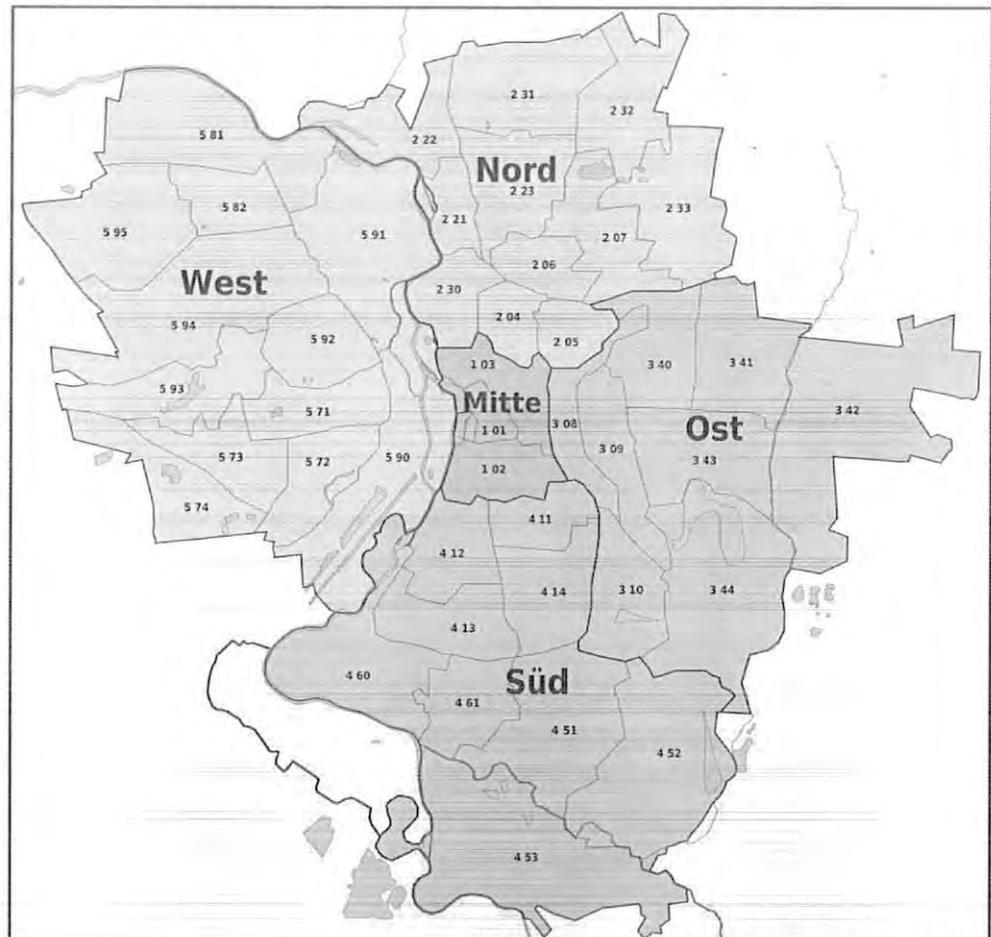
¹ Die Metropolregion Mitteldeutschland mit ca. 2,4 Mio. Einwohnern umfasst den südöstlichen Teil Sachsens-Anhalts, den westlichen Teil Sachsens sowie den östlichen Teil Thüringens. Zu den hierin lokalisierten Mitgliedsstädten zählen u.a. die Oberzentren Halle (Saale) und Dessau-Roßlau (Sachsen-Anhalt), Chemnitz, Leipzig und Zwickau (Sachsen) sowie Gera und Jena (Thüringen).

² Vgl. Abteilung Statistik und Wahlen der Stadt Halle / Saale; www.halle.de/de/Verwaltung/Statistik

³ Demnach bestehen die fünf Stadtbezirke Mitte, Nord, Ost, Süd und West aus folgenden Stadtteilen bzw. Stadtvierteln: Altstadt, Nördliche Innenstadt, Südliche Innenstadt (Mitte); Paulusviertel, Am Wasserturm / Thaerviertel, Landrain, Frohe Zukunft, Ortslage Trotha, Industriegebiet Nord, Gottfried-Keller-Siedlung, Giebichenstein, Seeben, Tornau, Mötzlich (Nord); Gebiet der DR, Freimfelde / Kanenaer Weg, Dieselstraße, Diemitz, Dautzsch, Reideburg, Büschdorf, Kanena / Bruckdorf (Ost); Lutherplatz / Thüringer Bhf., Gesundbrunnen, Südstadt, Damaschkestraße, Ortslage Ammendorf / Beesen, Radewell / Osendorf, Planena, Böllberg / Wörlitz, Silberhöhe (Süd); Nördliche Neustadt, Südliche Neustadt, Westliche Neustadt, Gewerbegebiet Neustadt, Ortslage Lettin, Neide-Nord / Blumenau, Saaleaue, Kröllwitz, Heide-Süd, Nietleben, Dölauer Heide, Dölau (West). Zur Vereinfachung und der Übersichtlichkeit halber wird im Zuge dieser Auswirkungsanalyse ausschließlich die Begrifflichkeit „Stadtviertel“ Verwendung finden.

kerung von Halle (ca. 71 %) östlich des Saaleufers. Die breiten und nahezu gänzlich unbebauten Aueflächen entlang der Saale entfalten zudem eine starke Zäsurwirkung zwischen dem Bezirk West und dem übrigen Stadtgebiet im Osten.

Karte 2: Halle (Saale) in der Untergliederung nach Stadtbezirken



Quelle: www.wikipedia.de

Die kreisfreie Stadt Halle weist innerhalb der letzten zehn Jahre eine insgesamt positive Bevölkerungsentwicklung auf. So ist die Einwohnerzahl zwischen 2006 (ca. 233.875 Einwohner) und 2016 (ca. 239.740 Einwohner) um ca. 2,5 % gestiegen.¹ Auf Stadtviertelebene liegen die Bevölkerungsschwerpunkte hierbei aktuell in der Südlichen Innenstadt (ca. 23.110 Einwohner), der Nördlichen Innenstadt (ca. 17.375 Einwohner), der Nördlichen Neustadt (ca. 15.880 Einwohner), der Südlichen Neustadt (ca. 15.690 Einwohner) sowie in der Südstadt (ca. 15.530 Einwohner). Bis zum Jahr 2020 wird die Gesamtstadt nach den Prognosen des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt um weitere ca. 1,1 % anwachsen, so dass Halle / Saale dann ca. 242.320 Einwohner aufweisen wird.² Auf die kleinräumige, zukünftige Bevölkerungsentwicklung auf Stadtviertelebene wird in Kap. 4 noch einmal Bezug genommen.

¹ Vgl. Abteilung Statistik und Wahlen der Stadt Halle (Saale); www.halle.de/de/Verwaltung/Statistik

² Vgl. 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt; www.statistik.sachsen-anhalt.de

2.1.3 Verkehrsinfrastruktur

Die Stadt Halle ist durch ihre Lage innerhalb eines doppelten Autobahnringes – der sog. „Mitteldeutschen Schleife“¹ – aus sämtlichen Himmelsrichtungen sehr gut an das überregionale Straßennetz angebunden. So besteht südwestlich von Halle Anschluss an die in ost-westlicher Richtung zwischen Leipzig und Göttingen verlaufende BAB38 (sog. „Südharzautobahn“). Im Norden bzw. Nordosten quert wiederum die BAB14 (Dresden – Magdeburg) das Hallenser Stadtgebiet, welche in kurzer südöstlicher Entfernung, am Schkeuditzer Kreuz, auf die BAB9 (Berlin – Leipzig – Nürnberg – München) als eine der bedeutendsten Nord-Süd-Verkehrsachsen trifft. Darüber hinaus sichert eine Reihe von Bundesstraßen die überörtliche Erreichbarkeit und insbesondere die verkehrliche Erschließung des Innenstadtbereiches aus allen Richtungen. Im Einzelnen sind dies die B6 (Hannover – Leipzig – Dresden), welche das Stadtgebiet von Nordwesten nach Südosten quert sowie die jeweils vierspurig ausgebauten und in Halle / Saale beginnenden Bundesstraßen B80 in Richtung Westen (Sangerhausen – Nordhausen – Bad Karlshafen), B91 in Richtung Süden (Merseburg – Weißenfels – Zeitz) und B100 in Richtung Nordosten (Landsberg-Peißen – Bitterfeld – Lutherstadt Wittenberg). Diese werden weiterhin ergänzt von diversen Landes- und Kreisstraßen. Zur Querung der westlich der Innenstadt verlaufenden Saale stehen auf dem Hallenser Stadtgebiet mehrere Brücken zur Verfügung. Allerdings stellen lediglich die Kröllwitzer Brücke in Richtung Nordosten und die Magistrale (B80) in Richtung Westen vollumfänglich für den PKW- und Transportverkehr nutzbare Überführungen dar.

Über ihren Hauptbahnhof ist die Stadt Halle außerdem an das bundesweite Streckennetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Als Haltepunkt der ICE-Strecken Berlin – München und Berlin – Frankfurt sowie u.a. der IC-Strecken Leipzig – Magdeburg – Hannover – Bremen und Dresden – Magdeburg – Hannover – Dortmund – Köln gilt Halle als bedeutendster Knotenpunkt im Schienenverkehr innerhalb Sachsen-Anhalts. Der ÖPNV ist im gesamten Stadtgebiet v.a. von einem insgesamt sehr ausdifferenzierten Straßenbahnnetz gekennzeichnet. Darüber hinaus ist Halle in das S-Bahnnetz des Verkehrsträgers „S-Bahn Mitteldeutschland“ eingebunden, welches u.a. Verbindungen nach Leipzig, Dessau-Roßlau und Zwickau bereitstellt. Der Linienbusverkehr spielt indes eine deutlich untergeordnete Rolle.

Nicht zuletzt ist auf den internationalen Flughafen Leipzig / Halle hinzuweisen, welcher unmittelbar am Schkeuditzer Autobahnkreuz (A14 / A9), in etwa zentral zwischen den Städten Leipzig und Halle, lokalisiert ist. Neben zahlreichen inländischen Verbindungen werden von hier insbesondere Ferienzele in Südeuropa und Nordafrika angefliegen. Besondere Bedeutung besitzt er überdies in seiner Funktion als internationales Luftfrachtdrehkreuz.

¹ Dieser Doppel-Autobahnring umschließt jeweils die Städte Halle / Saale und Leipzig. Allerdings wurde der Autobahnschleife um Halle / Saale herum im Westen bisher noch nicht baulich geschlossen, da die ursprünglich vorgesehene Streckenführung durch ein Naturschutzgebiet führt und insofern von Umweltschützern beanstandet wurde. Nach bereits mehrmaliger Überarbeitung der Planungsentwürfe ist derzeit noch offen ob bzw. wann dieser Bauabschnitt tatsächlich realisiert wird.

2.1.4 Wirtschaft und Arbeitsmarkt

Die Wirtschaftsstruktur am Standort Halle wird maßgeblich vom Dienstleistungssektor bestimmt, in dem ca. 88 % der insgesamt ca. 96.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Stand: Dezember 2016) tätig sind. Ein klarer Branchenschwerpunkt ist hierbei nicht zu erkennen; das Gesundheitswesen ist jedoch derjenige Wirtschaftszweig, innerhalb dessen aktuell der größte Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter (= ca. 12,3 % bzw. ca. 11.910) tätig ist.¹ Ihren Status als Bildungsstandort hält die Stadt aufgrund der hier angesiedelten „Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg“ mit rund 20.200 Studierenden und der „Burg Giebichenstein Kunsthochschule“ mit ca. 1.040 Studierenden (Stand: Wintersemester 2016/17) ebenso wie der naturwissenschaftlich-medizinischen Forschungseinrichtung der „nationalen Akademie der Wissenschaften Leopoldina“. Besondere Bedeutung besitzt in diesem Zusammenhang v.a. auch der Technologiepark „Weinberg Campus“, in dem neben den naturwissenschaftlichen Fakultäten der Universität Halle auch zahlreiche internationale Forschungseinrichtungen (u.a. Fraunhofer-, Helmholtz-, Max-Planck- und Leibniz-Institut) konzentriert sind und das benachbarte Universitätsklinikum Halle.

Aufgrund ihrer Bedeutung als Arbeitsort für die gesamte Region und insbesondere den sie umgebenden Saalekreis weist die Stadt Halle / Saale einen deutlich positiven Pendlersaldo von ca. +11.640 auf; hierbei stehen aktuell ca. 39.970 Einpendlern ca. 28.330 Auspendler gegenüber (Stand: Juni 2015).² Die Arbeitslosenquote beläuft sich in Halle / Saale derzeit auf ca. 10,0 % (Stand: Juli 2017) und liegt damit über dem Landesschnitt Sachsen-Anhalts mit ca. 8,3 %. Demgegenüber sind die Unterschiede zur Bundesrepublik Deutschland mit ca. 5,6 % bereits erheblich. Mit einem Wert von ca. 82,0 liegt das Kaufkraftniveau der Wohnbevölkerung von Halle / Saale in etwa im Bereich des Landesdurchschnittes von Sachsen-Anhalt (= ca. 84,7), jedoch in beträchtlichem Maße unter dem Bundesdurchschnitt von 100,0. (vgl. Tab. 1)

Die Stadt Halle / Saale ist im „Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt“ und im „Regionalen Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle“ (als Oberzentrum ausgewiesen, welches zur Gewährleistung der eigenen wirtschaftlichen Tragfähigkeit die Versorgung von mindestens 300.000 Einwohnern innerhalb des Verflechtungsbereiches sicherstellen soll. Im REP 2010 wird hierzu weiter ausgeführt, dass Oberzentren als *„Standorte hochwertiger spezialisierter Einrichtungen im wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen, wissenschaftlichen und politischen Bereich mit überregionaler und zum Teil landesweiter Bedeutung zu sichern und zu entwickeln [sind]. Mit ihren Agglomerationsvorteilen sollen sie sich auf die Entwicklung der gesamten Teilräume nachhaltig auswirken. Sie sollen darüber hinaus als Verknüpfungspunkte zwischen großräumigen und regionalen Verkehrssystemen wirken.“*³

¹ Vgl. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (HRSG.): Regionalreport über Beschäftigte – Kreise und kreisfreie Städte, Regionen der Agenturen für Arbeit - Dezember 2016 – Stadt Halle (Saale); <https://statistik.arbeitsagentur.de>

² Vgl. Abteilung Statistik und Wahlen der Stadt Halle / Saale; www.halle.de/de/Verwaltung/Statistik

³ Vgl. REGIONALE PLANUNGSGEMEINSCHAFT HALLE / SAALE (HRSG.): Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle, Halle / Saale 2010, S. 19

Tab. 1: Ausgewählte sozioökonomische Rahmendaten des Untersuchungsraumes, differenziert nach Gebietskörperschaften

Parameter	Gebietskörperschaften				Vergleichsdaten
	Stadt Halle (Saale)		Sachsen-Anhalt		Deutschland
	Daten	Abweichung vom Bundes-Ø ⁽¹⁾	Daten	Abweichung vom Bundes-Ø ⁽¹⁾	
Bevölkerung (31.12.2016) ⁽²⁾	239.740	k.A.	2.245.470	k.A.	82.175.685
Bevölkerung weiblich in % (30.06.2017) ⁽²⁾	51,3	↑	50,7	→	50,7
Ausländeranteil in % (Stand: 31.12.2016) ⁽²⁾	8,2	↓	3,9	↓	10,5
Bevölkerungsdichte in Einwohner / km ² (31.12.2016) ⁽²⁾	1.776	↑	109	↓	230
Bevölkerungsentwicklung seit 2000 in %	-2,7	↓	-14,1	↓	-0,1
Bevölkerungsentwicklung bis 2020 in %	+1,1	↑	-2,3	↓	-0,3
Anzahl der Haushalte (2015)	135.600	k.A.	1.159.800	k.A.	40.774.000
Durchschnittliche Größe der Haushalte (2015)	1,77	↓	1,90	↘	2,0
Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex pro Kopf (2016) ⁽³⁾	82,0	↓	84,7	↓	100,0
Bruttoregionalprodukt (BRP) in € je Einwohner (2014)	27.200	↓	24.700	↓	36.100
Arbeitslosenquote in % der abhängigen zivilen Erwerbspersonen (Juli 2017)	10,0	↑	8,3	↑	5,6
Entwicklung der Arbeitslosenquote im Vergleich zum Vorjahresmonat	-1,0	↑	-1,1	↑	-0,4
Bevölkerungsstruktur nach Alter in % (31.12.2015)					
unter 20	16,6	↓	15,5	↓	18,3
20 – 29	15,3	↑	9,9	↓	12,1
30 – 49	25,0	↓	24,3	↓	26,3
50 – 64	19,6	↓	25,1	↑	22,1
65 und älter	23,6	↑	25,1	↑	21,1

⁽¹⁾ = Abweichung vom nationalen Durchschnitt: ↑ (=positive Abweichung); ↓ (= negative Abweichung)

⁽²⁾ = Diese demographischen Angaben beziehen sich für das Bundesland Sachsen-Anhalt sowie die Bundesrepublik Deutschland jeweils auf den Stichtag 31.12.2015.

⁽³⁾ = Einzelhandelsrelevanter nationaler Kaufkraftindex von Deutschland (= 100,0) als Berechnungsgrundlage.

k.A. = keine Angabe

Quellen: Abteilung Statistik und Wahlen der Stadt Halle / Saale, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Statistisches Bundesamt, Bundesagentur für Arbeit, MB-Research Nürnberg, Eurostat; ecostra-Berechnungen



2.2 Der Einzelhandelsstandort Halle (Saale) – Bestandsdaten und Ergebnisse der Fortschreibung des Junker+Kruse-Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2013

Die Stadt Halle (Saale) verfügt über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, welches zuletzt im Jahr 2013 vom Stadtforschungs- und Planungsbüro Junker & Kruse fortgeschrieben wurde.¹ In dieser jüngsten Aktualisierung wurde u.a. der komplette Einzelhandelsbestand erhoben und die wesentlichen Versorgungslagen bestimmt.

2.2.1 Die Bestandsdaten des Einzelhandels im Einzelhandelskonzept 2013

Nach Angaben von Junker+Kruse umfasste der Einzelhandelsstandort Halle (Saale) im Februar / März 2010² ca. 1.435 Betriebe des Ladeneinzelhandels (inkl. Lebensmittelhandwerk), welche auf einer gesamten Verkaufsfläche von ca. 384.500 m² eine Bruttoumsatzleistung von ca. 1.208,2 Mio. € erwirtschafteten. In der Differenzierung nach Branchen bzw. der Fristigkeit des Bedarfes wurden hierbei folgende Bestandswerte festgehalten:

Tab. 2: Die Bestandsdaten des Einzelhandelsstandortes Halle / Saale im Jahr 2010 nach Branchen lt. Angaben des Einzelhandelskonzeptes 2013

Warengruppe	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in m ²	in %
• Nahrungs- und Genussmittel	480	33,4	101.480	26,4
• Blumen (Indoor) / Zoo	68	4,7	9.760	2,5
• Gesundheit und Körperpflege	124	8,6	20.870	5,4
• PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	81	5,6	10.660	2,8
überwiegend kurzfristiger Bedarf	753	52,5	142.770	37,1
• Bekleidung / Textilien	200	13,9	51.700	13,4
• Schuhe / Lederwaren	52	3,6	12.800	3,3
• GPK / Haushaltswaren	56	3,9	15.230	4,0
• Spielwaren / Hobbyartikel	23	1,6	6.200	1,6
• Sport und Freizeit	37	2,6	10.050	2,6
überwiegend mittelfristiger Bedarf	368	25,6	95.970	25,0
• Wohneinrichtung	26	1,8	10.330	2,7
• Möbel	52	3,6	43.070	11,2
• Elektro / Leuchten	16	1,1	6.640	1,7
• Elektronik / Multimedia	63	4,4	10.480	2,7
• medizinische und orthopädische Artikel	54	3,8	3.200	0,8
• Uhren / Schmuck	31	2,2	1.540	0,4
• Baumarktsortimente	29	2,0	46.110	12,0
• Gartenmarktsortimente	35	2,4	22.230	5,8
überwiegend langfristiger Bedarf	306	21,3	143.610	37,3
Sonstiges	8	0,6	2.160	0,6
Einzelhandel insgesamt	1.435	100,0	384.510	100,0

Quelle: ecostra-Zusammenstellung auf Basis der Angaben des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Halle (Saale), 2013

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE (Hrsg.): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale). Endbericht. Dortmund, 08 / 2013

² Der Berichtsband wurde im August 2013 vorgelegt, allerdings stammen die Daten der Vollerhebung des Einzelhandelsbestandes aus dem Februar / März 2010.



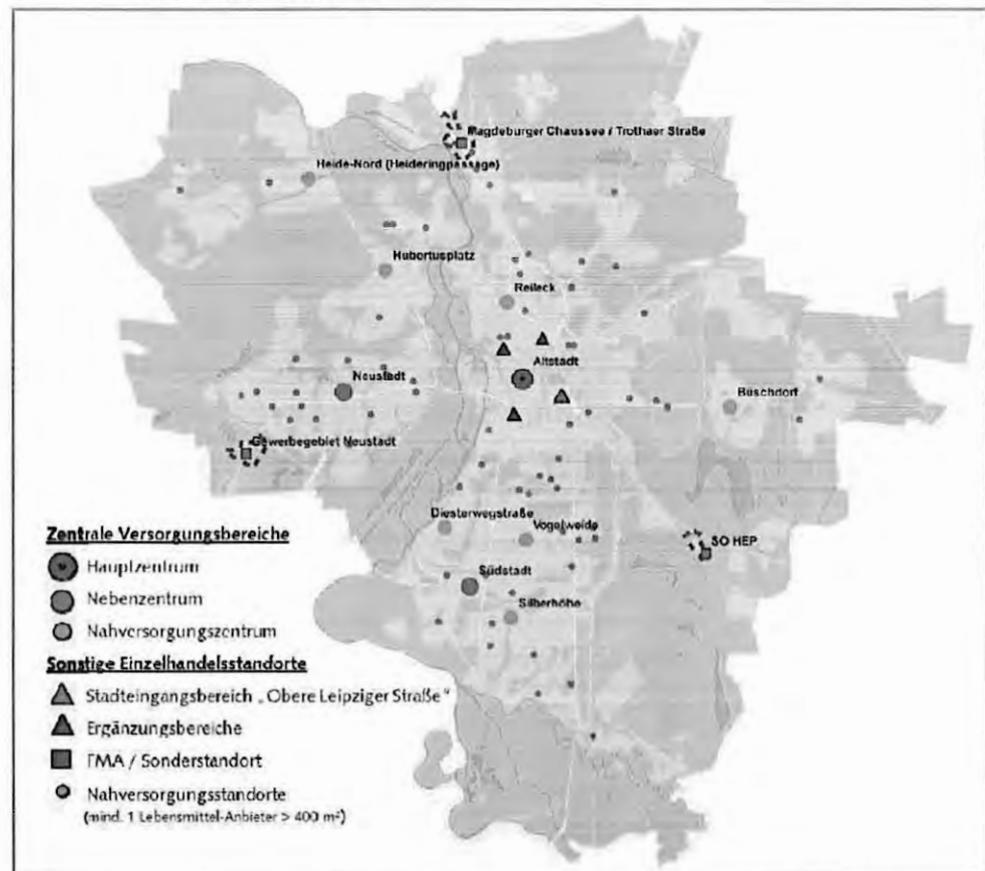
2.2.2 Das Zentrenkonzept für den Einzelhandelsstandort Halle (Saale)

Im Einzelhandelskonzept von Halle ist eine dreistufige Zentrenhierarchie mit jeweils abgestufter Versorgungsfunktion festgelegt. Dabei wurden folgende zentrale Versorgungsbereiche identifiziert und abgegrenzt:

- das „Hauptzentrum Altstadt / Innenstadt“ (Hauptzentrum Altstadt)
- zwei „Neben- bzw. Bezirkszentren“ (NZ Neustadt, NZ Südstadt)
- acht „Nahversorgungszentren“ (NVZ Ammendorf, NVZ Büschdorf, NVZ Diesterwegstraße, NVZ Heide-Nord (Heideringpassage), NVZ Hubertusplatz, NVZ Reileck, NVZ Silberhöhe, NVZ Vogelweide).

Als weitere Einzelhandelslagen wurden diverse Nahversorgungsstandorte, solitäre Einzelhandelsstandorte sowie Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorte ermittelt, welche zwar – anders als die o.g. Zentren – nicht als schützenswerte Bereiche i.S. des Baugesetzes eingestuft werden können, allerdings dennoch wichtige Versorgungsfunktion innerhalb von Halle / Saale erfüllen.¹ (vgl. Karte 3)

Karte 3: Die im Einzelhandelskonzept 2013 für die Stadt Halle festgelegte Zentren- bzw. Standortstruktur



Quelle: EHK Halle (Saale) 2013

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 185ff

2.2.3 Ziele und Grundsätze der räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Halle

Für die Stadt Halle wurde im Allgemeinen festgestellt, dass durch „Bevölkerungsrückgang und geringe absatzwirtschaftliche Spielräume [...] weniger ein quantitativer, als vielmehr die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung [...] sicherstellen“ kann. Daraus wird wiederum die Zielsetzung abgeleitet, dass „zusätzliche Verkaufsflächen, durch neue Anbieter oder Erweiterungen bestehender Betriebe, [...] insbesondere in der Altstadt und in übrigen zentralen Versorgungsbereichen [...] errichtet werden sollen.“ Insofern ist „aus städtebaulicher Sicht [...] eine Neuansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dann sinnvoll, wenn sie zur Stärkung der Zentren (unter Berücksichtigung der ihnen zugeordneten Versorgungsaufgabe), der räumlichen Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an den Fachmarkttagglomerationen / Sonderstandorten oder zur Sicherung der Nahversorgung in den Siedlungsbereichen beiträgt.“¹

Auf Grundlage der o.g. Zielsetzung, der ermittelten Ausgangssituation in der halleischen Einzelhandelsstruktur, der die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bestimmenden Faktoren und ebenso der gesetzlichen Rahmenbedingungen wurden von Junker+Kruse die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (sog. „hallesche Systematik“) erarbeitet, wobei insgesamt sechs unterschiedliche Fallkonstellationen zur Steuerung des Einzelhandels festgelegt wurden:²

Tab. 3: „Die hallesche Systematik“ aus dem Einzelhandelskonzept 2013

	Kernsortiment	Größenordnung	Beispiel
Grundsatz 1	nahversorgungsrelevant	1 kleinflächig (bis 800 m ² Verkaufsfläche)	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte (z.B. Obst und Gemüse), Spezialgeschäfte (z.B. Süßwaren), Bäckerei, Metzgerei, Drogeriemarkt, Blumengeschäft
		2 großflächig (>800 m ² Verkaufsfläche)	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter
Grundsatz 2	zentrenrelevant	3 kleinflächig (bis 800 m ² Verkaufsfläche)	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Haushaltswarengeschäft
		4 großflächig (>800 m ² Verkaufsfläche)	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt
Grundsatz 3	nicht zentrenrelevant	5 kleinflächig (bis 800 m ² Verkaufsfläche)	Fahrradfachmarkt, Tapeten- und Teppichbodenfachmarkt
		6 großflächig (>800 m ² Verkaufsfläche)	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter

Quelle: ecostra-Zusammenstellung auf Basis des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Halle, 2013

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 242

² Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 245

Aufgrund der vorgesehenen Sortimentsstruktur greifen hinsichtlich der Standortverlagerung des bestehenden Globus-SB-Warenhauses von einem der drei identifizierten Sonderstandorte (HEP - „Hallescher Einkaufspark“) auf das Grundstück eines ehemaligen Hela-Baumarktes in der Dieselstraße die Bestimmungen der Grundsätze 1 und 2 für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Kernsortimenten (vgl. Tab. 3). Hierin sind folgende Ansiedlungsvoraussetzungen bzw. -restriktionen definiert:

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.*
- *Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk)“*

Zur Erläuterung wird in diesem Zusammenhang ergänzt, dass *„an solitären Standorten außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche [...] Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur dann sinnvoll und zulässig sein [können], wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen und keine Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen. Dies ist dann der Fall, wenn*

- *es sich um einen städtebaulich integrierten Standort mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt,*
- *die sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens in einem fußläufigen 600 m Radius an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 35 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) der Bevölkerung nicht überschreitet und*
- *keine mehr als unwesentliche (>10 %) Überschneidung des 600 m Radius mit dem 600 m Radius des / der nächstgelegenen Nahversorgungszentrums bzw. -zentren besteht.*

Im Sinne der Ausnahme dieses Grundsatzes ist in Gewerbe- und Industriegebieten die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen.“¹

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.*

¹ vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 247f

- Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche ab 1.500 m² sollen nur im Hauptzentrum Altstadt angesiedelt werden.
- In den Nahversorgungszentren sollen nur Betriebe mit bis zu 800 m² Gesamtverkaufsfläche angesiedelt werden.
- Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden.

[...] 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.¹

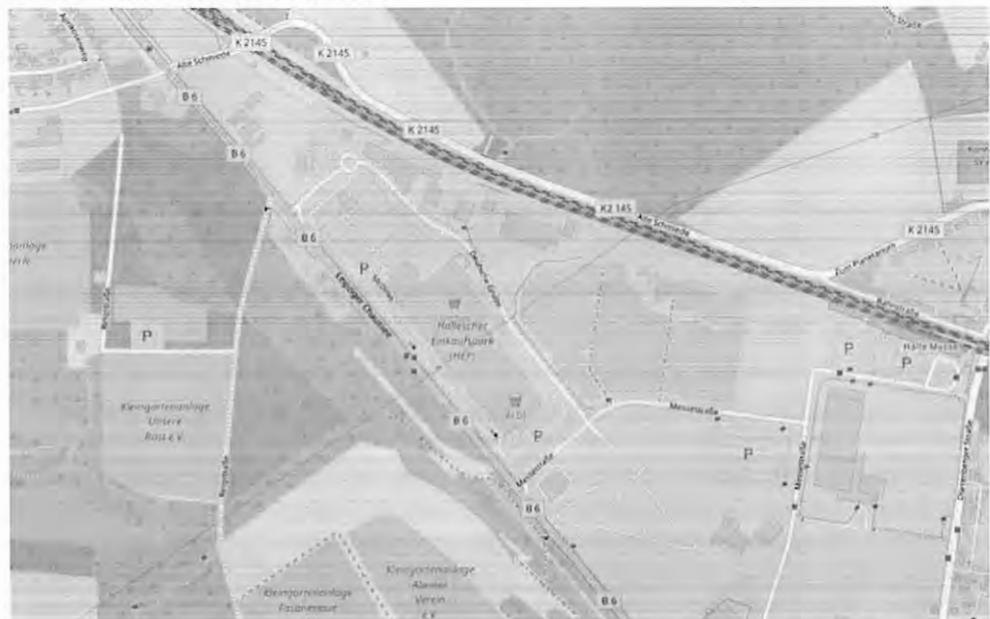
Im Folgenden wird auch geprüft, ob die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an die Dieselstraße mit den Zielen und Aussagen des Einzelhandelskonzeptes übereinstimmt.

2.3 Standort- und Objektsituation des bestehenden Globus SB-Warenhauses im HEP in Halle und die geplante Standortverlagerung in die Dieselstraße

2.3.1 Standortbeschreibung des bestehenden Globus SB-Warenhauses im Halle-scher Einkaufspark (HEP)

Das Globus SB-Warenhaus ist derzeit im Südosten der Stadt Halle im Stadtviertel Kana/Bruckdorf lokalisiert.

Abb. 1: Räumliche Einordnung des Globus SB-Warenhauses am derzeitigen Standort im Einkaufszentrum HEP



Quelle: www.openstreetmap.org

¹ vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 249f

Auf einer kleinräumigeren Ebene ist der Globus Markt dezentral im Gewerbegebiet „MesseHandelsCentrum HalleSaale“ und dort im Einkaufszentrum „Hallescher Einkaufspark“ (HEP) gelegen. Das Gebiet ist die Konversionsfläche eines ehemaligen Braunkohletagebaus.

Entsprechend ist das Umfeld des HEP gewerblich geprägt:

- Im Norden befinden sich entlang der Straße „Deutsche Grube“ weitere, z.T. großdimensionierte Einzelhandelsbetriebe(z.B. Frost-Kauf, MultiPolster, Swiss Sense, Reddy Küchen), welche meist dem langfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen sind. Zudem ist hier eine Globus Tankstelle zu finden.
- Das östliche Umfeld wird durch einen großflächigen Solarpark und weiter im Osten durch das Gelände der Hallenser Messe bestimmt. Das Gewerbegebiet wird im Norden und Osten durch einen mehrspurigen Gleiskörper als deutliche Zäsur begrenzt, auf denen u.a. der ICE zwischen Leipzig und Halle verkehrt. Außerdem ist die „Messe Halle“ über einen Straßenbahnhaltestelle an das Schienennetz angeschlossen.
- Das südliche Umfeld ist durch eine gewerbliche Mischnutzung aus Handel (u.a. Gartencenter Dehner), Gastronomie (u.a. Burger King, mexikanisches Restaurant), Büros und Handwerk gekennzeichnet. Des Weiteren sind im Süden – wie auch im Osten – weitere Gewerbegrundstücke unbebaut.
- Im Westen grenzt die Leipziger Chaussee an den HEP an. Auf der gegenüberliegenden Seite der Chaussee wird das Gelände weitgehend durch Baum- bzw. Grasbewuchs und kleinere Seen sowie zahlreichen, dazwischen liegenden Kleingartenanlagen bestimmt. Im Nordwesten ist in bereits etwas größerer Entfernung zum HEP mit der sog. „Leuchtturmsiedlung“ die nächstgelegene Wohnsiedlung lokalisiert.



Der Haupteingang des HEP an der nordwestlichen Gebäudeseite



Benachbart zum HEP sind weitere meist größer dimensionierte Fachmärkte gelegen, wie z.B. „MultiPolster“ im nördlichen Umfeld

Haupterschließungsstraße für den HEP ebenso wie für das gesamte Gewerbegebiet ist die Leipziger Chaussee (B6), welche aus dem Hallenser Stadtzentrum im Nordwesten über Schkeuditz und weitere Umlandgemeinden von Halle bis nach Leipzig führt. Die Leipziger Chaussee ist in beide Fahrtrichtungen allerdings nur jeweils einspurig ausgebaut. Über jeweils ampelgeregelte Kreuzungen kann der Autoverkehr von der

Chaussee in die Straße „Deutsche Grube“ (im Nordwesten des HEP) bzw. in die Messestraße (im Südosten) einbiegen, welche die Zufahrtstraßen zu den Parkplätzen des HEP sowie zu den umliegenden Gewerbebetrieben darstellen. Dem Einkaufszentrum HEP sind im Norden, Westen und Süden umfangreiche PKW-Stellplätze ebenerdig vorgelagert. Zudem kann über die „Deutsche Grube“ im Norden eine Tiefgarage angefahren werden. Insgesamt stehen am HEP mehr als 2.000 PKW-Stellplätze zur Verfügung.

Über den motorisierten Individualverkehr (MIV) hinaus ist der HEP über eine Haltestelle an der Leipziger Chaussee an das Linienbusnetz angebunden. Zudem besteht auf dem Gelände der Hallenser Messe Zugang zu einer Straßenbahnhaltestelle, welche fußläufig jedoch bereits mehr als 1 km entfernt liegt.

Insgesamt handelt es sich beim HEP um einen städtebaulich nicht-integrierten, dezentral in einem Gewerbegebiet gelegenen Standort, welcher im Einzelhandelskonzept als „Sonderstandort“ ausgewiesen ist. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage direkt an der Leipziger Chaussee (B6) als einer Hauptverkehrsachse ins östliche Umland sowie nach Leipzig und der weitgehend fehlenden Wohnbebauung im näheren und mittleren Standortumfeld weist der HEP eine sehr deutliche Autokundenorientierung auf. Damit übernimmt das Einkaufszentrum „Hallescher Einkaufspark“ eine Versorgungsfunktion für weite Teile der Stadt Halle ebenso wie auch für die östlichen und südlichen Umlandgemeinden.

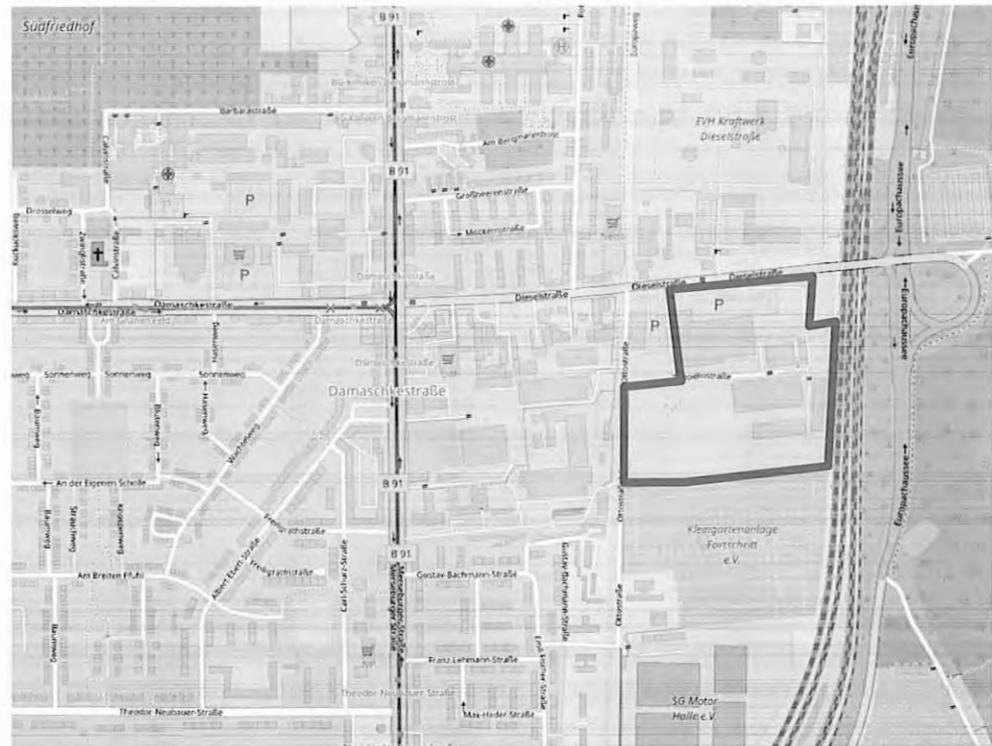
2.3.2 Standortbeschreibung des vorgesehenen Planareals für die Verlagerung des Globus Marktes an die Dieselstraße / Ecke Zeppelinstraße

Der Standort für die geplante Neuschaffung von ca. 9.170 m² VK im Zuge der Verlagerung des Globus SB-Warenhauses ist Luftlinie nur ca. 500 m westlich des HEP im Stadtviertel Damschkestraße der Stadt Halle lokalisiert; die PKW-Entfernung beträgt ca. 3 km. Dabei ist das ca. 90.000 m² große Planareal im Mündungsbereich der Dieselstraße mit der Zeppelinstraße gelegen und wird im Norden durch die Dieselstraße, im Westen durch die Zeppelin- bzw. Ottostraße, im Süden durch die Kleingartenanlage „Fortschritt e.V.“ und im Osten durch einen Gleiskörper der Deutschen Bahn begrenzt.

Das Planareal ist mit Ausnahme einer kleineren Aussparungen im Nordwesten und Nordosten rechteckig geschnitten und weist eine weitgehend ebene Topographie auf. Das Plangrundstück wird im Norden und Osten durch brachliegende Gewerbebauten geprägt. Dabei handelt es sich im Nordwesten um einen ehem. Hela-Bau- und Gartenmarkt für zuvor großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten, welcher im Jahre 2014 geschlossen wurde, und die benachbarte Gewerbehalle eines ehem. Angelcenters. Dem Gebäude des ehem. Baumarktes ist zur nördlich gelegenen Dieselstraße ausgerichtet ein ebenerdiger und asphaltierter Parkplatz vorgelagert. Der Südosten des Planareals ist mit weiteren Gewerbebrachen bebaut, zu deren vorheriger Nutzung keine Informationen vorliegen. Der südöstliche Bereich des Planareals kann über eine Zufahrt als Verlängerung der Zeppelinstraße angefahren werden. Das Gebäude des ehem. Baumarktes sowie der vorgelagerte Parkplatz machen einen verwahrlosten und in die Jahre gekommenen Eindruck; zudem ist die Außenfassade mit Graffiti beschriftet.

Da das Planareal in weiten Teilen von einem Bauzaun umgeben ist, kann zu den sonstigen leerstehenden Gewerbeimmobilien keine detaillierte Beschreibung geliefert werden. Auf Basis von Luftbildern macht der gesamte überplante Bereich jedoch einen unstrukturierten und heruntergekommenen Eindruck. Die zurzeit noch bestehenden Gewerbebauten müssten vor einer Projektumsetzung abgetragen werden.

Abb. 2: Räumliche Einordnung des Planareals im südlichen Stadtgebiet von Halle



Quelle: www.openstreetmap.org

Südwestlich der beschriebenen Gewerbebrachen ist zwischen Zepelinstraße im Norden, Ottostraße im Westen und der Kleingartenanlage im Süden eine unbebaute Freifläche gelegen, welche ebenfalls zum Planareal für den zu verlagernden Globus Markt zählt.



Blick entlang der Dieselstraße als nördlich angrenzende Hauptzufahrtstraße zum Planareal. Nordwestlich schließen sich entlang der Dieselstraße Wohnbebauung und ein Netto Marken-Discount an (Bild links), zudem sind auf Höhe des Planareals Bushaltestellen angelegt (rechts)





Blick aus Nordwesten auf das Planareal mit der Einmündung der Dieselstr. in die Zepelinstr. Im Bildhintergrund ist der ehem. Hela-Baumarkt sichtbar



Blick aus Nordosten erhöht von der Brücke, welche über die Bahngleise und die Europachaussee führt, auf das Planareal. Hinter dem Baumbewuchs sind in der Mitte rechts das hellgrüne Gebäude des ehem. Hela-Baumarktes und in der links weitere Gewerbebrachen zu erkennen



Blick von Nordosten auf den ehem. Baumarkt und den vorgelagerten PKW-Parkplatz



Blick von Süden entlang der Zepelinstraße, welche im Bildhintergrund in die Dieselstr. mündet. Im Bild rechts ist das umzäunte Planareal mit der Gartenabteilung des ehem. Baumarktes zu sehen, links im Bild ist ein Fressnapf-Heimtierfachmarkt als Nachbarschaftnutzung lokalisiert



Im Südwesten grenzt das Plangrundstück an die Ottostr., welche ebenfalls ein gewerbliches Umfeld aufweist (Bild links). In diesem Teilbereich ist das Planareal wild bewachsen, aber unbebaut



Das Standortumfeld ist meist gewerblich geprägt und lässt sich im Detail wie folgt beschreiben:

- Im Norden sind auf der gegenüberliegenden Seite der Dieselstraße ein Heizkraftwerk, ein Autohandel und eine Autowerkstatt zu finden. Im Nordwesten ist ein Netto Marken-Discount lokalisiert, hinter dem sich mehrgeschossige Wohnbau-

ung des Stadtviertels Damaschkestraße sowie das Klinikum „Bergmannstrost“ anschließen.

- Das westliche Standortumfeld, d.h. der Bereich südlich der Dieselstraße, ist durch weitere Gewerbebetriebe gekennzeichnet. Weiter westlich sind im Kreuzungsbereich der Dieselstraße mit der Merseburger Straße ein Lidl-Discounter und eine Tankstelle lokalisiert.
- Im Süden des Planstandortes erstrecken sich die bereits angesprochene Kleingartenanlage „Fortschritt“ sowie die Sportstätten und das Vereinsheim des „SG Motor Halle“. Im Südwesten setzt sich die gewerbliche Nutzung entlang der Ottostraße zunächst fort. Weiter südlich entlang der Ottostraße folgt eine Siedlung mit einer verdichteten Wohnbebauung.
- Im Osten stellen die Gleiskörper der Deutschen Bahn sowie die Europachaussee räumlich deutliche Zäsuren dar. Östlich dieser Barrieren sind ein kleiner Solarpark und weitläufige Waldgebiete angelegt.

Abb. 3: Der Mikrostandort des Planareals in der Dieselstraße und sein näheres Umfeld



Quelle: GoogleMaps; ecostra-Bearbeitung

Haupterschließungsstraße für den verlagerten Globus Markt wird die Dieselstraße sein, von welcher der ebenerdig vorgelagerte Parkplatz direkt befahrbar sein soll. Zudem soll der Parkplatz offensichtlich auch von Westen über die Zeppelinstraße anfahrbar sein, welche – ebenso wie die Ottostraße – allerdings nur eine eingeschränkte Aufnahmekapazität für Kraftfahrzeuge aufweist. Die Dieselstraße ist in beide Fahrtrichtungen ebenfalls nur jeweils einspurig ausgebaut, weist jedoch eine gute Leistungsfähigkeit auf. Die Dieselstraße stellt die Verbindung zwischen den beiden Hauptverkehrsachsen Europachaussee als östliche Umgehungsstraße um die Hallenser Kernstadt

und Merseburger Straße (B91) im Westen, welche aus dem Hallenser Stadtkern im Norden über Merseburg bis zur Autobahn A38 im Süden führt, her und ist entsprechend stark befahren. Die Dieselstraße steigt in östlicher Richtung topographisch an, um die das Plangrundstück begrenzenden Bahngleise sowie die Europachaussee zu überqueren.

Entlang der Dieselstraße sind zu beiden Seiten Radwege und visuell abgetrennte Fußgängerbereiche angelegt. Zudem verfügt die Dieselstraße auf Höhe des Planareals über Bushaltestellen, welche in einem etwa 15 – 30 minütigen Takt von Bussen angesteuert werden, die zwischen dem Stadtviertel Südstadt im Westen und dem Stadtviertel Kanena/Bruckdorf bzw. der Messe Halle im Osten verkehren. Eine Direktverbindung z.B. in die Altstadt ist am Planareal jedoch nicht verfügbar.

Das Plangrundstück ist von der Dieselstraße grundsätzlich gut einsehbar, wengleich die Sichtachse durch Baumbewuchs an der Grundstücksgrenze bzw. Straßenbegleitgrün entlang der Dieselstraße eingeschränkt wird.

Insgesamt handelt es sich beim Planareal an der Dieselstraße um einen dezentralen und durch ein gewerbliches Umfeld dominierten Standort an einer stark befahrenen Verkehrsachse, welcher eine sehr deutliche Autokundenorientierung aufweist. Eine städtebaulich integrierte Lage liegt nicht vor.¹ Der Standort ist aus der im Nordwesten auf der gegenüberliegenden Seite der Dieselstraße sowie im Südwesten zwischen Merseburger Straße und Ottostraße gelegenen, verdichteten Wohnbebauung grundsätzlich zwar fußläufig erreichbar, ist von diesen Siedlungsbereichen räumlich jedoch bereits etwas abgesetzt, wobei die viel befahrene Dieselstraße bzw. die gewerbliche Nutzung auf der westlichen Seite der Ottostraße eine Barrierewirkung entfalten.

Zwischenfazit zur BBE-Auswirkungsanalyse

- Im Rahmen der BBE-Auswirkungsanalyse erfolgt keine gesonderte Darstellung der Bestandsstandortes an der Leipziger Chaussee, sondern erst bei der Analyse der möglichen Auswirkungen werden die Standortfaktoren des HEP denjenigen des Planareals gegenübergestellt (S. 55ff der BBE-Auswirkungsanalyse).
- Eine räumliche und städtebauliche Einordnung des Planareals erfolgt darüber hinaus auch bei der Darstellung des Mikrostandortes (S. 15ff der BBE-Auswirkungsanalyse).
- Den Bewertungen der BBE zum Standort des HEP an der Leipziger Chaussee ist

¹ Nach Definition der „Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif)“ handelt es sich bei einer städtebaulich integrierten Lage „um einen Standort, welcher sich innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs befindet oder **unmittelbar an diesen angrenzt**. Die Lage ist darüber hinaus in der Regel gekennzeichnet durch **wesentliche Wohnanteile** sowie einen bereits vorhandenen mehr oder weniger stark ausgeprägten Besatz – bzw. eine solche Nutzungsmischung – mit Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen. Ebenso kennzeichnend ist eine – zumindest bei Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs – fußläufige Erreichbarkeit sowie meist auch eine Erschließung durch den öffentlichen Personennahverkehr.“ (**Fettdruck** = Hervorhebung durch ecostra). Vgl. gif e.V. (Hrsg.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Wiesbaden, 2014, S. 197

zuzustimmen.

- Der städtebaulichen Einstufung des Planareals an der Dieselstraße als „integrierte Standortlage“ durch die BBE ist jedoch zu widersprechen.
- Das Planareal ist eindeutig durch ein gewerbliches Umfeld geprägt und liegt bereits etwas abgesetzt von der im Nord- und Südwesten befindlichen Wohnbebauung. Insgesamt weist der Standort eine eindeutige Autokundenorientierung auf.¹
- Die Begründung der Einstufung als „städtebaulich integrierte Lage“ durch die BBE mit der entsprechenden Definition im Einzelhandelskonzept der Stadt Halle ist unverständlich, da Junker+Kruse hier ebenfalls einen „*unmittelbaren räumlichen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen*“ betonen.
- Bei Zugrundelegung der BBE-Argumentation, dass ein nicht unmittelbar räumlicher Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen im Zusammenhang mit einer fußläufigen Erreichbarkeit aus Wohnbereichen zur Einstufung als „integrierte Lage“ ausreicht, könnte z.B. auch der Kaufland an der Magdeburger Chaussee als städtebaulich integriert bezeichnet werden. Auch dieser befindet sich in einem gewerblich geprägten Umfeld, ist grundsätzlich jedoch für die Wohnbevölkerung der Einfamilienhäuser entlang der Brachwitzer Straße sowie der Bewohner der hochverdichteten Siedlung östlich der Köthener Straße (Stadtviertel Trotha) fußläufig erreichbar. Eben diesen Standort führt Junker+Kruse jedoch als Beispiel für eine städtebaulich nicht integrierte Lage an.² Insofern erscheint die Argumentation der BBE sachlich nicht zutreffend bzw. begründet.
- Aufgrund seiner geplanten Verkaufsflächendimensionierung und Sortimentszusammenstellung besitzt der geplante Globus Markt eindeutig eine Autokundenorientierung. Dies erkennt die BBE mit einer konstatierten „*Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und auch umliegende Orte*“ an.
- Dennoch weist die BBE dem Globus Markt an der Dieselstraße eine „Nahversorgungskompetenz“ zu. Die Nahversorgung wird jedoch bereits jetzt durch Netto Marken-Discount an der Dieselstraße sowie Lidl und NP-Discount an der Merseburger Straße sichergestellt, welche räumlich z.T. deutlich näher zur nord- und südwestlich gelegenen Wohnbevölkerung gelegen und durch diese schneller fußläufig erreichbar sind.
- Die Definition einer „städtebaulich integrierten Lage“ lässt unter Berücksichtigung der konkreten Verhältnisse vor Ort immer einen gewissen Interpretationsspiel-

¹ STADT+HANDEL hat im Auftrag der Stadt Berlin ein „Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin“ (2013) verfasst, welches sich u.a. ebenfalls mit Lageeinordnungen beschäftigt. Dort wird auf S. 15 und Abbildung 9 verdeutlicht als „Grenzfall“ ein LM-Discounter angeführt, welcher in Richtung Westen direkt benachbart zur Wohnbebauung gelegen ist. Stadt+Handel stellt fest, dass dieser Standort nur dann als städtebaulich integriert zu klassifizieren ist, falls der Eingangsbereich des Discounters in Richtung der Wohnbebauung ausgerichtet ist. In einem zweiten „Grenzfall“ ist eine Tankstelle von der Wohnbebauung auf der gegenüberliegenden Seite einer Straße abgetrennt; auch hier tendiert Stadt+Handel zur Einstufung als „nicht integriert“. Das Planareal an der Dieselstraße in Halle ist deutlich weiter von der Wohnbebauung entfernt als bei den beiden genannten „Grenzfällen“. Insofern liegt keine städtebaulich integrierte Lage vor.

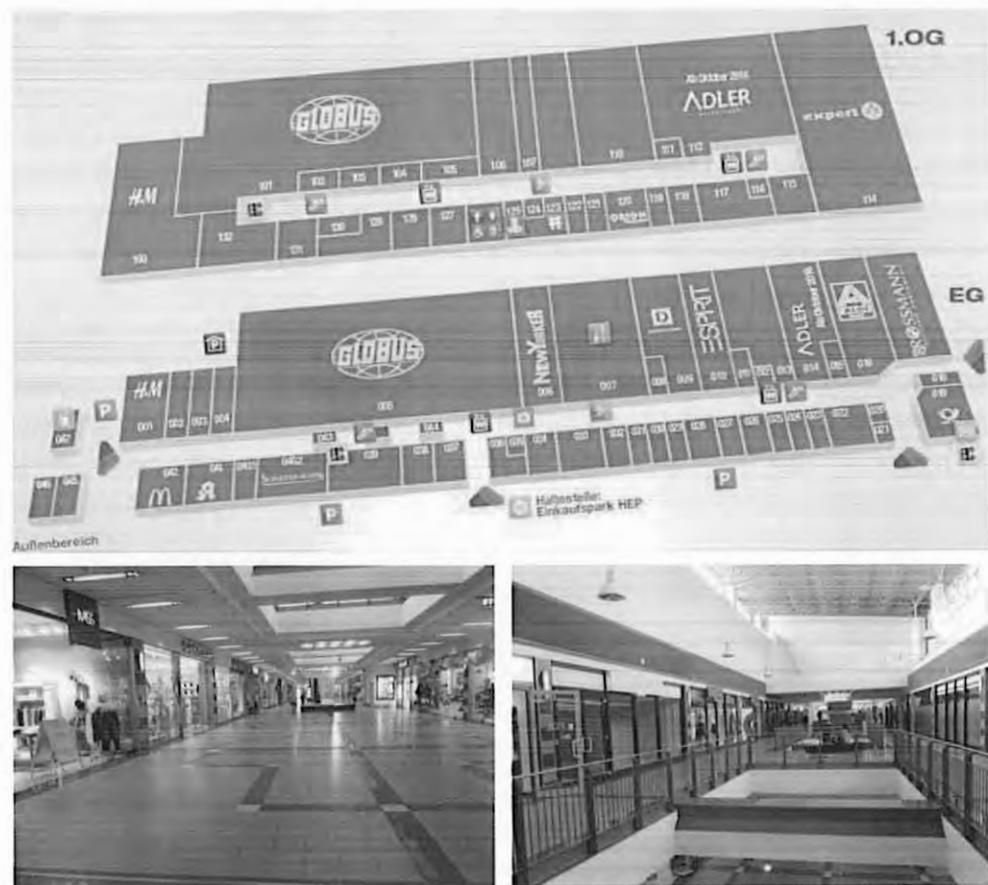
² Vgl. JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) – Endbericht, Dortmund, 2013, S. 18f



raum. Diesen hat die BBE aus fachgutachterlicher Sicht im vorliegenden Fall jedoch überreizt. Das Planareal ist eindeutig als städtebaulich nicht-integrierte Lage zu bewerten.

2.3.3 Das Bestandsobjekt Globus SB-Warenhaus im Einkaufszentrum HEP an der Leipziger Chaussee

Das Einkaufszentrum „Hallescher Einkaufspark (HEP)“ wurde im Jahr 1995 mit einer Gesamtmietfläche von ca. 34.000 m² GLA eröffnet.¹ Im August 2017 waren im HEP ca. 21.070 m² Verkaufsfläche belegt, welche sich auf ca. 46 Einzelhandelsbetriebe über zwei Verkaufsebenen verteilt. Das Einzelhandelsangebot erstreckt sich über alle Bedarfsbereiche mit einem Schwerpunkt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Magnetbetriebe sind neben dem Globus SB-Warenhaus z.B. H&M, Adler, Aldi, Rossmann oder ein Expert Elektronikmarkt. Es dominieren filialisierte Fachmärkte.



Quelle Lageplan: www.hallescher-einkaufspark.de

Das Center ist in der Außenansicht etwas in die Jahre gekommen und macht in der Mallgestaltung einen funktionalen und etwas dunklen Eindruck, da im Erdgeschoss nur teilweise Tageslichteinfall möglich ist. Die Mall ist axial ausgerichtet und sehr langege-

¹ Der Begriff „Gross Leasable Area“ (GLA) ist mit dem im deutschsprachigen Bereich auch verwendeten Begriff „Mietfläche“ identisch und bezeichnet die zur exklusiven Nutzung und Belegung durch den Mieter vorgesehene Gesamtgeschossfläche, (...) gemessen von der Mittellinie der Ladenabtrennung und von der Außenseite der Fassade. Vgl. GIF (Hrsg.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse, S. 208, Wiesbaden 2014

streckt, wobei die vertikale Erschließung zwischen den beiden Verkaufsebenen neben den auf die Mall verteilten Rolltreppen bzw. -bändern und Aufzügen über diverse „Durchstecker“ (Globus, H&M, Adler) erfolgt. Bezogen auf die einzelnen Verkaufsebenen zeigt sich ein deutlicher Leistungsunterschied: Während das Erdgeschoss vollvermietet ist und über einen attraktiven Einzelhandelsbesatz im niedrigen Preissegment verfügt, ist das Obergeschoss erkennbar durch merklich weniger leistungsfähige Fachgeschäfte sowie ergänzende Dienstleistungen geprägt. Zudem ist die Ladenleerstandsquote im Obergeschoss hoch. Mit diesem Leistungsabfall korreliert auch eine deutlich geringere Kundenfrequenz im Obergeschoss.

Insgesamt besitzt der HEP aber aus Mietersicht eine zufriedenstellende wirtschaftliche Ertragsituation, wie es mit einer Durchschnittsbewertung von 2,71 im Rahmen des „Shoppingcenter Performance Report Deutschland 2017“ zum Ausdruck kommt.¹



Der Kassenbereich im Erdgeschoss des Globus SB-Warenhauses (Bild links). Im Obergeschoss ist Globus ebenfalls ausgeschildert und verfügt über einen separaten Zugang. Im Obergeschoss des HEP ist die Kundenfrequenz allerdings nur äußerst gering

Innerhalb des Einkaufszentrums HEP ist das Globus SB-Warenhaus bereits seit dem Eröffnungsjahr 1995 der bedeutendste Magnetbetrieb. Das SB-Warenhaus verfügt auf insgesamt ca. 9.320 m² VK², welche sich über zwei Verkaufsebenen erstrecken, über ein sehr breites und tiefes Angebot. Während im Erdgeschoss mit Ausnahme einer kleinen Abteilung für Bücher und Zeitschriften ausschließlich Lebensmittel verkauft werden, werden im Obergeschoss – wiederum mit Ausnahme von ein wenig Babynahrung – nur Non-Food I- (Drogeriewaren, Wasch-, Putz- & Reinigungsmittel sowie Tiernahrung)³ und Non-Food II-Produkte (sonstige Sortimente, wie z.B. Bekleidung, Haushaltswaren, Heimtextilien, Sportartikel, Autozubehör, Elektrowaren) angeboten.

¹ Ø-Bewertung aus einem Spektrum von 1 (= deutlich überdurchschnittlich) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittlich). Vgl. ECOSTRA: Shoppingcenter Performance Report Deutschland 2016. Wiesbaden, 2016

² Die Verkaufsflächendimensionierung wurde von der BBE übernommen, welche als Quellenangabe wiederum Globus angibt. Im Zuge der für diese Auswirkungsanalyse vor Ort durchgeführten Einzelhandelserhebung wurde seitens ecostra für den Globus Markt eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 10.000 m² ermittelt. Die etwas höhere Verkaufsflächenausstattung ist dabei ggf. auf Messungenauigkeiten zurückzuführen und vor dem Hintergrund der sehr großen Dimensionierung des SB-Warenhauses tolerierbar. Um eine vergleichbare Ausgangsbasis zu gewährleisten und über vergleichbare Zahlen zu sprechen, werden in der Folge dieser Auswirkungsanalyse somit ebenfalls die von Globus zur Verfügung gestellten und von der BBE verwendeten Verkaufsflächenangaben für das Bestandsobjekt im HEP herangezogen.

³ Ecostra ordnet „Tiernahrung“ üblicherweise nicht den Non-Food I-, sondern Non-Food II-Sortimenten zu. Um wiederum eine Vereinheitlichung mit den BBE-Angaben zu schaffen, wird Tiernahrung im Rahmen dieser Studie jedoch zum Sortimentsbereich Non-Food I subsummiert.

Insgesamt liegt der Verkaufsflächenanteil der Non-Food II-Produkte bei nahezu 50 % der Gesamtverkaufsfläche.¹

Das SB-Warenhaus ist funktional gestaltet, wirkt aufgrund der großen Verkaufsflächendimensionierung auf beiden Verkaufsebenen jedoch etwas unübersichtlich. Im Frischesegment stehen eine Fleischtheke (mit Schaumetzgerei) und Fischtheke sowie ein SB-Bereich für Backwaren zur Verfügung. Die Getränkeabteilung im Erdgeschoss ist durch eine Zwischenwand weitgehend von der sonstigen Verkaufsfläche abgetrennt. Von beiden Mallebenen ist die Verkaufsfläche direkt zugänglich, wobei jedoch nur im Erdgeschoss eine Kassenzone mit insgesamt 21 Kassen besteht. Zur vertikalen Erschließung innerhalb des Globus Marktes wurde ein Rollband angelegt. Da das SB-Warenhaus leicht mittig und nicht an einem Kopfende der Mall lokalisiert ist, ist der Weg zu den an drei Gebäudeseiten des HEP gelegenen, ebenerdig vorgelagerten Parkplätzen und auch zur unterirdischen Parkgarage teilweise relativ weit und mit dem Einkaufswagen bzw. vollen Einkaufstüten entsprechend aufwendig. Insgesamt ist die Kundenfrequenz im Obergeschoss, in dem keine Lebensmittel verkauft werden, deutlich geringer als im Erdgeschoss.

Aufgrund der verkehrsgünstigen Standortlage, des sehr umfangreichen Warenangebotes und der Agglomerationswirkungen durch die sonstigen Mieter im Einkaufszentrum HEP sowie im direkten Standortumfeld weist der Globus Markt insgesamt eine gute Leistungsfähigkeit auf.

2.3.4 Bewertung des Ansiedlungsstandortes und des Planvorhabens an der Dieselstraße

Die spezifischen Eigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten eines Einzelhandelsstandortes können durch eine Analyse der Stärken („Strengths“), Schwächen („Weaknesses“), Chancen („Opportunities“) und Gefahren („Threats“) – d.h. durch eine sog. SWOT-Analyse – transparent gemacht werden. Diese Merkmale üben einen entscheidenden Einfluss auf die Ausstrahlung und damit die Umsatzerwartung und Marktpositionierung eines Einzelhandelsobjektes aus. Nachfolgend werden im Speziellen auch die für einen Lebensmittelmarkt und dabei insbesondere für ein SB-Warenhaus relevanten Standortfaktoren berücksichtigt.

Aus **betrieblicher Sicht** ist zunächst festzustellen, dass sich das Planareal an der Dieselstraße gut zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses eignet. Dies resultiert aus der Möglichkeit zur eingeschossigen Umsetzung des SB-Warenhaus-Konzeptes an einer stark befahrenen Verbindungsstraße zwischen zwei Hauptverkehrsachsen und der guten Einsehbarkeit von der Dieselstraße. Zudem ist die Wettbewerbsdichte im näheren Umfeld gering, da die ähnlich konzipierten, großdimensionierten Lebensmittelmärkte (Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser) räumlich bereits etwas vom Planareal entfernt liegen. Mit einer Verlagerung zur Dieselstraße rückt der Globus

¹ Eine detaillierte Aufschlüsselung der Verkaufsflächenanteile nach den einzelnen Branchen erfolgt als Vergleich der Werte im Bestandsobjekt HEP mit den Objektdaten des Planvorhabens an der Dieselstraße im nachfolgenden Kap. 2.5.

Markt im Vergleich zum Bestandsobjekt im HEP deutlich näher an die stärker verdichteten Siedlungsbereiche mit entsprechenden Bevölkerungspotenzialen in Halle heran. Der Standortnachteil durch den weiterhin vorhandenen räumlichen Abstand zu den nächstgelegenen Wohngebieten relativiert sich aufgrund der Flächendimensionierung und Konzeptionierung, welche eindeutig auf Autokunden ausgerichtet ist und damit ein weiträumiges Umfeld bzw. Einzugsgebiet anspricht.

Tab. 4: SWOT-Analyse der Standorteigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten des geplanten Globus SB-Warenhauses am Standort Dieselstraße

Stärken („Strengths“)	Schwächen („Weaknesses“)
<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsgünstige Lage an der Dieselstraße als Verbindungsstraße zweier Hauptverkehrsachsen (Merseburger Str. und Europachaussee) 	<ul style="list-style-type: none"> • Städtebaulich nicht-integrierte Standortlage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs
<ul style="list-style-type: none"> • Grundstücksverfügbarkeit für einen großdimensioniertes, eingeschossiges SB-Warenhaus sowie ebenerdige Parkierungsflächen gegeben 	<ul style="list-style-type: none"> • Nächstgelegene Wohngebiete sind räumlich bereits etwas vom Planareal abgesetzt
<ul style="list-style-type: none"> • Geringe Wettbewerbsintensität im näheren Umfeld, da die großen Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser räumlich bereits etwas entfernt liegen 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine bzw. stark eingeschränkte Einsehbarkeit von der Europachaussee
<ul style="list-style-type: none"> • Gute Einsehbarkeit von der vorbeiführenden Dieselstraße 	<ul style="list-style-type: none"> • Im Vergleich zum Standort im HEP deutlich geringere Agglomerationseffekte durch umliegende Einzelhandelsbetriebe
<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Bevölkerungspotenziale in der Stadt Halle 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestandsgebäude auf dem Planareal und Altlasten im Boden erschweren und verteuern das Planvorhaben
<ul style="list-style-type: none"> • Im Vergleich zum Standort im HEP im dünn besiedelten Südosten der Stadt rückt Globus mit dem Planareal näher an die bedeutenden Bevölkerungspotenziale heran 	<ul style="list-style-type: none"> • Deutlich unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau in Halle im Vergleich zum Bundesdurchschnitt
<ul style="list-style-type: none"> • Plangrundstück ist durch ehem. Baumarktnutzung und einige umliegende Fachmärkte als Handelsstandort etabliert 	<ul style="list-style-type: none"> • Halle verfügt bereits heute – auch für eine Großstadt – über eine deutlich überdurchschnittliche Flächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel
<ul style="list-style-type: none"> • Fußläufige Erreichbarkeit aus den nord- und südwestlich gelegenen Wohnsiedlungen 	
<ul style="list-style-type: none"> • Nach sehr deutlichen Bevölkerungsrückgängen in den Jahren nach der deutschen Wiedervereinigung hat die Einwohnerzahl in den vergangenen Jahren wieder zugenommen (sog. „wachsender Raum“) 	
Chancen („Opportunities“)	Gefahren („Threats“)
<ul style="list-style-type: none"> • Inwertsetzung und Neuordnung eines seit Jahren brachliegenden und verwahrlosten Gewerbegrundstückes, das sich größtenteils im Eigentum von Globus befindet 	<ul style="list-style-type: none"> • Ggf. Gefährdung der bereits vorhandenen Nahversorgungsstandorte im Standortumfeld, hier v.a. auch das Nebenzentrum Südstadt
<ul style="list-style-type: none"> • Quantitative Ausweitung und qualitative Aufwertung des Lebensmittelangebotes für die umliegenden Stadtviertel von Halle 	<ul style="list-style-type: none"> • Kunden aus den Umlandgemeinden weichen ggf. auf Konkurrenzstandorte aus
<ul style="list-style-type: none"> • Durch ein ebenerdiges, modernes SB-Warenhaus kann Globus seine Marktposition innerhalb des lokalen Lebensmitteleinzelhandels stärken 	<ul style="list-style-type: none"> • Weitere Verlagerung von zentrenrelevanten Sortimenten an dezentrale Standorte und damit Schwächung der innerstädtischen Einkaufslagen
<ul style="list-style-type: none"> • Seitens des Statistischen Landesamtes wird bis zum Jahr 2030 ein weiterer Bevölkerungsanstieg prognostiziert 	

Quelle: ecostra



Aus **städtebaulicher Sicht** ist festzuhalten, dass es sich beim Plangrundstück an der Dieselstraße / Ecke Zeppelinstraße um eine städtebaulich nicht-integrierte Standortlage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs handelt. Hier sollen gemeinsam mit der Vorkassenzone insgesamt ca. 9.170 m² VK neu geschaffen werden, auf welcher fast ausschließlich durch nahversorgungs- oder zentrenrelevante Sortimente angeboten werden. Das Planareal ist in einem gewerblich geprägten Umfeld gelegen. Die nächstgelegenen Wohngebiete sind im Nord- und Südwesten bereits etwas vom Planareal abgesetzt, wenngleich eine fußläufige Erreichbarkeit aus diesen Siedlungsbereichen gegeben ist. Das geplante Globus SB-Warenhaus wird eine sehr deutliche Autokundenorientierung aufweisen.

Aus **raumordnerischer Sicht** ist das Oberzentrum Halle mit einer über das Stadtgebiet hinausgehenden Versorgungsfunktion als Standort für die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels vorgesehen. Nach den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sind bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe Sondergebiete im Sinne des §11 Absatz 3 BauNVO auszuweisen, welche städtebaulich integriert sein sollen und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden dürfen. Nutzungsänderungen für Sondergebiete in städtebaulich nicht-integrierten Standortlagen dürfen darüber hinaus nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen. Eine entsprechende Überprüfung der Vorgaben wird im Rahmen dieser Untersuchung vorgenommen. Generell sind die Ziele der Raumordnung zwingend zu beachten.

2.4 Abgrenzung und Definition der Vertriebsformen

Zur Einordnung und Abgrenzung der im Rahmen der Projektrealisierung geplanten Betriebsformen werden im Nachfolgenden die Definitionen für die relevanten Betriebsformen im Bereich Food kurz dargestellt.¹

Convenience Shop

Ein Convenience Shop (-Store, -Laden) ist ein kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche bis 150 m², der ein begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs (insbesondere Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte) sowie häufig Dienstleistungen (z.B. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten) bis hin zu einer kleinen Gastronomie zu einem eher hohen Preisniveau anbietet. Convenience-Stores zeichnen sich durch einen wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort aus. Wo es zulässig ist, sind lange Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden üblich. Bei kleinflächigen, wohnungsnahen Läden wird vorwiegend von Nachbarschaftsläden gesprochen. In Deutschland können v.a. Tankstellenshops, Kioske sowie Bahnhofs- und Flughafenmärkte zu Convenience-Shops gezählt werden, seltener werden auch Bäckereien oder Metzgereien so bezeichnet.

SB-Markt

Als SB-Markt werden kleine Selbstbedienungs-Lebensmittelbetriebe mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche bezeichnet. Dabei ist sowohl diese Ober- als auch eine Untergrenze (ca. 250 m² VK) nicht scharf zu definieren. Der SB-Markt wird in der Regel von einem Inhaber geführt, der einem Einkaufsverbund angehört.

¹ Vgl. GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (HRSG.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Februar 2014, S. 49ff

Harddiscounter / Softdiscounter

Innerhalb der Lebensmittel-Discountmärkte wird zwischen Hard- und Soft-/ Markendiscoun-
märkten unterschieden. Zur Charakterisierung wird insbesondere auf die Anzahl der geführten
Artikel und den Anteil an Handels- und Herstellermarken zurückgegriffen.

Harddiscounter zeichnen sich durch ein (beschränktes) Sortiment von max. 900 Artikeln aus,
wobei dieses von Handelsmarken dominiert wird (z.B. Aldi, Norma). Soft- oder Markendiscoun-
tmärkte führen ebenfalls ein (beschränktes) Sortiment, allerdings bis zu 1.700 Artikel,
wobei dieses im Vergleich zum Harddiscounter von einem höheren Anteil an Markenartikeln
geprägt ist (z.B. Penny, Lidl).

Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400
m² Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte,
Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs andere Branchen
vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Kennzeichnend für größere Supermärkte sind Bedie-
nungstheken in den Sortimentsgruppen Fleisch/Wurst, Käse und Feinkostprodukte sowie
Frischfisch. Das Sortiment umfasst sowohl Herstellermarkenartikel als auch Handelsmarken.
Durchschnittlich werden 8.000 bis 12.000 Artikel je Verkaufsstelle geführt.

Verbrauchermarkt / SB-Warenhaus

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes
Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und
mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf
eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Der Standort ist
in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einkaufszentren.
Es wird ein breites und tiefes Lebensmittelsortiment geführt, wobei mit zunehmender Fläche
der Anteil der Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen
Bedarfs) stark ansteigt. Ab einer Verkaufsfläche von ca. 5.000 m² findet ein Übergang zum
Betriebstyp SB-Warenhaus statt.

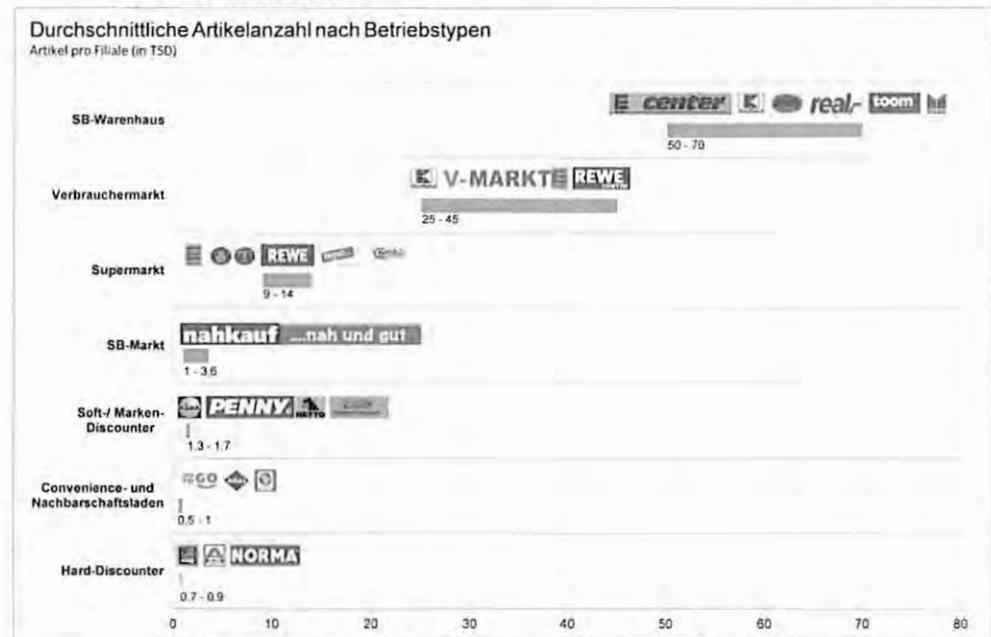
Darüber hinaus existieren noch diverse weitere Betriebstypen des Einzelhandels, die
jedoch im vorliegenden Fall der in Halle an der Saale geplanten Verlagerung eines SB-
Warenhauses von Globus zu vernachlässigen sind. Die vorstehenden Grafiken geben
eine Übersicht über die Bandbreite der üblichen Verkaufsflächengröße sowie der Arti-
kelzahlen verschiedener Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels.

Abb. 4: Übersicht der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels in der Differen-
zierung nach Verkaufsflächengrößen



Quelle: Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung (gif), BBE-Handelsberatung

Abb. 5: Übersicht der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels in der Differenzierung nach Artikelzahlen



Quelle: Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung (gif), BBE-Handelsberatung

2.5 Die Projekthistorie und die Plandaten des neu anzusiedelnden Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße

Die nachfolgenden Angaben und Projektdaten für den geplanten, neuen Globus Markt an der Dieselstraße sind der BBE-Auswirkungsanalyse entnommen.

Am derzeitigen Standort im HEP sieht die Globus SB-Warenhaus Holding ihre Entwicklungsmöglichkeiten eingeschränkt. Globus möchte sich auf einer ebenerdigen und zusammenhängenden Verkaufsfläche präsentieren und z.B. die Backwaren- und die Fleischereiabteilung (und hierbei v.a. die Produktion) ausbauen. Außerdem soll ein eigenes SB-Restaurant am Standort integriert werden. Dies sei laut Globus am Bestandsort an der Leipziger Chaussee nicht umsetzbar. Aus diesen Gründen beabsichtigt Globus, den Standort am HEP zu verlassen und sich im Bereich Dieselstraße / Ecke Zeppelinstraße neu anzusiedeln.

Am Planstandort will die Globus SB-Warenhaus Holding ein eingeschossiges SB-Warenhaus mit insgesamt ca. 8.750 m² Verkaufsfläche errichten, wovon ca. 4.500 m² auf den Food-Bereich und ca. 4.070 m² auf die Sortimente Non-Food I+II entfallen werden. Die exakte Aufschlüsselung und Gegenüberstellung der Verkaufsflächendimensionierung der einzelnen Sortimente des bestehenden Globus Marktes im Bestandsobjekt HEP mit den Daten des neu geplanten Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße und die sich daraus ergebenden Verkaufsflächenveränderungen zeigt die nachfolgende Tabelle.

Tab. 5: Verkaufsfächenaufteilung der Ist-Fläche im HEP und der Planfläche an der Dieselstraße des Globus SB-Warenhauses

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

Quelle: BBE-Auswirkungsanalyse auf Basis von Globus-Angaben

Abb. 6: Lageplan des Projektes „Globus SB-Warenhaus“ an der Dieselstraße



Quelle: BBE-Auswirkungsanalyse

Die Umsetzung dieser Planung würde – verglichen mit dem Bestandsobjekt im HEP – eine Reduzierung der Verkaufsfläche des Globus Marktes um ca. 750 m² (= ca. -8 %) bedeuten. Während die Verkaufsfläche im Food-Segment um ca. +220 m² zunimmt (= ca. +5 %), wird für den Non-Food I-Bereich mit -100 m² (= ca. -11 %) und den Non-Food-II-Bereich mit -870 m² (= ca. -21 %) Verkaufsfläche geplant. Allerdings

sind für die Vorkassenzone des SB-Warenhauses weitere ca. 1.500 m² Gewerbefläche vorgesehen, wovon sich ca. 600 m² Einzelhandelsfläche wie folgt aufteilen:

• Metzgerei	:	ca. 50 m ²
• Bäckerei	:	ca. 50 m ²
• Apotheke	:	ca. 250 m ²
• Zeitschriften / Tabak / Lotto	:	ca. 100 m ²
• Mobilfunkladen	:	ca. 50 m ²
• Blumenladen	:	ca. 100 m ²
• Summe	:	ca. 600 m²

Aggregiert wird die gesamte Einzelhandelsfläche des Planvorhabens somit ca. 9.170 m² umfassen. Die übrigen ca. 900 m² Gewerbefläche der Vorkassenzone werden auf ergänzende Dienstleistungsbetriebe und Gastronomieangebote und hierbei insbesondere auf das angedachte Globus SB-Restaurant (ca. 700 m²) entfallen.

Tab. 6: Verkaufsflächenaufteilung der Planfläche an der Dieselstraße des Globus SB-Warenhauses und Einordnung der Zentrenrelevanz

Abteilung / Sortiment	Geplante VK in m ² (Dieselstraße)	Anteil an Gesamtverkaufsfläche in %	Zuordnung laut Hallescher Liste
Metzgerei	250	2,7 %	nahversorgungsrelevant
Käsetheke / Fischtheke	130	1,4 %	nahversorgungsrelevant
Konditorei	200	2,2 %	nahversorgungsrelevant
Obst / Gemüse / Salatbar	500	5,5 %	nahversorgungsrelevant
Frischesortiment	900	9,8 %	nahversorgungsrelevant
Trockensortiment	1.400	15,3 %	nahversorgungsrelevant
Getränke	1.120	12,2 %	nahversorgungsrelevant
Drogerie	580	6,3 %	nahversorgungsrelevant
Metzgerei (Vorkassenzone)	50	0,5 %	nahversorgungsrelevant
Bäckerei (Vorkassenzone)	50	0,5 %	nahversorgungsrelevant
Apotheke (Vorkassenzone)	250	2,7 %	nahversorgungsrelevant
Zeitschriften / Tabak / Lotto (Vorkassenzone)	100	1,1 %	nahversorgungsrelevant
Blumenladen (Vorkassenzone)	100	1,1 %	nahversorgungsrelevant
Haushaltwaren / Elektrogeräte	700	7,6 %	zentrenrelevant
Papier- / Büro- / Schreibwaren / Bücher	600	6,5 %	zentrenrelevant
Spielwaren / Sport / Camping	500	5,5 %	zentrenrelevant
Foto / Uhren / Schmuck / Accessoires	150	1,6 %	zentrenrelevant
Bekleidung / Schuhe / Lederwaren / Heimtextil	1.050	11,5 %	zentrenrelevant
Mobilfunkladen (Vorkassenzone)	50	0,5 %	zentrenrelevant
Autozubehör / Fahrräder	250	2,7 %	nicht zentrenrelevant
Tiernahrung	240	2,6 %	nicht zentrenrelevant
Summe	9.170	100 %	

Quellen: BBE, Junker+Krusse; ecostra-Berechnung

Per Saldo nimmt die Gesamtverkaufsfläche bei der Neuplanung an der Dieselstraße gegenüber dem aktuellen Globus im HEP somit nur um ca. 150 m² (= ca. -2 %) ab. Im Food-Bereich steigt diese sogar um ca. 320 m² VK (= ca. +7 %).

Unter Berücksichtigung des städtischen Einzelhandelskonzeptes und der dort definierten „Halleschen Sortimentsliste“ sind die dem Planvorhaben zugrunde gelegten Sortimente wie in Tab. 6 dargestellt den Kategorien „nahversorgungsrelevant“, „zentrenrelevant“ und „nicht zentrenrelevant“ zuzuordnen. Dabei

- haben **nahversorgungsrelevante** Sortimente eine prägende Funktion im Rahmen der kurzfristigen Bedarfsdeckung,
- bezeichnen **zentrenrelevante** Sortimente Warengruppen, welche für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind, einen hohen Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen und eine hohe Kopplungsaffinität zu anderen Einzelhandelsbranchen sowie eine gute Transportfähigkeit aufweisen,
- sind **nicht zentrenrelevante** Sortimente für zentrale Standorte nicht prägend und werden aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten.

Von den insgesamt neu geschaffenen ca. 9.170 m² Verkaufsfläche (inkl. Vorkassenzone) an diesem neuen, städtebaulich nicht-integrierten Standort in der Dieselstraße sind ca. 8.680 m² oder ca. 94,7 % zentrenrelevant, wobei ca. 5.630 m² oder ca. 61,4 % zusätzlich auch als nahversorgungsrelevant einzustufen sind. Lediglich die Sortimente „Tiernahrung“ sowie „Autozubehör / Fahrräder“ und damit lediglich ca. 490 m² VK bzw. ca. 5,3 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen nicht zentrenrelevante Waren.¹

Diesbezüglich ist darauf hinzuweisen, dass für die bisher durch den Globus Markt im HEP genutzten, insgesamt ca. 9.320 m² VK Bestandsschutz besteht, die somit adäquat nachbelegt werden können.

¹ Zudem könnte im Sortimentsbereich „Spielwaren / Sport / Camping“ der Teilbereich „Camping“ ebenfalls als nicht zentrenrelevant eingestuft werden. Diese Campingartikel dürften innerhalb des gesamten Sortimentsbereichs in dem Globus-Warenhaus aber nur einen sehr untergeordneten Verkaufsflächenanteil einnehmen, so dass dies hierbei zu vernachlässigen ist.

3. Die Angebots- und Wettbewerbssituation

Aufgrund der vergleichsweise außerordentlich großen Verkaufsflächendimensionierung und der breit gefächerten Sortimentsstruktur des geplanten SB-Warenhauses bei einer gleichzeitig weitreichenden räumlichen Ausstrahlung ist von Auswirkungen auf verschiedenste Einzelhandelsbranchen in einem räumlich weiter gefassten Umfeld auszugehen. Entsprechend wurde im Rahmen dieser Auswirkungsanalyse eine intensive und detaillierte Erfassung und Bewertung des Einzelhandels in der Stadt Halle vorgenommen.

Nachfolgend wird das Einzelhandelsangebot in Halle (Saale) dargestellt und analysiert. Dabei erfolgen zunächst die Darstellung des Umfangs und der Struktur des Einzelhandels insgesamt sowie des Lebensmitteleinzelhandels im Besonderen. Anschließend werden im Detail die im städtischen Einzelhandelskonzept der Stadt Halle definierten zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Altstadt, Nebenzentren, Nahversorgungszentren) v.a. hinsichtlich ihres Einzelhandelsangebotes und ihrer Versorgungsfunktion sowie der Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planvorhaben beschrieben. Darüber hinaus erfolgt eine Bewertung der sonstigen – außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) lokalisierten – relevanten Wettbewerber im Lebensmitteleinzelhandel der Stadt Halle und in den Umlandgemeinden.

3.1 Der Einzelhandel in der Stadt Halle

Zur Bewertung der Angebots- und Wettbewerbssituation wurde in der 31. und 32. KW 2017 von ecostra-Mitarbeitern eine Vollerhebung des Einzelhandels in der gesamten Stadt Halle durchgeführt.

Zum Erhebungszeitpunkt umfasste der Einzelhandel in Halle ca. 1.343 Betriebe mit ca. 338.280 m² Verkaufsfläche und einer Umsatzleistung von ca. 1.164,9 Mio. €. Der Angebotsschwerpunkt liegt dabei mit ca. 702 Betrieben (= ca. 52 % aller Betriebe) bzw. ca. 149.505 m² VK (= ca. 44,2 % der Gesamtverkaufsfläche) im kurzfristigen Bedarfsbereich, während der Angebotsumfang im mittelfristigen (ca. 309 Betriebe bzw. 81.330 m² VK) und langfristigen (ca. 332 Betriebe bzw. 107.445 m² VK) Bedarfsbereich deutlich geringer ist. Ausdifferenziert in die einzelnen Warengruppen nehmen „Nahrungs- und Genussmittel“ mit ca. 123.875 m² VK, „Bekleidung, Schuhe, Sport“ mit ca. 65.035 m² VK und der „Sonstige Einzelhandel“ (u.a. Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte, Optiker oder Uhren & Schmuck) mit ca. 59.475 m² VK die höchsten Flächenanteile ein. Die Einzelhandelszentralität der Stadt Halle liegt bei ca. 88; d.h., dass trotz der Funktion als Oberzentrum ein relativ deutlicher Kaufkraftabfluss – v.a. in das benachbarte Oberzentrum Leipzig oder dezentral gelegene Einkaufszentren, wie z.B. Nova Eventis oder das Halle Center in Peißen – erfolgt, wobei sich dies auf den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich bezieht.

Tab. 7: Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Stadt Halle

Bedarfsbereiche / Warengruppen ¹		Arbeitsstätten ¹	Verkaufsflächen in m ²	Umsatz in Mio. € ²
1.	Nahrungs- und Genussmittel insgesamt	447	123.875	573,6
	Lebensmittel, Reformwaren	161	112.105	495,7
	Getränke; Spirituosen; Tabak	100	8.140	24,5
	Brot, Back- & Konditorwaren	136	2.575	36,7
	Fleisch & Wurstwaren	50	1.055	16,6
2.	Gesundheit, Körperpflege insgesamt	135	15.075	77,2
	Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik	28	10.410	54,3
	Apothekerware ³	77	3.365	17,7
	Sanitätswaren	30	1.300	5,2
3.	Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf insgesamt	79	6.480	16,2
	Blumen, Pflanzen	63	2.915	10,6
	Zoo- und Heimtierbedarf	16	3.565	5,6
4.	Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	41	4.075	14,9
	Zeitungen, Zeitschriften	27	955	4,4
	Bücher	14	3.120	10,5
1.-4.	Überwiegend kurzfristiger Bedarf	702	149.505	681,8
5.	PBS⁴, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren insgesamt	34	3.360	9,9
	Papier-, Büro-, Schreibwaren	17	1.125	3,7
	Hobby-, Bastelbedarf, Musikalien	11	475	1,6
	Spielwaren	6	1.760	4,7
6.	Bekleidung, Schuhe, Sport insgesamt	214	65.035	206,5
	Oberbekleidung, gemischtes Sortiment	82	49.880	155,3
	Damenbekleidung	54	4.745	17,3
	Herrenbekleidung	6	605	2,5
	Kinderbekleidung	16	1.325	4,3
	Wäsche, Kurzwaren	8	545	1,9
	Schuhe (inkl. Sportschuhe)	29	5.180	16,5
	Lederwaren	9	685	2,4
	Sportbekleidung	10	2.070	6,5
7.	GPK⁵, Hausrat, Geschenkartikel insgesamt	61	12.935	24,1
	GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel	52	12.320	22,5
	Haus-, Tisch- und Bettwäsche	9	615	1,6
5.-7.	Überwiegend mittelfristiger Bedarf	309	81.330	240,6
8.	Elektrowaren insgesamt	71	10.450	52,1
	Weißer Ware	6	740	1,8
	Leuchten, Elektro-Installation, Zubehör	*	*	*
	Braune Ware (Radio, TV)	13	7.730	40,1
	Tonträger, Bildträger	*	*	*
	Telefon und Zubehör	35	1.330	7,6
	Büromaschinen, Computer und Zubehör	10	280	1,2
9.	Einrichtung insgesamt	76	37.520	58,8
	Möbel	30	26.195	38,0
	Kücheneinrichtungen	13	1.930	6,1
	Antiquitäten, Kunst	23	1.280	4,0
	Tapeten, Bodenbeläge, Farben, Lacke	10	8.115	10,7
10.	Sonstiger Einzelhandel insgesamt	185	59.475	131,6
	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	31	44.440	82,5
	Foto	*	*	*
	Optik, Hörgeräte-Akustik	49	2.050	16,0
	Uhren, Schmuck	36	1.085	9,9
	Autozubehör	*	*	*
	Sportartikel, Sportgeräte	22	3.900	8,2
	Sonstige Einzelhandelswaren ⁶	39	6.840	12,6
8.-10.	Überwiegend langfristiger Bedarf	332	107.445	242,5
2.-10.	Non-Food insgesamt	896	214.405	591,3
1.-10.	Einzelhandelswaren insgesamt	1.343	338.280	1.164,9

¹ = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten ² = ecostra-Umsatzschätzungen

³ = Bei Apotheken wird nur der Umsatz der nicht-verschreibungspflichtigen Medikamente berechnet

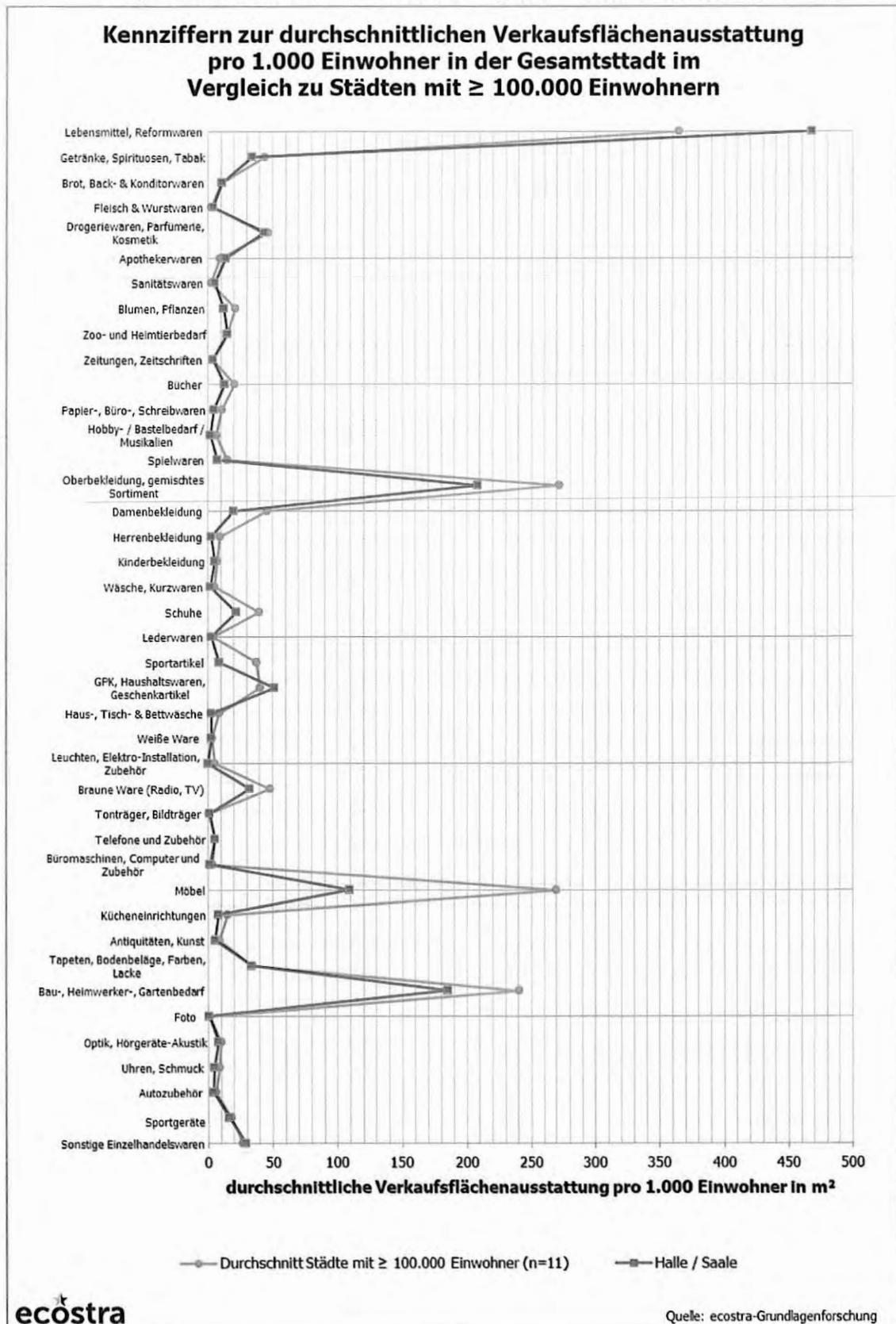
⁴ = Papier-, Bürobedarf und Schreibwaren

⁵ = Glas, Porzellan, Keramik

* = weniger als 4 Arbeitsstätten; kein Ausweis aus Datenschutzgründen

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: August 2017; ggf. Rundungsdifferenzen

Abb. 7: Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner in der Stadt Halle nach Branchen im Vergleich zur durchschnittlichen Ausstattung in Städten mit ≥ 100.000 Einwohnern



ecostra hat bereits im Jahr 2008 schon einmal eine Vollerhebung des gesamten Einzelhandelsstandortes Halle (Saale) durchgeführt, wobei zum damaligen Zeitpunkt insgesamt ca. 1.404 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 352.895 m² VK erfasst werden konnten, d.h., der Einzelhandelsbesatz hat sich seitdem sowohl bezogen auf die Anzahl der Betriebe als auch auf die Verkaufsflächenausstattung um jeweils ca. 4 % verringert.

Ein Vergleich auf Ebene einzelner Warengruppen zur relativen Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner der Stadt Halle mit anderen Städten mit mindestens 100.000 Einwohnern zeigt, dass die Stadt Halle in den meisten Branchen eine in etwa durchschnittliche Flächenausstattung aufweist.

Auffallend ist jedoch die deutlich überdurchschnittliche Ausstattung im Segment „Lebensmittel, Reformwaren“, während bei „Oberbekleidung, gemischtes Sortiment“, „Möbel“ sowie „Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf“ ein Unterangebot herrscht.

In der räumlichen Untergliederung sind den einzelnen Stadtbezirken von Halle folgende Einzelhandelsdaten zuzuordnen:

• Halle-Mitte:	ca. 533 Betriebe	ca. 87.440 m ² VK	ca. 335,9 Mio. € Umsatz
• Halle-West:	ca. 252 Betriebe	ca. 80.510 m ² VK	ca. 257,4 Mio. € Umsatz
• Halle-Nord:	ca. 176 Betriebe	ca. 38.955 m ² VK	ca. 144,2 Mio. € Umsatz
• Halle-Ost:	ca. 158 Betriebe	ca. 62.080 m ² VK	ca. 201,3 Mio. € Umsatz
• Halle-Süd:	ca. 224 Betriebe	ca. 69.295 m ² VK	ca. 226,0 Mio. € Umsatz
• Halle insgesamt:	ca. 1.343 Betriebe	ca. 338.280 m ² VK	ca. 1.164,9 Mio. € Umsatz

Das quantitativ umfangreichste Einzelhandelsangebot findet sich innerhalb von Halle somit im Stadtbezirk Mitte (ca. 87.440 m² VK) mit der Altstadt sowie den angrenzenden Stadtvierteln nördliche Innenstadt und südliche Innenstadt gefolgt vom Stadtbezirk West (ca. 80.510 m² VK) mit den zu Halle-Neustadt zählenden Stadtvierteln. Die mit Abstand geringste Einzelhandelsausstattung weist der Stadtbezirk Halle-Nord (ca. 38.955 m² VK) auf.

3.2 Der Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Halle

Dem Lebensmitteleinzelhandel in Halle sind insgesamt ca. 447 Geschäfte mit ca. 123.875 m² VK und einer Umsatzleistung in Höhe von ca. 573,6 Mio. € zuzuordnen. Dazu zählen auch viele Betriebe des Lebensmittelhandwerks, wie z.B. Bäckereien oder Metzgereien, welche häufig eine Standortgemeinschaft mit den großdimensionierten Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels bilden. Die Einzelhandelszentralität im Lebensmittelbereich liegt bei ca. 111, d.h., dass für diesen Sortimentsbereich per Saldo Kaufkraft aus den Umlandgemeinden nach Halle fließt.

In der räumlichen Untergliederung verteilt sich der Lebensmitteleinzelhandel wie folgt auf die einzelnen Stadtbezirke von Halle:

• Halle-Mitte:	ca. 125 Betriebe	ca. 16.740 m ² VK	ca. 79,9 Mio. € Umsatz
• Halle-West:	ca. 105 Betriebe	ca. 36.745 m ² VK	ca. 162,3 Mio. € Umsatz
• Halle-Nord:	ca. 82 Betriebe	ca. 20.840 m ² VK	ca. 101,9 Mio. € Umsatz
• Halle-Ost:	ca. 48 Betriebe	ca. 17.535 m ² VK	ca. 84,1 Mio. € Umsatz
• Halle-Süd:	ca. 87 Betriebe	ca. 32.015 m ² VK	ca. 145,3 Mio. € Umsatz
• Halle insgesamt:	ca. 447 Betriebe	ca. 123.875 m ² VK	ca. 573,6 Mio. € Umsatz

Dabei sind die sehr großdimensionierten Betriebstypen (SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte) mehr oder weniger gleichmäßig über das Hallenser Stadtgebiet verteilt:

- Im Stadtbezirk Ost – im Südosten von Halle – ist im Einkaufszentrum HEP mit dem zweigeschossigen Globus SB-Warenhaus als Untersuchungsobjekt der bezogen auf die Verkaufsfläche mit Abstand größte Lebensmittelanbieter (ca. 9.320 m² VK) lokalisiert. Zudem übernimmt für die östlichen Stadtviertel (z.B. Diemitz, Dautzsch) das unmittelbar jenseits der Stadtgrenze im „Halle Center“ in Peißen lokalisierte Real SB-Warenhaus (ca. 9.900 m² VK) eine Versorgungsfunktion.
- Im Stadtbezirk Süd sind in einem jeweils dicht besiedelten Umfeld das Kaufland SB-Warenhaus am Südstadtring (ca. 6.500 m² VK) und das Edeka Center in der Weißenfelser Straße (ca. 3.400 m² VK) gelegen.
- Der Stadtbezirk West verfügt mit einem Real SB-Warenhaus im Shoppingcenter „Centrum“ (ca. 5.900 m² VK) und einem Kaufland SB-Warenhaus am Zollrain (ca. 5.600 m² VK) ebenfalls über zwei großdimensionierte Lebensmittelmärkte, welche u.a. ein hoch verdichtetes Wohnumfeld versorgen.
- Der Stadtbezirk Nord ist am nördlichen Standrand in dezentraler Lage in der Magdeburger Chaussee mit einem Kaufland Verbrauchermarkt (ca. 4.600 m² VK) ausgestattet. Zudem befindet sich nördlich angrenzend an den Bezirk Mitte auf dem sog. „Hermes-Areal“ ein neu errichtetes Edeka Center (ca. 4.400 m² VK).
- Im Stadtbezirk Mitte wurde im Stadtviertel südliche Innenstadt auf dem sog. „Mafa-Gelände“ vor einigen Jahren ein weiteres Edeka Center (ca. 3.100 m² VK) eröffnet.

Eine Vielzahl weiterer Lebensmittelmärkte, wie z.B. Supermärkte oder LM-Discounter, ergänzt die o.a. sehr großdimensionierten Anbieter. Nahezu alle im Hallenser Einzelhandelskonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt, d.h. sowohl die Altstadt als auch die beiden Nebenzentren Neustadt und Südstadt ebenso wie die Nahversorgungszentren (NVZ), sind mit einem größer dimensionierten Lebensmittelmarkt ausgestattet. Lediglich das nördlich der Innenstadt gelegene NVZ Reileck verfügt über keinen solchen größeren Lebensmittelanbieter.

Im Teilbereich „Lebensmittel, Reformwaren“ ist die Stadt Halle mit einer Verkaufsfläche von ca. 468 m² je 1.000 Einwohner im Vergleich zu anderen Städten mit mindestens 100.000 Einwohnern (ca. 365 m² VK) überdurchschnittlich gut aufgestellt.

Nachfolgend werden alle im Einzelhandelskonzept definierten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Halle im Detail vorgestellt sowie insbesondere hinsichtlich ihres Lebensmitteleinzelhandels analysiert.



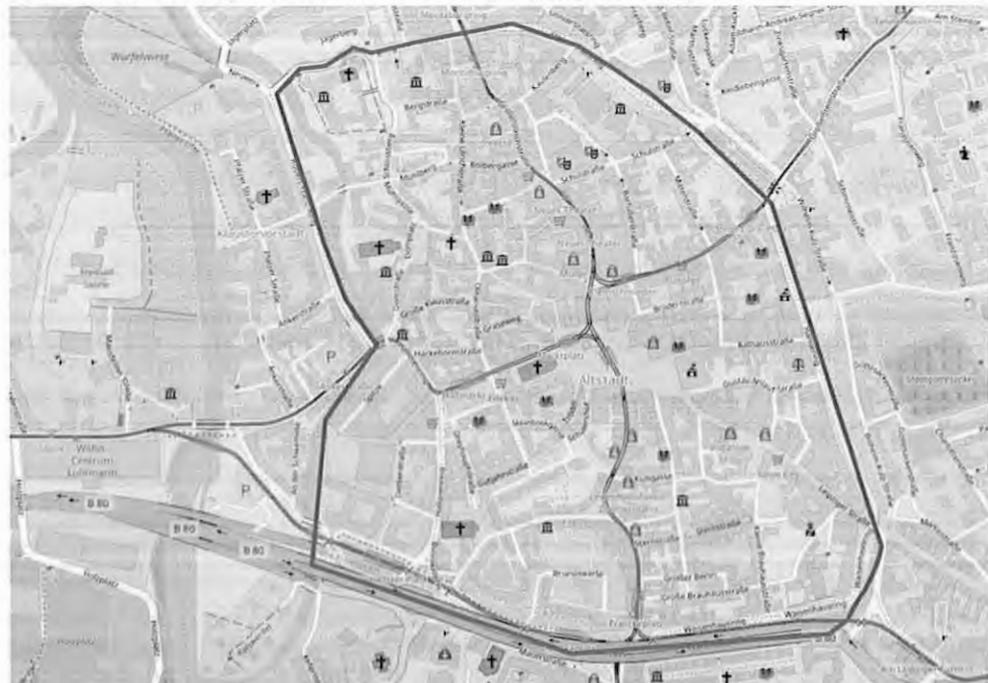
3.3 Die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Halle

3.3.1 Das Hauptzentrum Halle-Altstadt

Das Hauptzentrum Halle-Altstadt (ca. 5.865 Einwohner) ist im Stadtbezirk Halle-Mitte (ca. 46.350 Einwohner) östlich der Saale gelegen und wird auf Grundlage des Einzelhandelskonzeptes¹ durch den Innenstadtring, d.h. Moritzwinger und Waisenhausring im Süden, Hansering im Osten, Moritzburgring und Universitätsring im Norden sowie Hallorenring und Norbert-Franz-Ring im Westen begrenzt. Innerhalb der Altstadt bildet die sich von Südosten nach Norden erstreckende Achse Leipziger Straße / Marktplatz / Kleinschmieden / Große Ulrichstraße (südlicher Teilabschnitt) die Haupteinkaufslage. Die gesamte Haupteinkaufslage ist ebenso wie ein Teil der abgehenden Straßen und Gassen der Nebeneinkaufslage als Fußgängerzone ausgewiesen. Allerdings mindert die in hoher Taktfrequenz verkehrende Straßenbahn die Aufenthaltsqualität am Marktplatz und insbesondere in der Großen Ulrichstraße. Der Marktplatz ist ca. 5 km bzw. ca. 13 PKW-Fahrminuten vom Planareal an der Dieselstraße entfernt.

Entsprechend der Einstufung als Hauptzentrum verfügt die Altstadt über einen umfangreichen Einzelhandelsbesatz in allen Bedarfsbereichen, wobei der mittelfristige Bedarfsbereich und hier das innenstadttypische Kernsegment „Bekleidung, Schuhe, Sport“ einen deutlichen Angebotsschwerpunkt bildet.

Karte 4: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Altstadt



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale) – Endbericht, Dortmund, 2013, S. 191

Während die Haupteinkaufslage durch einen fast durchgängigen Einzelhandelsbesatz mit Filialbetrieben charakterisiert ist, welche z.T. sehr großdimensioniert sind, nimmt in den Nebeneinkaufslagen der Anteil an inhabergeführten Fachgeschäften deutlich zu und der Einzelhandel stellt sich sehr kleinstrukturiert dar. Als großdimensionierte und mehrgeschossige Magnetbetriebe in der Innenstadt sind z.B. Galeria Kaufhof, TK Maxx, New Yorker und Thalia am Marktplatz, Müller Drogeriemarkt in der Großen Ulrichstraße sowie P&C, C&A, H&M oder Saturn in der Leipziger Straße zu nennen.

Tab. 8: Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Hauptzentrum Halle-Altstadt

Bedarfsbereiche / Warengruppen ¹		Arbeitsstätten ²	Verkaufsflächen in m ²	Umsatz in Mio. € ³
1.	Nahrungs- und Genussmittel insgesamt	58	5.510	28,2
	Lebensmittel, Reformwaren	21	4.585	19,3
	Getränke; Spirituosen; Tabak	11	525	2,0
	Brot, Back- & Konditorwaren	20	300	5,0
	Fleisch & Wurstwaren	6	100	1,9
2.	Gesundheit, Körperpflege insgesamt	23	5.545	28,8
	Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik	13	5.165	26,9
3.	Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf insgesamt	5	245	0,9
	Blumen, Pflanzen	5	245	0,9
4.	Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	12	2.420	7,9
	Zeitungen, Zeitschriften	4	230	0,8
	Bücher	8	2.190	7,1
1.-4.	Überwiegend kurzfristiger Bedarf	98	13.720	65,8
5.	PBS⁴, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren insgesamt	10	800	2,7
	Hobby-, Bastelbedarf, Musikalien	4	170	0,6
6.	Bekleidung, Schuhe, Sport insgesamt	93	37.830	130,0
	Oberbekleidung, gemischtes Sortiment	21	29.460	100,4
	Damenbekleidung	36	3.530	12,9
	Herrenbekleidung	*	*	*
	Kinderbekleidung	4	405	1,2
	Wäsche, Kurzwaren	*	*	*
	Schuhe (inkl. Sportschuhe)	15	2.520	8,2
	Lederwaren	5	430	1,4
	Sportbekleidung	5	940	3,5
7.	GPK⁵, Hausrat, Geschenkartikel insgesamt	20	3.160	7,4
5.-7.	Überwiegend mittelfristiger Bedarf	123	41.790	140,1
8.	Elektrowaren insgesamt	29	4.040	22,3
	Weißer Ware	*	*	*
	Braune Ware (Radio, TV)	*	*	*
	Telefon und Zubehör	15	570	3,3
	Büromaschinen, Computer und Zubehör	5	150	0,6
9.	Einrichtung insgesamt	18	1.925	4,6
	Möbel	6	1.000	1,7
10.	Sonstiger Einzelhandel insgesamt	48	4.655	18,8
	Optik, Hörgeräte-Akustik	15	705	5,6
	Uhren, Schmuck	17	570	5,1
	Sonstige Einzelhandelswaren ⁶	11	2.820	6,7
8.-10.	Überwiegend langfristiger Bedarf	95	10.620	45,7
2.-10.	Non-Food insgesamt	258	60.620	223,3
1.-10.	Einzelhandelswaren insgesamt	316	66.130	251,6

¹ = Detaillierte Zuordnung s. Anhang

² = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten

³ = ecostra-Umsatzschätzungen

⁴ = Papier-, Bürobedarf und Schreibwaren

⁵ = Glas, Porzellan, Keramik

* = weniger als 4 Arbeitsstätten; kein Ausweis aus Datenschutzgründen

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: August 2017; ggf. Rundungsdifferenzen

In der Haupteinkaufslage fallen nur vereinzelte Ladenleerstände (z.B. am Rand der Innenstadtabgrenzung entlang der Leipziger Straße) auf, während sich diese in den Nebeneinkaufslagen häufen. Ebenso ist die Passantenfrequenz in der Haupteinkaufs-



lage deutlich höher als in den sonstigen Straßen und Gassen der Altstadt. Insgesamt stellt die Altstadt von Halle mit ihrer historischen Bebauung und einigen schön gestalteten Plätzen eine attraktive Einzelhandelslage dar.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Hauptzentrum **Halle-Altstadt** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 316 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 66.130 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 251,6 Mio. €

ermittelt werden.



Der nordwestliche Teilabschnitt der Leipziger Straße weist in der Altstadt die höchste Passantenfrequenz auf



Der Marktplatz zeigt einen Mix aus großdimensionierten Geschäften und touristischen Anziehungspunkten

In der Altstadt von Halle ist im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels insbesondere auf folgende Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(1) Hauptzentrum Altstadt	Rewe City Mann	Leipziger Straße 94
	<p>Supermarkt inmitten der 1a-Lage, ca. 850 m² VK. Unsymmetrisch geschnittenes und etwas beengtes Ladenlokal. Lage in einem revitalisierten Geschäftshaus mit Saturn, Rossmann und Vero Moda / Jack & Jones als Nachbarn, keine eigenen Parkplätze. Sortiment ist auf den „schnellen Einkauf“ zugeschnitten (z.B. Convenience Food), gute Kundenfrequenz. Der Supermarkt übernimmt eine (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bewohner und Beschäftigten der Innenstadt sowie auch für Touristen</p>	
(2) Hauptzentrum Altstadt	Edeka Schaaf	Große Ulrichstraße 6-8
	<p>Supermarkt am nördlichen Ende der Haupteinkaufslage in der „Händel-Galerie“, ca. 700 m² VK, recht kleine und verwinkelte Ladenfläche mit hohem Warendruck. Bäckerei in Vorkassenzone. Der Eingang zur Passage ist trotz eines Werbeaufstellers leicht zu übersehen, in der Passage fehlen weitere attraktive Einzelhandels- oder Gastronomieangebote, trotzdem gute Kundenfrequenz. Der Supermarkt übernimmt eine (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bewohner und Beschäftigten der Innenstadt</p>	

(3) Hauptzentrum Altstadt Edeka Hallmarkt Oleariusstraße 4a



Supermarkt in der Nebeneinkaufslage des städtebaulich sehr ansprechend gestalteten Hallmarktes, ca. 600 m² VK. Integration in ein historisches Gebäudeensemble, daher beengte Verkaufsfläche und wenig als Einzelhandelsstandort auffallend. Standort abseits der großen Passantenströme, jedoch benachbart zu ÖPNV-Knotenpunkt, insgesamt gute Kundenfrequenz. Am westlichen Ende des Hallmarktes liegt ein Rewe City (s. Wettbewerber Nr. 4). Der Supermarkt übernimmt eine (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bewohner der Innenstadt und Pendler

(4) Hauptzentrum Altstadt Rewe City Kellnerstraße 4



Supermarkt am westlichen Ende des Hallmarktes zum Hallorenring ausgerichtet, ca. 550 m² VK. Sehr modern gestalteter City-Markt im Erdgeschoss eines neu errichteten B&B-Hotels. Imbiss in der Vorkassenzone. Standort abseits der großen Passantenströme, befriedigende Kundenfrequenz. Am östlichen Ende des Hallmarktes liegt ein Edeka Markt (s. Wettbewerber Nr. 3). Der Supermarkt übernimmt eine (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bewohner der Innenstadt sowie die Beschäftigten im Umfeld (z.B. Finanzamt) und Hotelgäste

Neben den zuvor detailliert beschriebenen Supermärkten ist zusätzlich noch auf die Gourmet-Abteilung (ca. 1.000 m² VK) im Untergeschoss des Galeria Kaufhof am Marktplatz zu verweisen, deren Warenangebot jedoch weitgehend auf Feinkost, Delikatessen, Wein und Spirituosen spezialisiert ist. Außerdem wird das Lebensmittelangebot in der Altstadt durch ca. 20 Bäckereien und Konditoreien sowie ca. 6 Metzgereien und zahlreiche kleindimensionierte, spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z.B. Bioprodukte, Tee oder Süßwaren) ergänzt. Darüber hinaus verfügt die Altstadt über einen umfangreichen Besitz an z.T. großdimensionierten Drogeriemärkten (z.B. Müller, Rossmann, 2x dm).

Zusammenfassend kann das Hauptzentrum Altstadt die im Einzelhandelskonzept festgeschriebene oberzentrale Versorgungsfunktion ebenso wie auch die Nahversorgungsfunktion für die Innenstadtbewohner weitgehend erfüllen. Das Einzelhandelsangebot im Lebensmitteleinzelhandel (und ergänzend auch bei den Drogeriemärkten) ist umfassend und über die gesamte Altstadt verteilt. Die Lebensmittelmärkte von Rewe und Edeka machen einen modernen und leistungsfähigen Eindruck, unterliegen in ihrer Verkaufsflächendimensionierung und damit im Warenangebot jedoch gewissen Einschränkungen. Außerdem verfügt keiner dieser Lebensmittelmärkte über ein ebenerdiges, direkt zugeordnetes Parkplatzangebot, so dass hier v.a. die Nahversorgung in Form von „kleineren“ Warenkörben erfolgt. Des Weiteren werden v.a. zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs zentral auf dem Marktplatz täglich Marktstände aufgebaut.

Über den Lebensmitteleinzelhandel hinaus verfügt die Altstadt insbesondere im Bereich der Haupteinkaufslage über einen guten Einzelhandelsbesatz und weist ein attraktives städtebauliches Erscheinungsbild auf. In den Nebeneinkaufslagen lässt die Leistungsfähigkeit der Einzelhandelsbetriebe nach und die Ladenleerstände häufen sich. An vielen Stellen der Altstadt wird jedoch in die Straßeninfrastruktur oder mittels

Sanierungen und Revitalisierungen in die Gebäudesubstanz investiert. Insgesamt hat sich die Einzelhandelsituation in der Altstadt in den letzten Jahren stabilisiert, weist jedoch nach wie vor gewisse Angebotslücken auf.

3.3.2 Das Nebenzentrum Halle-Neustadt

Das Nebenzentrum Neustadt ist westlich der Saale im Stadtbezirk Halle-West (ca. 69.810 Einwohner) auf dem Gebiet der bis zur deutschen Wiedervereinigung eigenständigen Gemeinde Halle-Neustadt lokalisiert. Das Nebenzentrum ist ca. 8 km bzw. ca. 15 PKW-Fahrminuten vom Planareal des verlagerten Globus Marktes entfernt. Es liegt dabei im Übergangsbereich der hochverdichteten Stadtviertel Neustadt-Nord, Neustadt-Süd und Neustadt-West, welche durch eine Vielzahl an Wohntürmen und Plattenbauten charakterisiert sind. Auf dem Gebiet der ehem. Gemeinde Halle-Neustadt hat sich die Wohnbevölkerung seit der Wiedervereinigung durch Fortzüge deutlich reduziert.

Karte 5: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Neustadt



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Das Nebenzentrum Neustadt ist auf Basis des städtischen Einzelhandelskonzeptes nahezu rechteckig ausgebildet und wird von den Straßen „An der Magistrale“ im Süden, „Am Bruchsee“ im Westen, der Albert-Einstein-Straße im Norden und der Hallorenstraße im Osten begrenzt.¹ Es setzt sich strukturell aus zwei Teilbereichen zusammen: dem Einkaufszentrum „Neustadt Centrum Halle“ im Westen und der Neustädter Passage im Osten.

Das Einkaufszentrum „Neustadt Centrum Halle“ wurde im Jahr 2000 eröffnet und umfasst auf einer Verkaufsebene ca. 43 Einzelhandelsbetriebe, welche auf ca. 14.660 m² VK eine Umsatzleistung von ca. 60,6 Mio. € erwirtschaften. Der Angebotschwerpunkt des Centers liegt mit Mietern wie Real, Aldi, Thalia oder Rossmann im kurzfristigen Bedarfsbereich. Weitere Magnetbetriebe sind z.B. Medimax, das Modehaus Fischer oder Deichmann. Insgesamt zeigt sich eine Mischung aus wenigen großdimensionierten Fachmärkten und einer Vielzahl kleinerer Fachgeschäfte, wobei der Filialisierungsgrad hoch ist. Das Angebotsniveau ist meist dem niedrigen Preissegment zuzuordnen.

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 201

Neben den Einzelhandelsbetrieben sind Gastronomieangebote sowie in den oberen Etagen ein Multiplexkino, Arztpraxen und eine Rechtsanwaltskanzlei als ergänzende Nutzungen vorhanden. Das Center ist modern, freundlich und hell gestaltet. Die zur Magistrale ausgerichtete und mit Klinker verbaute Außenfassade besitzt zwischen den meist tristen und in die Jahre gekommenen Wohnhochhäusern einen hohen Aufmerksamkeitswert.



Das Shoppingcenter „Neustadt Centrum Halle“ ist die mit Abstand stärkste Einzelhandelslage innerhalb des Nebenzentrums Neustadt

Vom Vorplatz des „Neustadt Centrum Halle“ besteht ein direkter Zugang zur Neustädter Passage, einer zweigeschossigen Fußgängerpassage, welche Anfang der 1970er Jahre errichtet wurde und entlang der markanten Plattenbauten, den sog. „Scheiben“, bis zur „Scheibe E“ im Osten verläuft. Auf beiden Ebenen sind Einzelhandelsgeschäfte der unterschiedlichsten Größe angesiedelt, welche durch Gastronomie-, Dienstleistungs- (z.B. Sparkasse) und Verwaltungsnutzungen (z.B. Polizeirevier, Jobcenter, Sozialamt) ergänzt werden. Der Einzelhandel ist dabei durch ein meist sehr niedriges Preisniveau geprägt. Als Ankermieter sind neben einem Helü-Möbelzentrum die Discounter Norma, Tedi, Kik oder auch Rossmann zu nennen. Zudem findet auf dem Platz im östlichen Teilbereich der Neustädter Passage ein täglicher Markthandel statt. Die Neustädter Passage ist deutlich in die Jahre gekommen. Sowohl der öffentliche Raum als auch die Gebäudekörper machen häufig einen sanierungsbedürftigen und z.T. verwahrlosten Eindruck. Momentan stehen die 5 „Scheiben“-Wohntürme größtenteils leer und stehen zum Verkauf. Das Umfeld der Neustädter Passage hat sich zu einem sozialen Brennpunkt entwickelt.



Die Neustädter Passage wird von den unbewohnten Wohntürmen der „Scheibe“ scheinbar erdrückt. Das Erdgeschoss der Passage ist begrünt und bietet viele Sitzgelegenheiten, ist im Detail aber oft verwahrlost. Das meist sehr niedrigpreisige Einzelhandelsangebot ist über zwei Verkaufsebenen verteilt (Bild rechts)

Tab. 9: Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Nebenzentrum Halle-Neustadt

Bedarfsbereiche / Warengruppen ¹	Arbeitsstätten ²	Verkaufsflächen in m ²	Umsatz in Mio. € ³
1.-4. Überwiegend kurzfristiger Bedarf	33	10.620	46,4
5.-7. Überwiegend mittelfristiger Bedarf	24	8.500	21,1
8.-10. Überwiegend langfristiger Bedarf	17	3.995	14,3
2.-10. Non-Food insgesamt	54	14.520	44,4
1.-10. Einzelhandelswaren insgesamt	74	23.115	81,8

¹ = Detaillierte Zuordnung s. Anhang

² = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten

³ = ecostra-Umsatzschätzungen

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: August 2017; ggf. Rundungsdifferenzen

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nebenzentrum **Halle-Neustadt** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 74 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 23.115 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 81,8 Mio. €

ermittelt werden.

Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels ist im Nebenzentrum Halle-Neustadt v.a. auf folgende Anbieter hinzuweisen (Nummerierung siehe Karte):

(5) Nebenzentrum Neustadt Real Neustädter Passage 17d



Großdimensioniertes SB-Warenhaus als Ankermieter im EKZ „Neustadt Centrum Halle“, ca. 5.900 m² VK. Etwas unübersichtliches Ladenlayout, ansonsten aber zeitgemäßer Marktauftritt. Bedientheken für Käse, Fisch, Fleisch und Wurst, jedoch nur kleine O+G-Abteilung und wenig Convenience Food. Hoher Anteil an Non-Food I- und insbesondere Non-Food II-Produkten. Gute Kundenfrequenz. Das SB-Warenhaus übernimmt eine Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtbezirk Halle-West

(6) Nebenzentrum Neustadt Aldi Nord Neustädter Passage 17d



Im EKZ „Neustadt Centrum Halle“ gelegener Hard-Discounter, ca. 850 m² VK. Discountertypisches Ladenlayout mit übersichtlicher Gestaltung und modernem Marktauftritt. Gute Kundenfrequenz. Der Discounter hat seinen Standort am anderen Ende der Mall in großer Entfernung zum real SB-Warenhaus. Der Discounter übernimmt eine Versorgungsfunktion v.a. für die hochverdichtete Wohnbebauung in den umliegenden Stadtvierteln

(7) Nebenzentrum Neustadt Norma Neustädter Passage 16



Hard-Discounter mit Standort im Erdgeschoss der Neustädter Passage, ca. 530 m² VK. Kleiner und beengter LM-Discounter mit einem nicht mehr zeitgemäßen Marktauftritt. Dennoch weist der Markt eine zufriedenstellende Kundenfrequenz auf, welche sich weitgehend aus dem verdichteten Wohnumfeld herleitet

(8) Nebenzentrum Neustadt Mix Markt Albert-Einstein-Straße 25



Standort im Erdgeschoss eines Parkhauses, ca. 510 m² VK. Der Markt liegt sehr versteckt und ist nicht aus der Neustädter Passage, sondern nur über die Albert-Einstein-Straße zugänglich. Kleiner, etwas „muffiger“ Markt mit einem nur begrenzten Warenangebot bestehend v.a. aus osteuropäischen Produkten. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich auf das unmittelbare Wohnumfeld

Zusammenfassend ist dem Nebenzentrum Halle-Neustadt im städtischen Einzelhandelskonzept eine Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtbezirk West sowie für das angrenzende westliche Umland der Stadt Halle zugewiesen, welche auch erfüllt wird. Das Nebenzentrum bietet eine Konzentration an z.T. großdimensionierten und leistungsfähigen Filialisten, wie sie ansonsten im Bezirk Halle-West nicht vorzufinden ist. Zudem bietet das Nebenzentrum aufgrund der Lage unmittelbar nördlich der Magistrale eine sehr gute Erreichbarkeit aus dem weiter gefassten Umfeld sowohl mit dem PKW als auch mittels ÖPNV (Straßenbahn, Bus).

Dabei ist jedoch eine Zweiteilung in der Bewertung vorzunehmen: Das Einkaufszentrum „Neustadt Centrum Halle“ stellt innerhalb des Nebenzentrums eine eigenständige Einzelhandelslage dar, welche aufgrund eines attraktiven Geschäftsbesatzes und in Verbindung mit Freizeiteinrichtungen eine über den Stadtbezirk West hinausgehende räumliche Ausstrahlung entfaltet. Die Neustädter Passage ist mit einem niedrigpreisigen und wenig attraktiven Warenangebot und einer nur geringen Aufenthaltsqualität dagegen auf die Versorgung der hochverdichteten Wohnbebauung im Umfeld beschränkt. Trotz eines beachtlichen Bevölkerungsrückgangs und umfangreicher Wohnungsleerstände in Halle-Neustadt steht im Umfeld des Nebenzentrums nach wie vor ein beträchtliches Einwohnerpotenzial zur Verfügung.

Das zweite Nebenzentrum Halle-Südstadt wird im nächsten Kapitel analysiert.

3.3.3 Das Nebenzentrum Halle-Südstadt

Das Nebenzentrum Südstadt ist im gleichnamigen Stadtviertel (ca. 15.530 Einwohner) und dem Namen entsprechend im Stadtbezirk Halle-Süd (ca. 66.995 Einwohner) gelegen.



Karte 6: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Südstadt



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Das Planareal an der Dieselstraße ist ca. 3 km bzw. ca. 8 PKW-Fahrminuten entfernt. Die Begrenzung des Nebenzentrums Südstadt wird nach den Vorgaben des städtischen Einzelhandelskonzeptes durch den Südstadtring im Norden, die Paul-Suhr-Straße im Osten, die Bahngleise der Deutschen Bahn und S-Bahn im Süden und die Wendeschleife der Straßenbahn am Stadtbahnhof Südstadt im Westen markiert.¹

Haupthandelslage innerhalb des Nebenzentrums ist das sog. Kaufcenter Südstadtring. Insgesamt sind im Center auf zwei Verkaufsebenen ca. 25 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 16.695 m² VK und einer Umsatzleistung in Höhe von ca. 59,1 Mio. € lokalisiert. Das Warenangebot setzt sich aus niedrigpreisigen Fachmärkten zur Deckung aller Bedarfsbereiche zusammen. Als Magnetbetriebe sind neben dem Kaufland SB-Warenhaus z.B. Medimax, Woolworth, dm oder AWG Mode zu nennen. Als ergänzende Nutzung wird in den Obergeschossen der Immobilie ein Fitnessstudio betrieben.



Die Außenfassade des Kaufland Centers fällt nicht unbedingt als Handelsimmobilie ins Auge und auch in der Mallgestaltung ist das Center deutlich in die Jahre gekommen

Das Center weist verschiedene konzeptionelle Mängel auf und ist bereits deutlich in die Jahre gekommen. So ist es bei der Vorbeifahrt auf dem Südstadtring oder auf der Paul-Suhr-Straße nicht unmittelbar als Handelsimmobilie erkennbar, auf beiden Verkaufsebenen ist kein interner Kundenrundlauf möglich und das Kaufland SB-

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 204

Warenhaus im Obergeschoss ist nur über Rollbänder erreichbar. Die Kundenfrequenz im Kaufland ist gut, lässt im sonstigen Center jedoch nach.

Westlich des Kaufland Centers ist eine kleine Agglomeration meist niedrigpreisiger Fachmärkte (z.B. Lidl, Pfennigpfeiffer, Dänisches Bettenlager) ebenfalls dem Nebenzentrum zugehörig.

Das Nebenzentrum Südstadt ist aufgrund der Lage im Kreuzungsbereich von Südstadtring und Paul-Suhr-Straße sehr gut mit dem PKW erreichbar. Im Standortbereich steht auf Parkdecks des Kaufcenters sowie ebenerdig den einzelnen Handelsimmobilien vorgelagert ein umfangreiches Stellplatzangebot zur Verfügung. Zudem ist das Nebenzentrum über den Stadtbahnring sehr gut an das Stadtbahnnetz sowie an den Linienbusverkehr angebunden. In Richtung Süden stellen die Gleisanlagen der S-Bahn allerdings eine deutliche räumliche Zäsur dar.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nebenzentrum **Halle-Südstadt** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 30 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 19.780 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 68,7 Mio. €

ermittelt werden.

Tab. 10: Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Nebenzentrum Halle-Südstadt

Bedarfsbereiche / Warengruppen ¹	Arbeitsstätten ²	Verkaufsflächen in m ²	Umsatz in Mio. € ³
1.-4. <i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	13	10.435	44,0
5.-7. <i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	12	7.090	15,6
8.-10. <i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	5	2.255	9,1
2.-10. <i>Non-Food insgesamt</i>	23	11.540	31,4
1.-10. Einzelhandelswaren insgesamt	30	19.780	68,7

¹ = Detaillierte Zuordnung s. Anhang

² = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten

³ = ecostra-Umsatzschätzungen

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: August 2017; ggf. Rundungsdifferenzen

Im Lebensmitteleinzelhandel ist im Nebenzentrum Halle-Südstadt insbesondere auf folgende Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(9) Nebenzentrum Südstadt	Kaufland	Südstadtring 90
	Großdimensioniertes SB-Warenhaus als Ankermieter des Kaufland Centers, mit ca. 6.500 m ² VK größter Standort von Kaufland in Halle. Bereits in die Jahre gekommener Marktauftritt mit einer unübersichtlichen Ladenfläche und verwinkelten Kundengängen. Wenig optimale Lage im Obergeschoss des Centers, Zugang aus dem Erdgeschoss über Rollbänder. Für das Frühjahr 2018 hat Kaufland eine Revitalisierung angekündigt. Hoher Anteil an Non-Food I- und Non-Food II-Waren. Gute Kundenfrequenz. Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Halle-Süd	

(10) Nebenzentrum Südstadt

Lidl

Südstadtring 70



Soft-Discounter als sog. Stand alone-Standort im Westen des Nebenzentrums, ca. 875 m² VK. Ansprechende Außengestaltung bei Lidl-typischem Ladenlayout. Eigene Parkplätze ebenerdig vorgelagert. Außerhalb des Kaufland Centers ist die Kundenfrequenz jedoch nur schwach. Der Markt dient v.a. der Nahversorgung der verdichteten Wohnbebauung im Norden und Osten des Nebenzentrums

Zusammenfassend ist das Nebenzentrum Südstadt ein deutlich in die Jahre gekommener Einzelhandelsstandort, welcher die ihm im städtischen Einzelhandelskonzept zugewiesene Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Halle-Süd mit dem großdimensionierten SB-Warenhaus und den ergänzenden Einzelhandelsnutzungen v.a. im Kaufland Center wahrnimmt. Das Warenangebot bewegt sich fast ausschließlich im niedrigen Preissegment und ist damit auf die häufig einkommensschwachen Bewohner in den hochverdichteten Großwohnsiedlungen der Südstadt ausgerichtet. Dementsprechend sollte das Nebenzentrum Südstadt aufgewertet und dadurch langfristig gestärkt werden.

Neben dem Hauptzentrum Altstadt und den beiden Nebenzentren sind im städtischen Einzelhandelskonzept insgesamt acht Nahversorgungszentren (NVZ) definiert und abgegrenzt. Diese werden nachfolgend vorgestellt und insbesondere bezüglich ihres Lebensmittelangebotes untersucht.

3.3.4 Das Nahversorgungszentrum Silberhöhe

Das NVZ Silberhöhe ist im südlichen Stadtgebiet von Halle im gleichnamigen Stadtviertel Silberhöhe (ca. 12.575 Einwohner) lokalisiert und liegt ca. 4 km bzw. ca. 10 PKW-Fahrminuten südwestlich des Planareals für den zu verlagernden Globus Markt.

Karte 7: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Silberhöhe



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)



Das NVZ Silberhöhe ist nach den Vorgaben des städtischen Einzelhandelskonzeptes durch die Freyburger Straße im Norden, die Wittenberger Straße im Osten, einige Grünflächen und die Jessener Straße im Süden und Südosten sowie die Gleisanlagen der Straßenbahn bzw. die Wilhelm-von-Klewiz-Straße im Westen begrenzt. Auf der gegenüberliegenden Seite der Wilhelm-von-Klewiz-Straße ist ein Netto Marken-Discount ebenfalls dem NVZ zugeordnet.¹



Das Nahversorgungszentrum Silberhöhe macht einen trostlosen und sanierungsbedürftigen Eindruck. Viele der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe sind in kleinen Verkaufspavillons untergebracht

Das NVZ Silberhöhe ist städtebaulich in die nach allen Richtungen umliegende verdichtete Wohnbebauung integriert. Magnetbetriebe sind ein Edeka Supermarkt und ein Netto Marken-Discount, wobei letzterer durch die Wilhelm-von-Klewiz-Straße und die Straßenbahngleise räumlich vom sonstigen Gebiet des NVZ abgetrennt ist. Rund um die Edeka Immobilie bildet eine kleine Fußgängerzone den Kernbereich des NVZ. Hier setzt sich das meist dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnende Einzelhandelsangebot ausschließlich aus kleindimensionierten Ladenlokalen zusammen, welche ihren Standort in kleinen Verkaufspavillons oder im Erdgeschoss mehrgeschossiger Wohn-/Geschäftshäuser haben. Die Einzelhandelsbetriebe sind meist wenig leistungsfähig. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot z.B. durch Schnellimbisse, ein Reisebüro, einen Friseur oder eine Bankfiliale. Das gesamte NVZ macht einen deutlich in die Jahre gekommenen Eindruck. Sowohl die Einzelhandelslokale als auch die Wohnhäuser sind z.T. sanierungsbedürftig. Die Passantenfrequenz im Bereich der Fußgängerzone ist äußerst gering.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungszentrum **Halle-Silberhöhe** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 17 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 2.910 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 11,5 Mio. €

ermittelt werden.

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 215

Tab. 11: Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Nahversorgungszentrum Silberhöhe

Bedarfsbereiche / Warengruppen ¹	Arbeitsstätten ²	Verkaufsflächen in m ²	Umsatz in Mio. € ³
1.-4. Überwiegend kurzfristiger Bedarf	13	2.560	10,6
5.-7. Überwiegend mittelfristiger Bedarf	*	*	*
8.-10. Überwiegend langfristiger Bedarf	*	*	*
2.-10. Non-Food insgesamt	11	570	2,0
1.-10. Einzelhandelswaren insgesamt	17	2.910	11,5

¹ = Detaillierte Zuordnung s. Anhang

² = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten

³ = ecostra-Umsatzschätzungen

* = weniger als 4 Arbeitsstätten; kein Ausweis aus Datenschutzgründen

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: August 2017; ggf. Rundungsdifferenzen

Im Lebensmitteleinzelhandel ist im Nahversorgungszentrum Silberhöhe insbesondere auf folgende Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(11) NVZ Silberhöhe

Edeka Bülow

Wilhelm-von-Klewiz-Str. 9



Supermarkt als Magnetbetrieb des NVZ Silberhöhe, ca. 1.500 m² VK. Deutlich in die Jahre gekommener Marktauftritt. Bäcker, Lottoladen und Asia Imbiss in der Vorkassenzone. Es gibt nur wenige dem Supermarkt zugeordnete PKW-Stellplätze. Wenig befriedigende Kundenfrequenz. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich auf die z.T. hochverdichtete Wohnbebauung im Standortumfeld. Pläne für einen Neubau des Supermarktes aus dem Jahr 2014 wurden bisher nicht umgesetzt

(12) NVZ Silberhöhe

Netto Marken-Discount

Philipp-von-Ladenberg-Str. 19



Soft-Discounter, welcher räumlich vom sonstigen Einzelhandelsbesatz abgesetzt ist, ca. 750 m² VK. Ansprechendes Äußeres und discounttypisches Ladenlayout. Der Discounter verfügt über eine bessere PKW-Erreichbarkeit und weist eine bessere Kundenfrequenz auf als der Edeka Supermarkt (s. Wettbewerber Nr. 11). Die Versorgungsfunktion beschränkt sich auf die z.T. hochverdichtete Wohnbebauung im Standortumfeld

Insgesamt befindet sich das Nahversorgungszentrum Silberhöhe in einem schlechten baulichen Zustand und weist einen wenig leistungsfähigen Einzelhandelsbesatz auf. Die Wohnbevölkerung im Stadtviertel Silberhöhe hat sich seit den 1990er Jahren stark verringert und für die Zukunft wird ein weiterer Bevölkerungsrückgang prognostiziert. Das nachlassende Kunden- und Kaufkraftpotenzial könnte zu einer weiteren Zunahme der jetzt schon vorhandenen Leerstände und somit zu einer Beschleunigung des Trading down-Prozesses führen. Mit einem Supermarkt, einem LM-Discounter und verschiedenen Lebensmittelhandwerkern ist die Nahversorgung für die umliegende, häufig sozial schwache Wohnbevölkerung gesichert. Seit der Eröffnung des nahe gelegenen Edeka Centers an der Weißenfelder Straße fokussiert sich die räumliche Ausstrahlung jedoch weitgehend auf die im direkten Umfeld des NVZ lebende Wohnbevölkerung.

3.3.5 Das Nahversorgungszentrum Ammendorf

Das Nahversorgungszentrum Ammendorf ist ganz im Süden des Hallenser Stadtgebiets im Stadtviertel Ammendorf/Beesen (ca. 6.945 Einwohner) lokalisiert und liegt ca. 3 km bzw. ca. 7 PKW-Fahrminuten vom Planareal an der Dieselstraße entfernt. Das NVZ Ammendorf erstreckt sich auf Grundlage des städtischen Einzelhandelskonzeptes im Kreuzungsbereich der Merseburger Straße (B91) mit der Kurt-Wüsteneck-Straße bzw. Schachtstraße und verläuft in Richtung Süden entlang der Merseburger Straße bis zur Einmündung in die Karl-Peter-Straße.¹

Karte 8: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Ammendorf



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Bezogen auf den Einzelhandel besteht das NVZ Ammendorf fast ausschließlich aus einem direkt an der Merseburger Straße gelegenen kleinen Fachmarktzentrum mit Kik, Getränke-Quelle und Aldi als wesentlichen Mietern sowie einem Bäcker und einem Metzger in der Vorkassenzzone des LM-Discounters. Weiter südlich entlang der Merseburger Straße ist der Besitz mit einem Sanitätshaus und einem Laden für Seewasseraquaristik noch spärlicher. Hier sind neben einem Hotel / Restaurant auch einige Ladenleerstände zu sehen. Allerdings soll nach vorliegenden Informationen auf dem Gelände des alten Straßenbahndepots östlich der Merseburger Straße und südlich der Schachtstraße eine weitere Fachmarkttagglomeration mit einem Rewe Supermarkt und einem dm Drogeriemarkt als Ankermieter errichtet werden. Nach Informationen der BBE soll die Projektentwicklung inkl. weiterer Einzelhandelsnutzungen insgesamt maximal 3.500 m² VK aufweisen. Vorbereitende Grundstücksarbeiten oder gar Bauarbeiten waren zum Erhebungszeitpunkt jedoch noch nicht erkennbar.

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit. (Anlage zur 1. Änderung)



Während im Norden des NVZ Ammendorf ein kleines Fachmarktzentrum errichtet wurde (Bild links), zeigt sich im sonstigen Gebiet des NVZ kaum Einzelhandelsbesatz

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungszentrum **Halle-Ammendorf** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 8 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 1.680 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 6,8 Mio. €

ermittelt werden.

Im Lebensmitteleinzelhandel ist im Nahversorgungszentrum Ammendorf v.a. auf folgenden Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(13) NVZ Ammendorf	Aldi Nord	Merseburger Straße 380
	<p>Hard-Discounter mit gewisser Magnetfunktion für das NVZ Ammendorf, ca. 725 m² VK. Bäcker und Metzger im Eingangsbereich. Etwas in die Jahre gekommenes Ladenlayout und eine für einen modernen Discounter nicht mehr adäquate Verkaufsflächendimensionierung. Den Fachmärkten sind zentral ausreichend Parkplätze vorgeplant. Schwache Kundenfrequenz. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich weitgehend auf die umliegende Wohnbebauung sowie Pendler auf der B91</p>	

Insgesamt ist nicht davon auszugehen, dass das Nahversorgungszentrum Ammendorf die ihm zugewiesene Versorgungsfunktion derzeit wahrnehmen kann. Das Einzelhandelsangebot ist derzeit äußerst gering und der Aldi-Discounter zeigt eine nur eingeschränkte Leistungsfähigkeit und keinen zeitgemäßen Marktauftritt. Somit dürfte sich die Wohnbevölkerung des recht weitläufigen Stadtviertels Ammendorf/Beesen zu großen Teilen in Lebensmittelmärkten außerhalb des NVZ Ammendorf versorgen. Im Falle der Umsetzung der geplanten Fachmarkttagglomeration – u.a. mit Rewe und dm – würde die Nahversorgungsfunktion deutlich verbessert werden.

3.3.6 Das Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße

Das Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße ist im Stadtviertel Südstadt (ca. 15.530 Einwohner) gelegen. Die Entfernung zum Planareal an der Dieselstraße beträgt ca. 3

km bzw. ca. 9 PKW-Fahrminuten. Auf Grundlage des städtischen Einzelhandelskonzeptes wird das NVZ Diesterwegstraße von der Diesterwegstraße im Norden und der Straße der Befreiung im Osten sowie der Kattowitzer Straße im Süden und Osten begrenzt.¹

Karte 9: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Diesterwegstraße



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Das NVZ Diesterwegstraße ist nur sehr kleindimensioniert und setzt sich aus zwei Gebäudekomplexen zusammen, welche durch eine offene Fußgängerpassage voneinander getrennt sind. Das nur sehr spärliche Einzelhandelsangebot ist weitgehend auf die Deckung des kurzfristigen Bedarfsbereichs ausgerichtet.



Das NVZ Diesterwegstraße ist städtebaulich deutlich in die Jahre gekommen. Beträchtliche Anteile der Gewerbeflächen im NVZ stehen leer

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 210

Hinzu kommen wenige ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Magnetbetrieb ist ein Edeka Supermarkt. Das Nahversorgungszentrum liegt topographisch erhöht zu den Zufahrtstraßen Diesterwegstraße und Kattowitzer Straße. Parkbuchten sind entlang der Diesterwegstraße angelegt, die Geschäfte können dann nur fußläufig erreicht werden.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungszentrum **Halle-Diesterwegstraße** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 4 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 1.265 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 5,2 Mio. €

ermittelt werden.

Im Lebensmitteleinzelhandel ist im Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße v.a. auf folgenden Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(14) NVZ Diesterwegstraße	Edeka Muschiol	Kattowitzer Straße 2
	<p>Supermarkt als einziger leistungsfähiger Einzelhändler im NVZ Diesterwegstraße, ca. 1.100 m² VK. Bäckerei in der Vorkassenzzone. In die Jahre gekommener und verwinkelter Supermarkt. Schlechte PKW-Erreichbarkeit und auch schwierige fußläufige Anbindung aufgrund eines Höhenunterschieds im Vergleich zu den umgebenden Straßen. Allenfalls befriedigende Kundenfrequenz. Aufgrund der eingeschränkten Erreichbarkeit übernimmt der Markt eine Versorgungsfunktion lediglich für die umgebende, z.T. verdichtete Wohnbebauung</p>	

Insgesamt sorgt einzig der Edeka Supermarkt für eine gewisse Anziehungskraft des Nahversorgungszentrums. Dieses ist alles in allem deutlich in die Jahre gekommen und mit den zahlreichen Ladenleerständen wenig attraktiv und leistungsschwach. Aufgrund der schwierigen Erreichbarkeit übernimmt der Supermarkt ausschließlich eine Nahversorgungsfunktion für die im Norden und Süden gelegene Wohnbebauung. Die Zukunftsfähigkeit des Edeka Supermarktes und damit des gesamten Nahversorgungszentrums ist angesichts der wenig optimalen Standortbedingungen jedoch in Frage zu stellen.

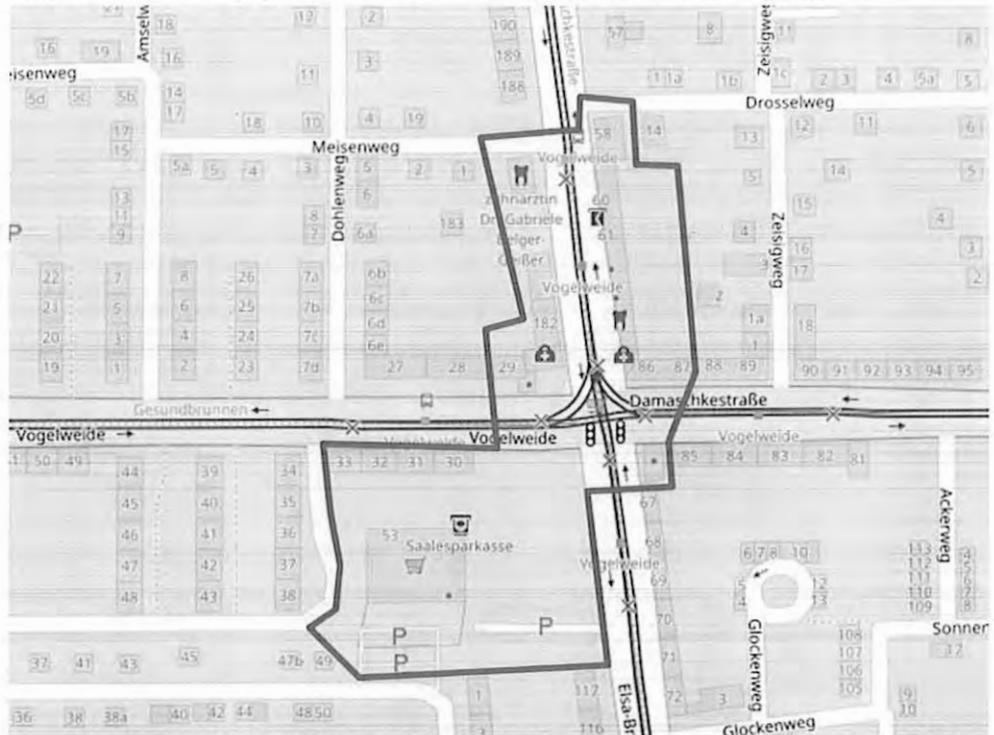
3.3.7 Das Nahversorgungszentrum Vogelweide

Das Nahversorgungszentrum Vogelweide ist auf Basis des städtischen Einzelhandelskonzeptes im Kreuzungsbereich der Elsa-Brändström-Straße mit der Damaschkestraße bzw. Vogelweide lokalisiert und befindet sich damit im Übergangsbereich der Stadtviertel Südstadt (ca. 15.530 Einwohner) im Südwesten, Gesundbrunnen (ca. 10.025 Einwohner) im Nordwesten und Damaschkestraße (ca. 8.425 Einwohner) im Osten.¹

ⁱ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 212

Die Entfernung zum Planareal an der Dieselstraße beträgt ca. 1,5 km bzw. ca. 4 PKW-Fahrminuten.

Karte 10: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Vogelweide



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Das NVZ Vogelweide zeigt eine Mischnutzung aus Wohnen, Einzelhandel und ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Friseur, Reisebüro, Zahnarzt). Der Einzelhandelsbesatz ist insgesamt wenig umfangreich und konzentriert sich auf einen Edeka Supermarkt, welcher trotz seiner Lage im Kreuzungsbereich der Hauptverkehrsstraßen durch ein Wohnhaus und eine kleine Grünanlage verdeckt und damit nur sehr eingeschränkt wahrnehmbar ist.



Das NVZ Vogelweide ist neben dem Edeka Supermarkt v.a. durch sehr kleindimensionierte Ladenlokale in den Erdgeschossen mehrstöckiger Wohn-Geschäftshäuser geprägt

Die sonstigen Einzelhandelsbetriebe in der Vorkassenzzone des Supermarktes oder entlang der Elsa-Brändström-Straße (z.B. Bäcker, Apotheke, Optiker) sind sehr kleindi-

mensioniert. Es dominieren Angebote zur Deckung des kurzfristigen Bedarfsbereichs. Beide Verkehrsachsen weisen ein hohes PKW-Aufkommen auf und werden zudem auch von der Straßenbahn befahren, so dass die Verkehrsbelastung insgesamt hoch und die Aufenthaltsqualität entsprechend gering ist.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungszentrum **Halle-Vogelweide** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 9 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 1.275 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 6,2 Mio. €

ermittelt werden.

Im Lebensmitteleinzelhandel ist im Nahversorgungszentrum Vogelweide v.a. auf folgenden Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(15) NVZ Vogelweide	Edeka Niebisch	Vogelweide
	<p>Supermarkt als einziger großdimensionierter Einzelhändler im NVZ Vogelweide, ca. 1.100 m² VK. Bäckerei und Tabakladen in der Vorkassenzzone. Deutlich in die Jahre gekommener und im Inneren dunkler Supermarkt, jedoch gute Bedientheken für Käse und Fleisch. Sehr versteckte Lage im Schatten eines Hochhauses und einer Grünanlage. Parkplätze im rückwärtigen Bereich. Befriedigende Kundenfrequenz. Der Markt übernimmt eine Versorgungsfunktion für die verdichtete Wohnbebauung im Umfeld. Nach vorliegenden Informationen soll an gleicher Stelle ein Neubau errichtet werden, wobei die VK im Bebauungsplan auf maximal 1.500 m² festgeschrieben ist</p>	

Insgesamt wird die Nahversorgungsfunktion des NVZ Vogelweide allein durch den Edeka Supermarkt gesichert. Der Edeka Markt zeigt keinen zeitgemäßen Marktaustritt, verfügt im fußläufigen Umfeld mit der verdichteten Wohnbebauung v.a. im Süden und Westen jedoch über ein hohes Kundenpotenzial. Eine größere räumliche Ausstrahlung hat der Supermarkt aufgrund der eingeschränkten Einsehbarkeit und wenig optimalen Parkplatzsituation nicht.

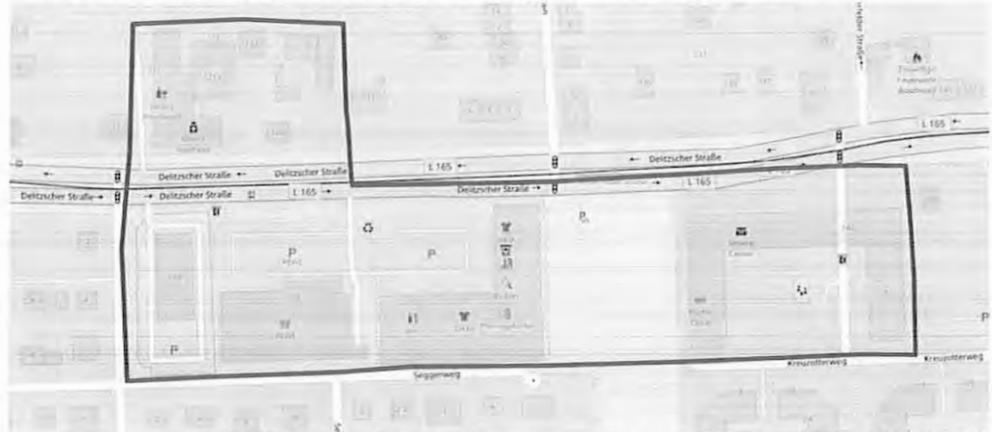
3.3.8 Das Nahversorgungszentrum Büschdorf

Das Nahversorgungszentrum Büschdorf liegt im Osten von Halle im gleichnamigen Stadtviertel Büschdorf (ca. 4.470 Einwohner). Auf Basis des städtischen Einzelhandelskonzeptes wird das NVZ durch die Delitzscher Straße im Norden, den Anwohnerparkplatz am Kreuzotterweg im Osten, den Kreuzotterweg / Seggenweg / Seerosenweg im Süden und die Wilhelm-Troll-Straße im Westen begrenzt. Zudem sind im Nordwesten noch einige Gebäude auf der gegenüberliegenden Seite der Delitzscher Straße dem NVZ zugeordnet.¹

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 212

Die Entfernung zum Planareal an der Dieselstraße beträgt ca. 4 km bzw. ca. 5 PKW-Fahrminuten.

Karte 11: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Büschdorf



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Kernstück des NVZ Büschdorf ist das im Jahr 2014 eröffnete, kleine Fachmarktzentrum „Büschdorfer Mitte“, welches modern und funktional gestaltet ist. Der Einzelhandelsbesatz des FMZ setzt sich mit Rewe, dm, Takko, NKD oder Pfennigpfeiffer meist aus niedrigpreisigen Fachmärkten zur Deckung des kurz- oder mittelfristigen Bedarfsbereichs zusammen. Die „Büschdorfer Mitte“ verfügt über ein großzügiges, zentral vorgelagertes Stellplatzangebot, welches direkt von der stark frequentierten Delitzscher Straße angefahren werden kann.



Das NVZ Büschdorf besteht überwiegend aus dem Fachmarktzentrum „Büschdorfer Mitte“ (Bild links) sowie einem gemischt genutzten Wohn-/Geschäftshaus mit kleinstrukturierten Ladenlokalen

Neben dem Fachmarktzentrum wird die Struktur des Standortbereiches durch zwei größere Gebäudekomplexe im Nordwesten und Osten bestimmt, in denen jedoch nur wenige und meist kleindimensionierte Ladenlokale (z.B. Optiker, Apotheke, Blumenladen, Weinhandel) betrieben werden. In diesen beiden Gebäudekomplexen dominieren konsumnahe Dienstleistungs-, Praxis- und Wohnnutzungen.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungszentrum **Halle-Büschdorf** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei



- ca. 15 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 4.160 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 15,5 Mio. €

ermittelt werden.

Tab. 12: Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Nahversorgungszentrum Büschdorf

Bedarfsbereiche / Warengruppen ¹		Arbeitsstätten ²	Verkaufsflächen in m ²	Umsatz in Mio. € ³
1.-4.	Überwiegend kurzfristiger Bedarf	8	2.230	10,5
5.-7.	Überwiegend mittelfristiger Bedarf	*	*	*
8.-10.	Überwiegend langfristiger Bedarf	*	*	*
2.-10.	Non-Food insgesamt	11	2.600	9,2
1.-10.	Einzelhandelswaren insgesamt	15	4.160	15,5

¹ = Detaillierte Zuordnung s. Anhang

² = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten

³ = ecostra-Umsatzschätzungen

* = weniger als 4 Arbeitsstätten; kein Ausweis aus Datenschutzgründen

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: August 2017; ggf. Rundungsdifferenzen

Im Lebensmitteleinzelhandel ist im Nahversorgungszentrum Büschdorf insbesondere auf folgenden Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(16) NVZ Büschdorf	Rewe Peuser	Delitzscher Straße 120
	<p>Moderner Supermarkt als Teil des vor wenigen Jahren eröffneten FMZ „Büschdorfer Mitte“, ca. 1.380 m² VK. Bäckerei in der Vorkassenzone. Die sonstigen Betriebe des FMZ (v.a. dm, Fleischerei) sind eine gute Ergänzung zum Angebot des Rewe. Ausreichend Parkplätze zentral vorgelagert. Befriedigende Kundenfrequenz. Der Markt übernimmt eine Versorgungsfunktion für das Stadtviertel Büschdorf und partizipiert an den Pendlerströmen auf der Delitzscher Straße</p>	

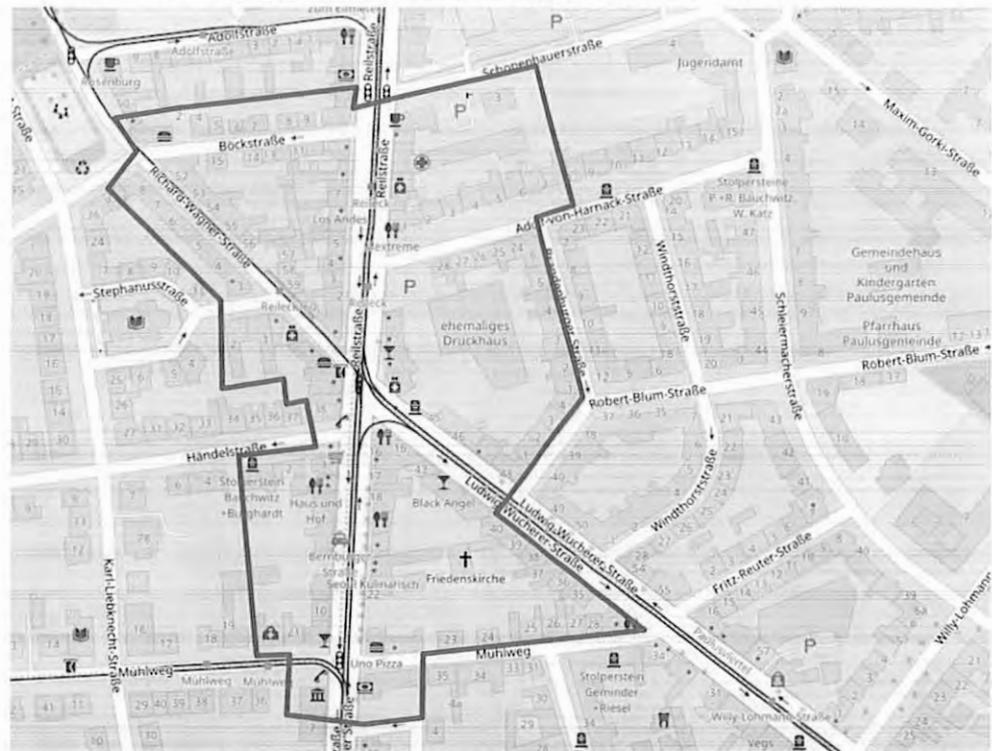
Zusammenfassend stellt das neu eröffnete Fachmarktzentrum „Büschdorfer Mitte“ eine leistungsfähige Einzelhandelslage dar, welche die Grundversorgung des Stadtviertels sichert. Für einen nachhaltigen, ökonomischen Betrieb der Fachmärkte ist wegen des begrenzten Einwohnerpotenzials im Stadtviertel Büschdorf darüber hinaus das Abschöpfen von Kundenpotenzialen aus den umliegenden Stadtvierteln (z.B. Reideburg, Dautsch, Diemitz) sowie der Pendlerverkehre auf der Delitzscher Straße erforderlich.

3.3.9 Das Nahversorgungszentrum Reileck

Das Nahversorgungszentrum Reileck liegt nördlich der Hallenser Innenstadt auf der Grenze zwischen den Stadtbezirken Mitte und Nord. Dabei umfasst es im Kreuzungsbereich von Bernburger Straße, Reilstraße, Ludwig-Wucherer-Straße und Richard-Wagner-Straße Teilgebiete der Stadtviertel nördliche Innenstadt (ca. 17.375 Einwohner), Paulusviertel (ca. 12.470 Einwohner) und Giebichenstein (ca. 10.280 Einwohner). Das NVZ Reileck wird nach den Vorgaben des städtischen Einzelhandelskonzeptes im Wesentlichen durch die Böckstraße bzw. Schopenhauerstraße im Norden, die Brandenburger Straße im Osten, dem Mühlweg im Süden und der Wilhelm-Wagner-

Straße im Westen begrenzt.¹ Die Entfernung zum Planareal an der Dieselstraße beträgt ca. 6 km bzw. ca. 16 PKW-Fahrminuten.

Karte 12: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Reileck



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Das NVZ Reileck ist durch eine ununterbrochene mehrgeschossige Blockrandbebauung entlang der beiden Hauptachsen gekennzeichnet. Das NVZ zeigt einen kleinstrukturierten, aber vielfältigen Einzelhandelsbesatz, welcher von inhabergeführten Fachgeschäften aus allen Sortimentsbereichen dominiert wird.



Das NVZ Reileck weist einen sehr kleinstrukturierten Einzelhandelsbesatz in den Erdgeschossen der mehrgeschossigen Wohn-/Geschäftshäuser auf. Rossmann und McPaper (Bild rechts) zählen bezogen auf die Verkaufsfläche zu den größten Anbietern

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 223



Räumlich konzentrieren sich die meisten Ladenlokale auf den unmittelbaren Kreuzungsbereich der beiden Verkehrsachsen. Zu den wenigen Filialbetrieben mit etwas größeren Verkaufsflächendimensionierungen zählen z.B. Rossmann oder McPaper. Rossmann übernimmt dabei auch eine gewisse Nahversorgungsfunktion, da im Lebensmittelbereich verschiedene Fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerker (z.B. Bäckereien, Metzgerei, Gemüseladen), aber kein größerer Lebensmittelmarkt vertreten sind. Als nächstgelegener Lebensmittelmarkt ist ein Edeka Supermarkt in der Ludwig-Wucherer-Straße, jedoch ca. 100 m östlich der Abgrenzung des NVZ Reileck lokalisiert. Der Einzelhandelsbesatz wird durch konsumnahe Dienstleistungs- und v.a. zahlreiche Gastronomiebetriebe ergänzt.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im NVZ **Halle-Reileck** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 35 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 1.660m²
- eine Umsatzleistung von ca. 8,7 Mio. €

ermittelt werden.

Tab. 13: Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Nahversorgungszentrum Reileck

Bedarfsbereiche / Warengruppen ¹	Arbeitsstätten ²	Verkaufsflächen in m ²	Umsatz in Mio. € ³
1.-4. Überwiegend kurzfristiger Bedarf	19	1.050	5,8
5.-7. Überwiegend mittelfristiger Bedarf	5	265	0,9
8.-10. Überwiegend langfristiger Bedarf	11	345	2,0
2.-10. Non-Food insgesamt	27	1.420	6,7
1.-10. Einzelhandelswaren insgesamt	35	1.660	8,7

¹ = Detaillierte Zuordnung s. Anhang

² = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten

³ = ecostra-Umsatzschätzungen

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: August 2017; ggf. Rundungsdifferenzen

Die Struktur des Nahversorgungszentrum Reileck ist als kompakt zu sehen. Durch die entlang beider Verkehrsachsen verlaufenden Straßenbahngleise ist das NVZ gut an den ÖPNV angebunden. Die räumliche Ausstrahlung des sehr kleinstrukturierten Einzelhandels ist jedoch begrenzt und beschränkt sich auf die angrenzenden Wohngebiete der umliegenden Stadtviertel. Hierbei handelt es sich immer noch um verdichtete, aber städtebaulich sehr ansprechende und hochwertig gestaltete Mehrfamilienhäuser aus der Gründerzeit. Die dort lebende Wohnbevölkerung dürfte in der Regel den einkommensstärkeren Schichten zuzurechnen sein. Die Nahversorgung kann das NVZ Reileck aufgrund des fehlenden Lebensmittelmarktes nicht sicherstellen.

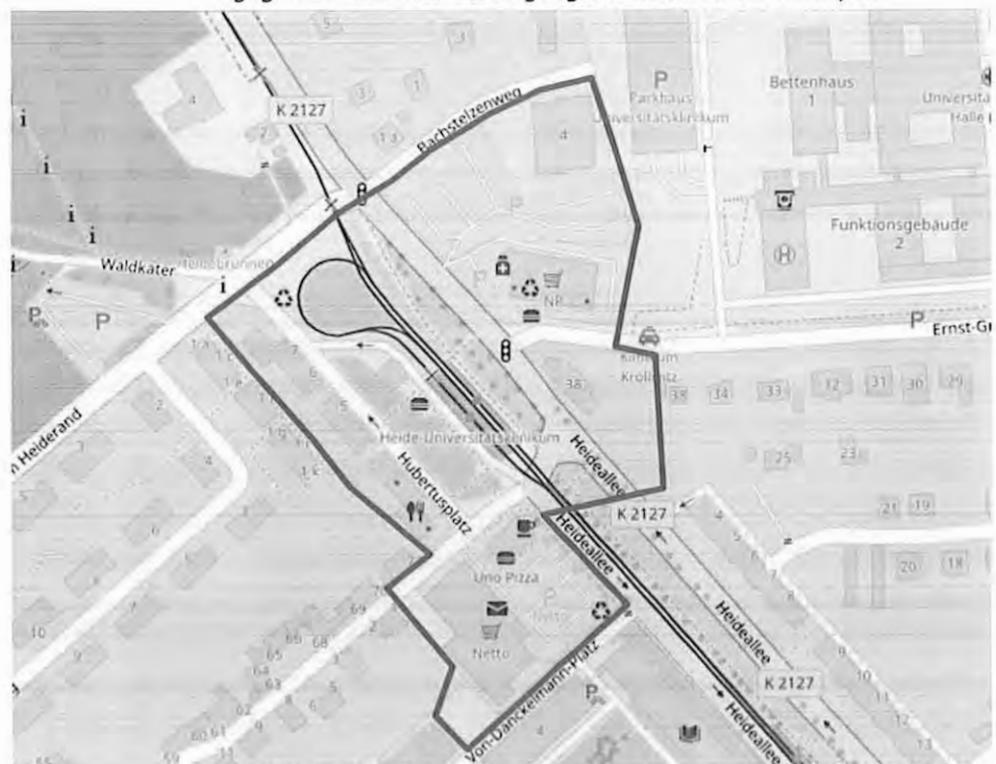
3.3.10 Das Nahversorgungszentrum Hubertusplatz

Das Nahversorgungszentrum Hubertusplatz ist im Stadtbezirk Halle-West an der Heideallee lokalisiert, welche die Grenze zwischen dem Stadtviertel Heide-Süd (ca. 4.360 Einwohner) im Westen und Kröllwitz (ca. 5.355 Einwohner) im Osten markiert. Im städtischen Einzelhandelskonzept ist das NVZ Hubertusplatz im Norden durch „Am Heiderand“ bzw. den Bachstelzenweg, im Osten durch das Universitätsklinikum, im

Süden durch den Von-Danckelmann-Platz und im Westen durch den Hubertusplatz begrenzt.¹ Die Entfernung zum Planareal an der Dieselstraße beträgt ca. 8 km bzw. ca. 17 PKW-Fahrminuten.

Die mehrspurige und mit einem zentralen Gleisbett für die Straßenbahn versehene Heideallee stellt eine deutliche räumliche Zäsur dar und teilt das NVZ in zwei separate Einzelhandelslagen mit einem jeweils nur sehr überschaubaren Geschäftsbesatz. Im südwestlichen Teilbereich rund um den Hubertusplatz ist ein Netto Marken-Discount der Magnetbetrieb, welcher von weiteren kleinen Fachgeschäften zur Deckung des kurzfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Bäckerei, Blumenladen, Presseshop) ergänzt wird. Eine Pizzeria und ein Friseur sind den konsumnahen Dienstleistungen zuzurechnen. Das Umfeld des Hubertusplatzes ist durch den „Campus Heide-Süd“ der Universität Halle sowie aufgelockerte Wohnbebauung geprägt.

Karte 13: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Hubertusplatz



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Die mehrspurige und mit einem zentralen Gleisbett für die Straßenbahn versehene Heideallee stellt eine deutliche räumliche Zäsur dar und teilt das NVZ in zwei separate Einzelhandelslagen mit einem jeweils nur sehr überschaubaren Geschäftsbesatz. Im südwestlichen Teilbereich rund um den Hubertusplatz ist ein Netto Marken-Discount der Magnetbetrieb, welcher von weiteren kleinen Fachgeschäften zur Deckung des kurzfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Bäckerei, Blumenladen, Presseshop) ergänzt wird. Eine Pizzeria und ein Friseur sind der Gastronomie und den konsumnahen Dienstleis-

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 220



tungen zuzurechnen. Das Umfeld des Hubertusplatzes ist durch den „Campus Heide-Süd“ der Universität Halle sowie aufgelockerte Wohnbebauung geprägt.



Das NVZ Hubertusplatz wird durch die Heideallee (Bild links) in zwei separate Teilbereiche getrennt. Der westliche Teilbereich wird von einer kleinen Agglomeration von Ladenlokalen eingenommen (Bild rechts)

Der nordöstliche Teilbereich zeigt mit einem NP-Discount sowie einem Bäcker und einer Apotheke eine ähnliche Einzelhandelsstruktur. Das Umfeld des NP-Discounts ist ebenfalls durch aufgelockerte Wohnbebauung gekennzeichnet. Zudem befindet sich im Osten das weitläufige Gelände des Universitätsklinikums. Die beiden wichtigen öffentlichen Einrichtungen (Campus der Uni und Klinikum) im NVZ Hubertusplatz sind über den Straßenbahnverkehr an der Heideallee gut mittels ÖPNV erreichbar.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungszentrum **Halle-Hubertusplatz** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 7 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 1.795 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 6,7 Mio. €

ermittelt werden.

Im Lebensmitteleinzelhandel sind im Nahversorgungszentrum Hubertusplatz v.a. auf die folgenden Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(17) NVZ Hubertusplatz	Netto Marken-Discount	Hubertusplatz 1a
	<p>Moderner und großdimensionierter Soft-Discounter mit gewisser Magnetfunktion für das NVZ Hubertusplatz, ca. 1.130 m² VK. Ordentlich, aber discounter-typische Warenpräsentation. Dem Discounter sind ebenerdige Parkplätze vorgelagert. Nicht voll befriedigende Kundenfrequenz. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich weitgehend auf die südwestlich angrenzende Wohnbevölkerung des Stadtviertels Heide-Süd sowie Studenten und Beschäftigte des Campus' der Uni</p>	

(18) NVZ Hubertusplatz**NP Discount****Heideallee 2**

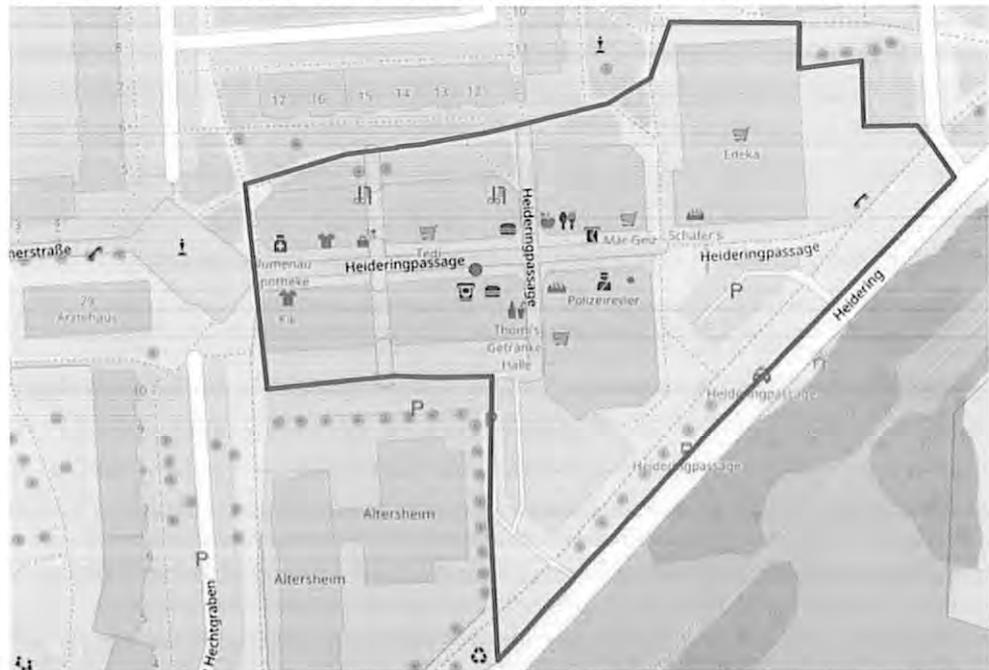
Kleindimensionierter und deutlich in die Jahre gekommener LM-Discounter, ca. 525 m² VK. Der Markt ist muffig und die Warenpräsentation wenig zeitgemäß. Es gibt nur eine kleine O+G-Abteilung und kaum Non Food-Produkte. Bäcker und Apotheke im gleichen Gebäude. Dem Discounter sind ebenerdige Parkplätze vorgelagert. Wenig befriedigende Kundenfrequenz. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich weitgehend auf die im Norden und Süden anschließende Wohnbebauung und ggf. auf Besucher des Universitätsklinikums

Insgesamt sichern die beiden LM-Discounter die Nahversorgung für das nähere Wohnumfeld, wenngleich das Angebot verbesserungswürdig ist. Über die reine Nahversorgung hinausgehende Funktionen hat das NVZ Hubertusplatz nicht.

3.3.11 Das Nahversorgungszentrum Heide-Nord (Heideringpassage)

Das Nahversorgungszentrum Heide-Nord (Heideringpassage) ist ganz im Nordwesten des Hallenser Stadtgebietes im Stadtviertel Heide-Nord/Blumenau (ca. 5.940 Einwohner) am Heidering gelegen und setzt sich nach den Vorgaben des städtischen Einzelhandelskonzeptes ausschließlich aus der Heideringpassage zusammen.¹ Die Heideringpassage liegt ca. 11 km bzw. ca. 21 PKW-Fahrminuten vom Planareal an der Dieselstraße entfernt.

Karte 14: Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Heide-Nord



Quelle: JUNKER+KRUSE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale)

Die Heideringpassage besteht aus mehreren Gebäudekomplexen, welche durch eine zum Teil überdachte Fußgängerpassage miteinander verbunden sind. Die einzelnen

¹ Vgl. JUNKER+KRUSE: op.cit., S. 215

Gebäudekörper und der öffentliche Raum der Fußgängerpassage sind deutlich in die Jahre gekommen und wirken wenig einladend, die Aufenthaltsqualität ist insgesamt gering. Das Einzelhandelsangebot der Heideringpassage ist nur begrenzt und umfasst neben einem Edeka Supermarkt als Ankermieter ausschließlich sehr niedrigpreisige Discounter (z.B. Norma, Tedi, Kik, MäcGeiz) sowie kleinere Fachgeschäfte (z.B. Apotheke, Sanitätshaus, Bäcker, Getränkehalle).



Das Nahversorgungszentrum Heide-Nord setzt sich aus der Heideringpassage zusammen, welche einen wenig hochwertigen Einzelhandelsbesatz aufweist und bereits deutlich in die Jahre gekommen ist

Hinzu kommen eine Polizeistation sowie Gastronomie- und konsumnahe Dienstleistungsnutzungen, wie z.B. Friseure, Imbissbuden oder eine Filiale der Sparkasse. In der Heideringpassage stehen zwei bis drei Ladenlokale leer. Die Heideringpassage verfügt über ebenerdige Parkplätze an verschiedenen Zugängen sowie eine Tiefgarage. Zudem ist am Heidering eine Bushaltestelle eingerichtet. Das Umfeld der Heideringpassage ist im Norden und Westen durch verdichtete Wohnbebauung geprägt, wobei es sich um einen sozial schwachen Siedlungsbereich zu handeln scheint.

Im August 2017 wurde das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungszentrum **Halle-Heide-Nord** durch ecostra-Mitarbeiter vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 14 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 3.100 m²
- eine Umsatzleistung von ca. 9,6 Mio. €

ermittelt werden.

Tab. 14: Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Nahversorgungszentrum Heide-Nord

Bedarfsbereiche / Warengruppen ¹		Arbeitsstätten ²	Verkaufsflächen in m ²	Umsatz in Mio. € ³
1.-4.	Überwiegend kurzfristiger Bedarf	9	1.905	7,3
5.-7.	Überwiegend mittelfristiger Bedarf	*	*	*
8.-10.	Überwiegend langfristiger Bedarf	*	*	*
2.-10.	Non-Food insgesamt	8	1.355	2,9
1.-10.	Einzelhandelswaren insgesamt	14	3.100	9,6

¹ = Detaillierte Zuordnung s. Anhang

² = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten

³ = ecostra-Umsatzschätzungen

* = weniger als 4 Arbeitsstätten; kein Ausweis aus Datenschutzgründen

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: August 2017; ggf. Rundungsdifferenzen

Im Lebensmitteleinzelhandel ist im Nahversorgungszentrum Heide-Nord insbesondere auf folgende Anbieter zu verweisen (Nummerierung siehe Karte):

(19) NVZ Heide-Nord	Edeka Stark	Heidering 10
	<p>Supermarkt als Magnetbetrieb des NVZ Heide-Nord, ca. 1.130 m² VK. Bäcker in der Vorkassenzzone. Deutlich in die Jahre gekommener Marktauftritt und etwas beengte Verkaufsfläche. Es gibt nur relativ wenige PKW-Stellplätze vor dem Markt, welche der gesamten Heideringpassage zugeordnet sind. Befriedigende Kundenfrequenz. Die Versorgungsfunktion in der insgesamt wenig attraktiven Heideringpassage beschränkt sich weitgehend auf die z.T. sehr verdichtete Wohnbebauung im Stadtviertel Heide-Nord/Blumenau</p>	
(20) NVZ Heide-Nord	Norma	Heidering 6-8
	<p>Kleindimensionierter Hard-Discounter, ca. 550 m² VK. Deutlich in die Jahre gekommen bei nicht mehr zeitgemäßer Warenpräsentation. Schlechte Standortlage in Seitenpassage des NVZ. Sehr geringe Kundenfrequenz. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich ausschließlich auf die z.T. hochverdichtete Wohnbebauung im fußläufigen Standortumfeld</p>	

Insgesamt ist die Heideringpassage nur wenig attraktiv gestaltet, bietet mit einem Einzelhandelsangebot im niedrigpreisigen Segment jedoch ein adäquates Nahversorgungsangebot für die im direkten Standortumfeld verdichtete Bebauung mit meist einkommensschwacher Wohnbevölkerung. Im Lebensmittelbereich ist das Angebot diversifiziert (Supermarkt, LM-Discounter, Bäcker, Metzger etc.), so dass das NVZ Heide-Nord die ihm zugewiesene Versorgungsfunktion erfüllen kann. Eine weit über das Stadtviertel Heide-Nord/Blumenau hinausgehende räumliche Ausstrahlung besitzt die Heidering-Passage nicht.

3.4 Die Angebots- und Wettbewerbssituation im sonstigen Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Halle sowie im näheren Umland

Über die zuvor untersuchten Lebensmittelmärkte in den im städtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum Altstadt, Nebenzentren, Nahversorgungszentren) hinaus sind weitere Lebensmittelanbieter räumlich in Streulagen oder an dezentralen Standorten über das gesamte Hallenser Stadtgebiet verteilt. Die für die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses relevanten Wettbewerber, d.h. insbesondere ähnliche Betriebstypen mit einer großdimensionierten Verkaufsfläche sowie in der Nähe des Planareals an der Dieselstraße lokalisierten Wettbewerbsstandorte werden nachfolgend dargestellt. Dabei wird über die Stadt Halle hinaus auch das unmittelbare Umland einbezogen.

Im Einzelnen ist auf folgende Wettbewerbsstandorte hinzuweisen (Nummerierung siehe Karte):



(21) Halle-Damaschkestraße Netto Marken-Discount Dieselstr. 137



Soft-Discounter als sog. Stand alone, ca. 800 m² VK, Bäckerei in der Vorkassenzone. Funktionale, aber moderne Außenfassade und discounttypisches Ladenlayout. Leicht unbefriedigende Kundenfrequenz. Eingeschränkte Einsehbarkeit durch zurückversetzte Lage, aber Werbepylon an Einfahrt von der Dieselstraße. Gute PKW-Erreichbarkeit. Darüber hinaus erfüllt der Markt eine Nahversorgungsfunktion für das im Westen fußläufig angebundene verdichtete Wohnumfeld im Stadtviertel Damaschkestraße

(22) Halle-Damaschkestraße Lidl Merseburger Straße 221



Soft-Discounter, ca. 800 m² VK. Etwas gedrungene und wenig einladende Außengestaltung, im Inneren discounttypische Warenpräsentation. Befriedigende Kundenfrequenz. Verkehrsgünstige Standortlage im Kreuzungsbereich der Merseburger Straße mit der Dieselstraße bzw. Damaschkestraße. Ausreichend ebenerdige Parkplätze. Über die Nahversorgungsfunktion für die verdichtete Wohnbebauung im Standortumfeld hinaus weist der Discounter aufgrund seiner Lage zusätzlich eine hohe Autokundenorientierung auf

(23) Halle-Damaschkestraße NP-Discount Carl-Schurz-Straße 14



Kleiner Hard-Discounter in Streulage zwischen Punkthochhäusern, ca. 450 m² VK. Deutlich in die Jahre gekommene Architektur und nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt. Befriedigende Kundenfrequenz. Der Markt ist von der vorbeiführenden Merseburger Straße gut einsehbar, muss mit dem PKW jedoch rückwärtig über die Carl-Schurz-Straße angefahren werden. Zudem nur wenige PKW-Stellplätze. Die Versorgungsfunktion des Discounters beschränkt sich ausschließlich auf die hoch verdichtete Wohnbebauung im fußläufigen Umfeld

(24) Halle-Damaschkestraße Rewe Frau-von-Selmnitz-Straße 4



Supermarkt in Gewerbehallenarchitektur und etwas beengter Verkaufsfläche, ca. 850 m² VK. Bäckerei im Vorkassenbereich, Rewe-Getränkemarkt (ca. 240 m² VK) im Nachbargebäude. Verkehrsgünstige Lage und Einsehbarkeit von der viel befahrenen Damaschkestraße. Umfangreiches, ebenerdiges Stellplatzangebot. Befriedigende Kundenfrequenz. Der Markt stellt die Nahversorgung der südlich anschließenden, z.T. verdichteten Wohnbebauung sicher und ist darüber hinaus autokundenorientiert

(25) Halle-Silberhöhe Edeka Center Weißenfelser Straße 52



Supermarkt mit ca. 3.400 m² VK in einem kleinem Edeka Center; Tedi und weiterer kleinstrukturierter Einzelhandel (z.B. Bäcker, Apotheke, Blumenladen) in Vorkassenzone. Attraktive Außenfassade, jedoch schlichte Gestaltung des Ladenlayouts und der Vorkassenzone. Sehr umfangreiches PKW-Stellplatzangebot in verkehrsgünstiger Lage, befriedigende Kundenfrequenz. Im Umfeld dominieren weiterer Handel (z.B. Netto, Toom) und verdichtete Wohnbebauung. Das Edeka Center überstrahlt das Angebot im NVZ Silberhöhe (siehe Kap. 3.3.4)

(26) Merseburg**Kaufland****Querfurter Straße 16**

SB-Warenhaus im nördlichen Stadtgebiet von Merseburg, ca. 5.250 m² VK. Magnetbetrieb eines kleinen Einkaufszentrums (z.B. Deichmann, AWG Mode, Toom). Das EKZ wirkt in der Außengestaltung veraltet, das Kaufland SB-Warenhaus ist funktional umgesetzt. Leicht unbefriedigende Kundenfrequenz. Autokundenorientiert durch Lage im Kreuzungsbereich der mehrspurigen B91 (Halle – Merseburg) mit der L172, auf der gegenüberliegenden Seite der B91 liegt mit dem Merse-Center ein weiteres kleines Einkaufszentrum. Merseburg ist über die B91 gut an Halle angebunden, die Entfernung vom Kaufland zu den südlichen Wohngebieten von Halle ist dennoch bereits recht hoch. Die räumliche Ausstrahlung des Kaufland Centers ist auf das südliche Umland von Halle beschränkt

(27) Halle-Kanena/Bruckdorf**Aldi Nord****Leipziger Chaussee 147**

Hard-Discounter im Erdgeschoss des Einkaufszentrums HEP, ca. 860 m² VK. Der Markt ergänzt das Lebensmittelangebot des Globus SB-Warenhauses im HEP. Modernes Ladenlayout. Innerhalb des Centers Lage am südöstlichen Ende der Mall abseits des Globus als Ankermieter sowie des Haupteingangs im Südwesten. Leicht unbefriedigende Kundenfrequenz. Als dezentraler, autokundenorientierter Standort umfasst die räumliche Ausstrahlung des HEP die gesamte Stadt Halle sowie das südöstlich angrenzende Umland

(28) Halle-Gesundbrunnen**Aldi Nord****Beesener Straße 225**

Hard-Discounter, ca. 810 m² VK, moderner Markt mit attraktiver Klinkerfassade, discounttypisches Ladenlayout und entsprechende Warenpräsentation. Gewerblich geprägtes Umfeld mit weiteren Handelsnutzungen (z.B. Netto Marken-Discount, Rossmann, Getränkemarkt). Autokundenorientiert an südlicher Ausfallstraße aus Innenstadt. Im Süden und Südwesten schließt an die Gewerbenutzungen aber auch z.T. verdichtete Wohnbebauung an

(29) Halle-Lutherplatz/Thüringer Bhf.**Rewe****Liebenauer Str. 62-64**

Relativ kleindimensionierter Supermarkt mit ca. 800 m² VK mit angeschlossenem und direkt zugänglichen Rewe-Getränkemarkt (ca. 250 m² VK), Bäckerei und Zeitschriftenladen in Vorkassenzonen. Schlichte Gewerbehallenarchitektur mit ordentlichem Ladenlayout. Befriedigende Kundenfrequenz. Der Markt liegt abseits von viel befahrenen Hauptverkehrsachsen. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich auf die v.a. im Norden anschließende, verdichtete Wohnbebauung. Ansonsten sind im Standortumfeld z.B. eine Apotheke oder eine Feuerwache lokalisiert

**(30) Halle-Lutherplatz /
Thüringer Bhf.**

Edeka Center Merseburger Str. 40



Edeka Verbrauchermarkt mit weiteren Einzelhändlern (z.B. Pfennigpfeiffer, Bäcker, Blumenladen, Apotheke) und Gastronomieangeboten in der Vorkassenmall, ca. 3.100 m² VK. Anfang der 2010er Jahre neu errichteter Markt, welcher in eine historische Bausubstanz integriert wurde. Von außen eher Industriehallencharme. Im Inneren sehr ansprechendes Ladenlayout unter Verwendung von Licht und warmen Farben, klar strukturierter und übersichtlicher Markt mit gutem Frischeangebot an Bedientheken. Umfangreiches Stellplatzangebot ebenerdig vorgelagert. Gute Kundenfrequenz. Markt übernimmt Versorgungsfunktion für die südlich der Innenstadt anschließenden Stadtviertel

(31) Halle-Am Wasserturm/Thaer

Edeka Center Hermesstr. 15



Edeka Verbrauchermarkt in Standortgemeinschaft mit Aldi Nord, im Jahre 2014 eröffnet, ca. 4.400 m² VK. Innere Erschließung zu separater Getränkeabteilung. Bäcker, Fischimbiss und Lotto in Vorkassenzone. Sehr moderner Verbrauchermarkt mit niedrigen Regalen und übersichtlicher Kundenführung, große Frischekompetenz durch Bedientheken. Mehrere hundert PKW-Stellplätze zentral vorgelagert, befriedigende Kundenfrequenz. Gewerblich geprägtes Umfeld im Kreuzungsbereich der B100 und B6. Märkte liegen zurückversetzt von Zufahrtsstraße, aber Ausschilderung und Beflaggung an Einfahrt sorgen für Aufmerksamkeitswert. Die räumliche Ausstrahlung des Marktes umfasst den Norden von Halle

(32) Landsberg-Peißen

real Saarbrücker Straße 1



Sehr großdimensioniertes SB-Warenhaus als Ankermieter des EKZ „Halle Center Peißen“, ca. 9.900 m² VK. Das Halle Center ist optisch in die Jahre gekommen und sehr fachmarktorientiert (z.B. Aldi, Rossmann, MediaMarkt, Deichmann, Adler). Das SB-Warenhaus ist aufgrund seiner Größe etwas unübersichtlich, weist aber ein ansprechendes Ladenlayout auf, sehr hoher Non-Food II-Anteil. Befriedigende Kundenfrequenz. Sehr verkehrsgünstige Lage im Autobahnkreuz der A14 mit der B100. Über den Norden Halles hinaus erstreckt sich das Einzugsgebiet des Halle Centers v.a. auf das nordöstliche Umland; das Planareal ist bereits deutlich vom Halle Center entfernt

(33) Halle-Industriegebiet Nord Kaufland Magdeburger Chaussee 23



Großdimensionierter Verbrauchermarkt, ca. 4.600 m² VK. Bäckerei, Metzgerei und Kiosk in Vorkassenzzone. Bezogen auf die Verkaufsfläche kleinster Kaufland in Halle, aber kürzlich modernisiert mit klar strukturierter Kundenführung und guter Warenpräsentation. Parkplätze ebenerdig vorgelagert; befriedigende bis gute Kundenfrequenz. Autokundenorientierter Standort in einem Sondergebiet mit weiteren großdimensionierten Fachmärkten (z.B. Aldi, Toom, Fressnapf) im Umfeld. Als Teil einer handelsgeprägten Fachmarkttagglomeration erstreckt sich das Einzugsgebiet des Kaufland über den Norden von Halle und das nördlich angrenzende Umland

(34) Halle-Südliche Neustadt Kaufland Zollrain 9



SB-Warenhaus im Süden von Halle-Neustadt, ca. 5.600 m² VK, weitere kleine Ladenlokale in Vorkassenzzone (z.B. Ernsting's family, Apotheke, Bäcker, Blumenladen). In die Jahre gekommene Handelsimmobilie, unübersichtliche und verwinkelte Kundenführung. Werbewirksamer Pylon am Zollrain, da Gebäude schlecht einsehbar, umfangreiches Stellplatzangebot ebenerdig und auf Parkdecks. Gute Kundenfrequenz. Der Markt übernimmt v.a. eine Versorgungsfunktion für die Stadtviertel Südliche und Westliche Neustadt mit ihrer z.T. hochverdichteten Wohnbebauung

Neben den zuvor ausführlich vorgestellten Wettbewerbern ist in der Stadt Halle auf weitere Lebensmittelfachmärkte und -fachgeschäfte zu verweisen, welche aufgrund ihrer bereits größeren räumlichen Entfernung zum Planvorhaben, eher geringen Verkaufsflächendimensionierungen, einer abweichenden Angebots- und Kundenausrichtung, einer eingeschränkten räumlichen Ausstrahlung oder der Überlagerung des Einzugsgebiete durch o.a. größer dimensionierte Lebensmittelanbieter bereits von deutlich nachrangiger Wettbewerbsbedeutung für die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses sind. Zu nennen sind dabei für die Stadt Halle z.B.

- Rewe Hornung, Krausenstraße 7, Nördliche Innenstadt, ca. 1.400 m² VK
- Netto Marken-Discount, Am Gastronom 1, Westliche Neustadt, ca. 1.220 m² VK
- NP-Discount, Turiner Eck 2, Südstadt, ca. 1.100 m² VK
- Netto Marken-Discount, Am Meeresbrunnen, Nördliche Neustadt, 1.090 m² VK
- Lidl, Krausenstraße 9, Nördliche Innenstadt, ca. 1.020 m² VK
- Rewe Wietasch, Carl-Robert-Straße 4, Paulusviertel, ca. 1.000 m² VK
- Netto Marken-Discount, Amsterdamer Straße 1, Südstadt, ca. 870 m² VK
- Netto Marken-Discount, Beesener Str. 42, Lutherplatz/Thüringer Bhf., 770 m² VK

Nachfolgend werden die wichtigsten, zuvor beschriebenen Wettbewerbsstandorte mit ihren Eckdaten sowie einer Einschätzung der Wettbewerbsverflechtung der entsprechenden Standorte mit dem Planvorhaben tabellarisch aufgeführt.

Tab. 15: Darstellung und Bewertung wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum

Nr. in Karte	Ort / Ortsteil	Straße	Wettbewerber	VK in m ²	Betriebstyp	Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planobjekt*	Standortlage**
1	Halle-Altstadt	Leipziger Straße 94	Rewe City Mann	850	Supermarkt	◆ (◆)	A
2	Halle-Altstadt	Große Ulrichstraße 6-8	Edeka Schaaf	700	Supermarkt	◆ (◆)	A
3	Halle-Altstadt	Oleariusstraße 4a	Edeka Hallmarkt	600	Supermarkt	◆	B
4	Halle-Altstadt	Kellnerstraße 4	Rewe City	550	Supermarkt	◆	B
5	Halle-Nördl. Neustadt	Neustädter Passage 17d	Real	5.900	SB-Warenhaus	◆ ◆ ◆	C
6	Halle-Nördl. Neustadt	Neustädter Passage 17d	Aldi Nord	850	Hard-Discounter	◆ (◆)	C
7	Halle-Nördl. Neustadt	Neustädter Passage 16	Norma	530	Hard-Discounter	◆	C
8	Halle-Nördl. Neustadt	Albert-Einstein-Straße 25	Mix-Markt	510	Supermarkt	◆	C
9	Halle-Südstadt	Südstadtring 90	Kaufland	6.500	SB-Warenhaus	◆ ◆ ◆ ◆ ◆	C
10	Halle-Südstadt	Südstadtring 70	Lidl	875	Soft-Discounter	◆ ◆	C
11	Halle-Silberhöhe	Wilhelm-von-Klewiz-Str. 9	Edeka Bülow	1.500	Supermarkt	◆ ◆ (◆)	C
12	Halle-Silberhöhe	Philipp-v.-Ladenberg-Str. 19	Netto Marken-Discount	750	Soft-Discounter	◆ (◆)	C
13	Halle-Ammendorf/Beesen	Merseburger Straße 380	Aldi Nord	725	Hard-Discounter	◆	C
14	Halle-Südstadt	Kattowitzer Straße 2	Edeka Muschiol	1.100	Supermarkt	◆ ◆ (◆)	C
15	Halle-Südstadt	Vogelweide	Edeka Niebisch	1.100	Supermarkt	◆ ◆ ◆ (◆)	C
16	Halle-Büschdorf	Delitzscher Straße 120	Rewe Peuser	1.380	Supermarkt	◆ ◆ ◆ (◆)	C
17	Halle-Heide Süd	Hubertusplatz 1a	Netto Marken-Discount	1.130	Soft-Discounter	◆	C
18	Halle-Kröllwitz	Heideallee 2	NP-Discount	525	Hard-Discounter	◆	C
19	Halle-Heide Nord/Blumenau	Heidering 10	Edeka Stark	1.130	Supermarkt	◆	C
20	Halle-Heide Nord/Blumenau	Heidering 6-8	Norma	550	Hard-Discounter	◆	C
21	Halle-Damaschkestraße	Dieselstraße 137	Netto Marken-Discount	800	Soft-Discounter	◆ ◆ ◆ (◆)	D
22	Halle-Damaschkestraße	Merseburger Straße 221	Lidl	800	Soft-Discounter	◆ ◆ ◆ (◆)	E
23	Halle-Damaschkestraße	Carl-Schurz-Straße 14	NP-Discount	450	Hard-Discounter	◆	D
24	Halle-Damaschkestraße	Frau-Von-Selmnitz-Straße 4	Rewe	850	Supermarkt	◆ ◆ ◆ (◆)	D
25	Halle-Silberhöhe	Weißenfeler Straße 52	Edeka Center	3.400	Verbrauchermarkt	◆ ◆ ◆ ◆ (◆)	D
26	Merseburg	Querfurter Straße 16	Kaufland	5.250	SB-Warenhaus	◆ (◆)	E
27	Halle-Kanena/Bruckdorf	Leipziger Chaussee 147	Aldi Nord	860	Hard-Discounter	◆ ◆	E
28	Halle-Gesundbrunnen	Beesener Straße 225	Aldi Nord	810	Hard-Discounter	◆ ◆	D

Fortsetzung der Tabelle auf der nachfolgenden Seite

Fortsetzung der Tabelle von der vorherigen Seite

Nr. in Karte	Ort / Ortsteil	Straße	Wettbewerber	VK in m ²	Betriebstyp	Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planobjekt*	Standortlage**
29	Halle-Lutherplatz / Thüringer Bhf.	Liebenauer Straße 62	Rewe	1.050	Supermarkt	◆◆ (◆)	D
30	Halle-Lutherplatz / Thüringer Bhf.	Merseburger Straße 40	Edeka Center	3.100	Verbrauchermarkt	◆◆◆◆◆	D
31	Halle-Am Wasserturm / Thaer	Hermesstraße 15	Edeka Center	4.400	Verbrauchermarkt	◆◆◆	E
32	Landsberg-Peißen	Saarbrücker Straße 1	Real	9.900	SB-Warenhaus	◆◆	E
33	Halle-Industriegebiet Nord	Magdeburger Chaussee 23	Kaufland	4.600	Verbrauchermarkt	◆◆	E
34	Halle-Südliche Neustadt	Zollrain 9	Kaufland	5.600	SB-Warenhaus	◆◆	D

** = Bezeichnung der Standortlagen:

- (A) Innenstadt-Haupteinkaufslage
- (B) Innenstadt-Nebeneinkaufslage
- (C) Sonstige zentrale Versorgungsbereiche (z.B. Stadtteilzentren, Nahversorgungszentren)
- (D) restl. Kernstadt / Streulagen
- (E) Gewerbegebiet / dezentrale Lage

Quelle: ecostra-Standortforschung, Stand: August 2017



Karte 15: Wettbewerbssituation des Planvorhabens an der Dieselstraße in Halle (Saale)



3.5 Wettbewerbsplanungen im Lebensmitteleinzelhandel in Halle und Umgebung

Um Kenntnisse über derzeitige Projektplanungen im Lebensmitteleinzelhandel zu erlangen, wurden neben eigenen Recherchen zusätzlich Gespräche mit dem Stadtplanungsamt der Stadt Halle sowie der IHK Halle-Dessau geführt. Zusammenfassend ist im Untersuchungsraum – bezogen auf den Lebensmitteleinzelhandel – derzeit auf folgende Wettbewerbsplanungen bzw. Erweiterungsvorhaben hinzuweisen:

- Im Stadtviertel Halle-Nördliche Neustadt ist in der Akeleistraße / Ecke Am Tulpenbrunnen die Erweiterung ein Netto Marken-Discounts in der Umsetzung. Die Verkaufsfläche soll dabei auf ca. 1.200 m² gesteigert werden. Mit einer Eröffnung ist Ende 2017 / Anfang 2018 zu rechnen.
- Im Stadtviertel Nördliche Innenstadt in Halle wird an der unteren Leipziger Straße im Übergang zum Riebeckplatz eine städtebauliche Aufwertung des Standortbereichs vorgenommen. Dafür wurden mehrere Gebäude abgerissen, worunter sich auch ein Edeka Supermarkt befand. An gleicher Stelle ist ein vielgeschossiges Wohnhaus in Bau, in dessen Erdgeschoss wiederum ein Edeka Supermarkt einziehen wird. Die Verkaufsfläche wird nach Angaben des Bebauungsplans Nr. 169 weiterhin unterhalb von 800 m² VK (Schwelle zur Großflächigkeit) liegen.
- Der sanierungsbedürftige Edeka Supermarkt im Nahversorgungszentrum Vogelweide in Halle soll auf ca. 1.500 m² VK erweitert werden. Bereits im Oktober 2013 beschloss der Stadtrat die Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 154 sowie im November 2016 die öffentliche Auslegung des B-Plans. Der B-Plan ist aktuell jedoch noch nicht beschlossen und ein Zeitrahmen zur Umsetzung des Vorhabens ungewiss.
- Im südlichen Hallenser Stadtgebiet ist im Stadtviertel Ammendorf/Beesen im dort bereits definierten NVZ Ammendorf an der Merseburger Straße die Errichtung einer Fachmarkttagglomeration zur Verbesserung der Nahversorgung geplant. Die Vorgaben des B-Plans sehen die Errichtung eines Rewe Supermarktes und eines dm-Drogeriemarktes sowie ggf. ergänzender kleindimensionierter Einzelhändler vor, wobei die Verkaufsfläche insgesamt 3.500 m² VK nicht überschreiten darf. Bisher sind am Standort noch keine vorbereitenden Arbeiten zu erkennen. Der B-Plan ist inzwischen beschlossen, noch im Jahr 2017 soll mit den vorbereitenden Bauarbeiten begonnen werden.
- Im Stadtviertel Westliche Neustadt soll in der Hettstedter Straße die Verkaufsfläche des bestehenden Rewe Supermarktes von derzeit ca. 780 m² VK auf zukünftig ca. 1.500 m² VK fast verdoppelt werden. Der entsprechende Bebauungsplan ist inzwischen beschlossen.
- Im Nahversorgungszentrum Silberhöhe im gleichnamigen Stadtviertel gibt es seit mehreren Jahren Bestrebungen, den deutlich in die Jahre gekommenen Edeka Supermarkt durch einen modernen Neubau zu ersetzen. Ein Bebauungsplan wurde bisher nicht aufgestellt, der zeitliche Rahmen einer möglichen Umsetzung ist ungewiss.

- Im Stadtviertel Südliche Neustadt soll „Am Treff“ eine bestehende Handelsimmobilie abgerissen und an gleicher Stelle eine kleine Fachmarkttagglomeration errichtet werden. Auf insgesamt ca. 3.500 m² VK sind ein LM-Vollsortimenter, ein LM-Discounter, ein Drogeriemarkt und weiterer kleinflächiger Einzelhandel geplant. Detaillierte Projektpläne oder eine Baugenehmigung liegen bislang nicht vor.
- Im Stadtviertel Nördliche Innenstadt will der Rewe Supermarkt in der Krausenstraße von aktuell ca. 1.400 m² VK auf zukünftig ca. 1.800 m² VK erweitern. Gleichzeitig möchte sich der benachbarte Lidl-Discounter von derzeit ca. 1.020 m² VK auf ca. 1.200 m² VK vergrößern.
- Für den Rewe Supermarkt in der Liebenauer Straße (ca. 1.050 m² VK inklusive des angeschlossenen Rewe Getränkemarktes) ist eine Erweiterung auf insgesamt ca. 1.600 – 1.900 m² VK geplant.
- In Halle-Damaschkestraße sind ein Rewe Supermarkt (ca. 850 m² VK) mit einem benachbarten Rewe Getränkemarkt (ca. 240 m² VK) in zwei separaten Gebäuden lokalisiert. Hier sollen beide Verkaufsräume im Rahmen eines Umbaus bzw. Neubaus miteinander verbunden werden, wobei die Verkaufsfläche auf insgesamt ca. 1.800 m² VK erhöht werden soll.
- Der Lidl-Discounter in der Merseburger Straße / Ecke Dieselstraße hat gerichtlich die Erhöhung seiner Verkaufsfläche von derzeit ca. 800 m² auf bis zu 1.100 m² VK durchgesetzt. Konkrete Erweiterungspläne sind bisher noch nicht bekannt.
- Nicht zu vernachlässigen ist des Weiteren die Möglichkeit der Nachnutzung der freiwerdenden Mietfläche im derzeitigen Bestandsobjekt HEP durch einen konkurrierenden Lebensmittelfilialisten. Entsprechende Verhandlungen und Abschlüsse von Vorverträgen wurden seitens des Centermanagements des HEP bereits publik gemacht. Wenngleich nicht davon auszugehen ist, dass ein Nachmieter eine ähnlich große Verkaufsfläche wie das derzeitige Globus SB-Warenhaus (ca. 9.320 m² VK) belegen wird, wäre eine mehrere 1.000 m² umfassende Verkaufsflächendimensionierung eines möglichen Nachmieters nicht unwahrscheinlich. Damit ist in relativer Nähe zum Planvorhaben an einem dezentralen und verkehrsorientierten Standort mit einem weiteren, sehr bedeutenden Wettbewerber zu rechnen.
- Nach Angaben des Stadtplanungsamtes gibt es derzeit in der Stadt Halle bei fast allen filialisierten Anbietern einen allgemeinen Trend zur Erweiterung der Verkaufsflächen bei Supermärkten und LM-Discountern. Dieser Trend werde sich aller Voraussicht nach auch zukünftig fortsetzen. Insgesamt ist für die Stadt Halle – bei bereits heute deutlich überdurchschnittlicher Ausstattung – aus gutachterlicher Sicht somit von einer weiteren Verkaufsflächenzunahme im Lebensmitteleinzelhandel auszugehen.
- Seitens der IHK Halle-Dessau wurde mitgeteilt, dass derzeit keine Projektplanungen von größer dimensionierten Lebensmittelmärkten im direkten Umland von Halle bekannt seien, welche eine relevante Wettbewerbsbedeutung für das Planvorhaben an der Dieselstraße haben könnten.

Weitere konkrete relevante Wettbewerbsplanungen im Lebensmitteleinzelhandel sind somit zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht bekannt.



3.6 Fazit aus der Wettbewerbsanalyse

Als Fazit aus der Wettbewerbsanalyse ist festzustellen, dass in der Stadt Halle bereits eine ausgeprägte Wettbewerbsintensität im Lebensmitteleinzelhandel herrscht, welche sich u.a. auch aufgrund der – auch für eine Stadt dieser Größenordnung und Versorgungsfunktion – deutlich überdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel ergibt. Mit einer Verlagerung von der Leipziger Chaussee in die Dieselstraße wird das Globus SB-Warenhaus näher an die Bevölkerungsschwerpunkte im Hallenser Stadtgebiet, gleichzeitig aber auch näher an die Standorte bestehender wesentlicher Anbieter heranrücken. Als Hauptwettbewerber für das Planvorhaben kommen dabei v.a. die großdimensionierten Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser in Frage, welche relativ gleichmäßig über das gesamte Stadtgebiet verteilt sind.

Dabei ist insbesondere auf das Kaufland SB-Warenhaus (ca. 6.500 m² VK) im Nebenzentrum Südstadt sowie auf die Edeka Center in der Weißenfelder Straße (ca. 3.400 m² VK) und in der Merseburger Straße (ca. 3.100 m² VK), welche zwar einige Kilometer, aber nur wenige PKW-Fahrminuten vom Planareal entfernt liegen, hinzuweisen. Mit diesen Märkten sind sehr intensive Wettbewerbsverflechtungen zu erwarten. Aufgrund ihrer Verkaufsflächendimensionierung und ihres umfangreichen Sortiments stellen diese Lebensmittelmärkte – auch über die reinen Nahversorgungseinkäufe hinaus – die wichtigsten Versorgungsstandorte für die umgebenden, meist dicht besiedelten Stadtviertel dar. Die übrigen großdimensionierten Lebensmittelanbieter liegen mit Standorten in den Stadtbezirken West (Real, Kaufland) und Nord (Kaufland, Edeka Center) räumlich in bereits großer Distanz zum Plangrundstück und sind damit in ihrer Wettbewerbsbedeutung in gewisser Weise zu vernachlässigen. Darüber hinaus sind im näheren Umfeld des Planareals z.B. mit dem direkt benachbarten Netto Marken-Discount an der Dieselstraße, dem Lidl-Discounter in der Merseburger Straße / Ecke Dieselstraße, dem Rewe Supermarkt in der Frau-von-Selmnitz-Straße, dem NP-Discount in der Carl-Schurz-Straße und dem Edeka Niebisch Supermarkt in der Vogelweide bereits verschiedene Lebensmittelmärkte gelegen. Diese besitzen mit ihrer limitierten Verkaufsflächenausstattung und meist begrenzten Leistungsfähigkeit trotz der Nähe jedoch bereits eine etwas nachrangige Wettbewerbsbedeutung.

Für die meisten dieser nahe gelegenen Wettbewerbsstandorte, wie z.B. Lidl, Edeka Niebisch oder beide Rewe Märkte in der Frau-von-Selmnitz- und Liebenauer Straße, sind Attraktivierungs- und Erweiterungsmaßnahmen geplant. Ob diese Planungen nach der vorgesehenen Verlagerung des Globus SB-Warenhauses noch umgesetzt werden, bleibt abzuwarten. Grundsätzlich befinden sich in der Stadt Halle derzeit zahlreiche Supermärkte in Bau oder in einer mehr oder weniger weit fortgeschrittenen Bau- oder Erweiterungsplanung. Nicht zuletzt ist zu beachten, dass aufgrund des gegebenen Baurechts eine Nachnutzung der freiwerdenden Mietfläche im derzeitigen Bestandsobjekt HEP durch einen konkurrierenden Lebensmittelfilialisten erfolgt. Entsprechende Interessenbekundungen und Vorverhandlungen mit ggf. geeigneten Nachmietern sind durch die Presseberichterstattung bereits bekannt geworden.¹

¹ Vgl. DIRK SKRZYPCZAK: Halle-Bruckdorf: HEP hat Globus-Nachfolger. In: Mitteldeutsche Zeitung (Online-Archiv), www.mz-web.de, Download vom 20.08.2017

Wenngleich nicht davon auszugehen ist, dass ein Nachmieter eine ähnlich große Verkaufsfläche wie das derzeitige Globus SB-Warenhaus (ca. 9.320 m² VK) belegen wird, ist ein zumindest ca. 5.000 m² VK umfassendes Verbrauchermarktkonzept als sehr wahrscheinliche Nutzungsoption zu sehen. Insgesamt ist davon auszugehen, dass die bereits hohe Wettbewerbsintensität im Lebensmitteleinzelhandel von Halle – auch bedingt durch die geplante Globus-Verlagerung – in Zukunft weiter zunehmen wird (vgl. hierzu Kap. 3.5).

Unabhängig davon sollte das neu angesiedelte bzw. verlagerte Globus SB-Warenhaus am Planstandort in der Lage sein, innerhalb der Wettbewerbslandschaft der Stadt Halle eine starke Marktposition einzunehmen und ein räumlich durchaus beachtliches Einzugsgebiet auszubilden. Mit geplanten ca. 8.570 m² VK wäre der verlagerte Globus Markt nach wie vor der mit Abstand größte Lebensmittelanbieter (bezogen auf die Verkaufsfläche) in Halle. Die Möglichkeit zur eingeschossigen und ebenerdigen Anordnung der gesamten Verkaufsfläche, die sehr gute Erreichbarkeit des Planareals mit dem PKW, ausreichende ebenerdige Stellplatzmöglichkeiten und die geplante Ausweitung des Angebots von hochwertigen und eigens vor Ort produzierten Lebensmitteln (z.B. Fleisch- & Wurstwaren, Backwaren, Konditoreiwaren) als Alleinstellungsmerkmal lassen eine gute Leistungsfähigkeit und entsprechend hohe Marktdurchdringung des Planvorhabens mit einer entsprechenden Verschärfung des Konkurrenzkampfes und Verdrängungswettbewerbes erwarten.

Im Umland von Halle ist im Süden und hier im nördlichen Stadtgebiet von Merseburg auf ein Kaufland SB-Warenhaus (ca. 5.250 m² VK) sowie im Nordosten in Landsberg-Peißen im dortigen „Halle Center Peißen“ auf ein Real SB-Warenhaus (ca. 9.900 m² VK) zu verweisen. Diese begrenzen die Marktdurchdringung des Planvorhabens in Richtung Süden und Nordosten zwar in gewissem Maße, sind aufgrund ihrer bereits großen Entfernung jedoch keine Wettbewerber von größerer Relevanz. Neben diesen großdimensionierten Wettbewerbsstandorten besitzen weitere Lebensmittelmärkte im Umland von Halle eine fast ausschließliche Nahversorgungsfunktion und können somit in ihrer Wettbewerbsbedeutung vernachlässigt werden.

Zwischenfazit zur BBE-Auswirkungsanalyse

- Das Angebot im Lebensmittelangebot der Stadt Halle im Allgemeinen wird in der BBE-Auswirkungsanalyse ausführlich dargestellt.
- Außerdem werden die relevanten Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser als Wettbewerber des Planvorhabens – soweit erkennbar – vollständig kartographisch dargestellt und damit räumlich eingeordnet.
- Eine zusammenfassende Einschätzung der Wettbewerbssituation sowie der Verschärfung der Wettbewerbsintensität durch das Planvorhaben ebenso wie eine Bewertung der Wettbewerbsverflechtungen einzelner Lebensmittelmärkte zum Planvorhaben wird seitens der BBE dagegen **nicht** vorgenommen. Damit wird zunächst nicht deutlich, ob es Märkte gibt, welche aufgrund ihrer Standortlage und / oder des Betriebstyps eine ggf. besondere Betroffenheit durch das Planobjekt erwarten lassen.



4. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

4.1 Methodische Grundlagen

Zur Bestimmung des Einzugsgebietes und damit in der Folge der Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale wurden zunächst fußläufige Zeitdistanzen¹ sowie PKW-Fahrzeitdistanzen (jeweils 5, 10 sowie 15 PKW-Fahrminuten) zum Standort berechnet. Diese sind in den Karten 16 und 17 dargestellt.

Neben der in den Karten 16 und 17 dargestellten Erreichbarkeit des Planstandortes wird dann in einer weiteren Karte das Einzugsgebiet des Untersuchungsobjektes abgebildet (vgl. Karte 18), wobei hier dann Wettbewerbsverflechtungen mit bestehenden Anbietern berücksichtigt werden. Bei der Abgrenzung dieses Einzugsgebietes für das an der Dieselstraße in Halle geplante Globus SB-Warenhaus waren somit folgende Punkte von besonderer Relevanz:

- die verkehrlichen, topographischen und naturräumlichen Gegebenheiten im Untersuchungsgebiet sowie die damit zusammenhängenden Siedlungsstrukturen
- die zu erwartende Attraktivität und Anziehungskraft des Untersuchungsobjektes in der geplanten Größe (Branche, Konzeption, Standorteigenschaften etc.)
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung
- die administrative Gliederung innerhalb des Untersuchungsraumes
- die relevante Wettbewerbssituation in Halle sowie in den Städten und Gemeinden im näheren Umland

Nachfolgend werden das entsprechend abgegrenzte Einzugsgebiet sowie dessen Zonierung beschrieben und kartographisch dargestellt. Anschließend werden die Einwohner- und Kaufkraftpotenziale aufbereitet.

4.2 Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes

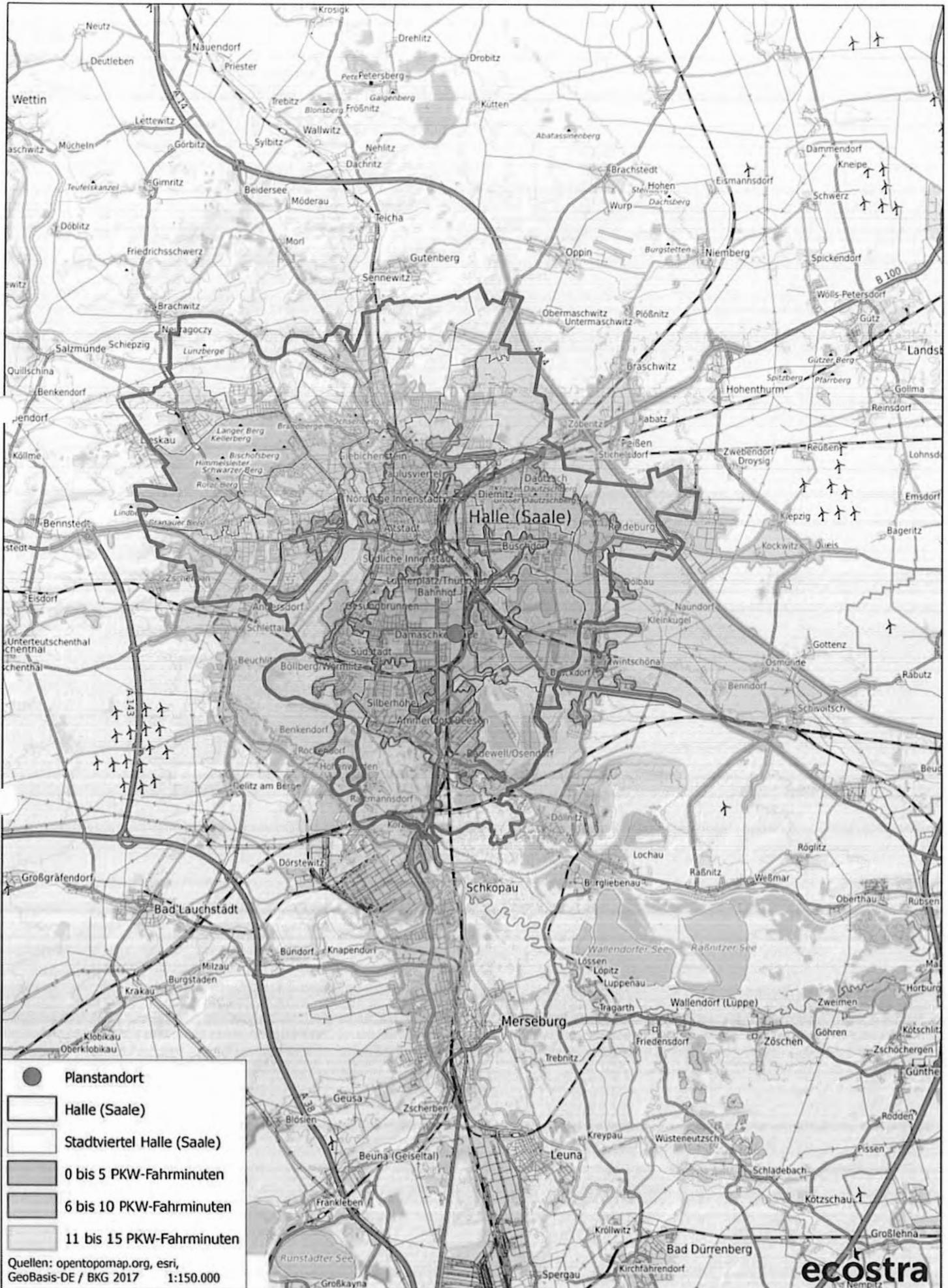
Das Einzugsgebiet des Planvorhabens an der Dieselstraße umfasst weite Teile des östlich der Saale gelegenen Stadtgebiets von Halle sowie die im Südwesten, Süden und Osten an die Stadt Halle angrenzenden Ortsteile der Umlandgemeinden. Das Einzugsgebiet wurde in drei Zonen einer abgestuften Kundenanbindungsintensität untergliedert, wobei die einzelnen Zonen I – III wie folgt abgegrenzt wurden:

¹ Die in Karte 16 dargestellten östlich des Planareals in einer Zeitdistanz zwischen 6 und 15 min erreichbaren Bereiche (grüne und gelbe Einfärbung) sind dabei als theoretisch mögliche Erreichbarkeit zu bewerten. Die Gleisanlagen der Bahn ebenso wie die Europachaussee sind für Fußgänger nicht zugänglich.

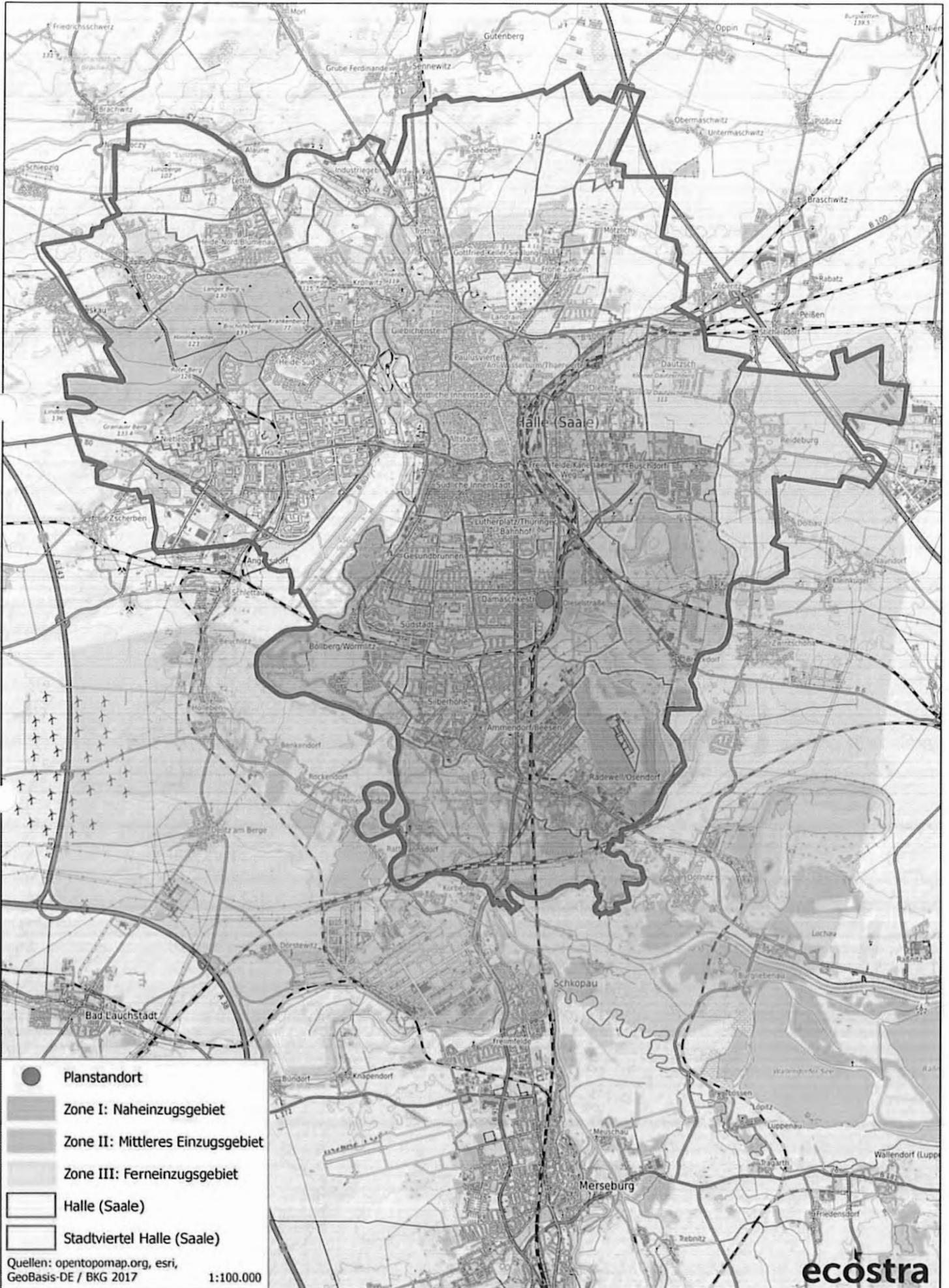
Karte 16: Visualisierung von fußläufigen Zeitdistanzen des Planvorhabens an der Dieselstraße in Halle (Saale)



Karte 17: Visualisierung von PKW-Fahrzeitdistanzen des Planvorhabens an der Dieselstraße in Halle (Saale)



Karte 18: Das Einzugsgebiet des Planvorhabens an der Dieselstraße in Halle (Saale)



- Das **Naheinzugsgebiet (Zone I)** des verlagerten Globus Marktes umfasst das Stadtviertel Damaschkestraße, in welchem das Planareal lokalisiert ist sowie die im Süden und (Süd-) Osten anschließenden Stadtviertel Ammendorf/Beesen, Dieselstraße und Büschdorf, welche über die Haupterschließungsachsen Europachaussee und Merseburger Straße sehr gut an den Planstandort angebunden sind.
- Das im Westen unmittelbar angrenzende und dicht besiedelte Stadtviertel Halle-Südstadt wird v.a. aufgrund des am Südstadtring gelegenen großdimensionierten Kaufland SB-Warenhauses dagegen bereits zum **mittleren Einzugsgebiet (Zone II)** hinzugerechnet. Gleiches gilt für die Stadtviertel Silberhöhe im Südwesten und Gesundbrunnen im Nordwesten sowie Lutherplatz/Thüringer Bhf. im Norden, welche mit jeweils einem Edeka Center ebenfalls mit bedeutenden und leistungsstarken Wettbewerbern ausgestattet sind. Im Osten zählt des Weiteren das schwach besiedelte Stadtviertel Kanena-/Bruckdorf zur Zone II. Hier hat das Einkaufszentrum HEP seinen Standort, für das im Falle des Auszugs des Globus SB-Warenhauses eine zumindest teilweise Nachnutzung durch einen großdimensionierten Lebensmittelanbieter (Verbrauchermarkt) wahrscheinlich ist, so dass die Anbindungsintensität bereits nachlässt. Im Nordosten ist aufgrund des Wettbewerbsdrucks durch das Real SB-Warenhaus in Landesberg-Peißen kein mittleres Einzugsgebiet ausgebildet.
- Das **Ferneinzugsgebiet (Zone III)** endet im Norden in etwa auf Höhe der B100 und beinhaltet die im Süden des Stadtbezirks Halle-Nord gelegenen Stadtviertel (z.B. Paulusviertel). Im Nordosten gehören die Stadtviertel Diemitz, Dautzsch und Reideburg aufgrund der Nähe des Real SB-Warenhauses im „Halle Center Peißen“ ebenfalls bereits der Zone III an. Darüber hinaus umfasst die Zone III Teilgebiete der im Osten, Süden und Südwesten von Halle gelegenen Umlandgemeinden, welche bei einer schwächeren Anbindungsintensität an das Planvorhaben eine indifferente Einkaufsorientierung auf Wettbewerbsstandorte in Halle sowie im Umfeld (z.B. Real in Landesberg-Peißen, Kaufland und Edeka Center in Merseburg) aufweisen. Im Westen ist kein Ferneinzugsgebiet abgegrenzt. Der Stadtbezirk West mit den hohen Einwohnerpotenzialen v.a. in Halle-Neustadt liegt räumlich in bereits recht großer Entfernung zum Planareal, wobei die Erreichbarkeit des Planstandorts durch die Zäsurwirkung des Flussbetts der Saale und nur wenige Überquerungsmöglichkeiten (hauptsächlich die B80 „An der Magistrale“, welche durch die Stadtmitte führt) zusätzlich erschwert wird. Außerdem verfügt der Stadtbezirk West mit den SB-Warenhäusern von Real im „Neustadt Centrum Halle“ bzw. Kaufland am Zollrain über zwei bedeutende Wettbewerbsstandorte.

Aufgrund der sehr großen Verkaufsflächendimensionierung des geplanten Globus SB-Warenhauses werden bei den späteren Analysen zusätzlich über dieses zuvor abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehende Kundenverflechtungen mit sog. Streukunden berücksichtigt, welche aus dem sonstigen Stadtgebiet von Halle (v.a. Stadtbezirk West) und dem weiteren Umland der Stadt Halle stammen.

Zwischenfazit zur BBE-Auswirkungsanalyse

- Das Einzugsgebiet des geplanten Globus Marktes ist in der BBE-Auswirkungsanalyse äußerst weiträumig abgegrenzt. Einzugsgebiete sollen laut Definition eine erkennbare und nachhaltige Einkaufsorientierung der Wohnbevölkerung des abgegrenzten Raumes auf einen Einzelhandelsstandort widerspiegeln. Ein räumlich zu groß abgegrenztes Einzugsgebiet führt regelmäßig zu einer Überschätzung der Potenziale eines Standorts und (bei Auswirkungsanalysen) zu einer „Verwässerung“ der tatsächlich zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen gegenüber bestehenden Anbietern im näheren Umfeld.
- Das Einzugsgebiet der BBE beinhaltet nicht nur das gesamte Hallenser Stadtgebiet (inklusive des Stadtbezirks West, welcher durch die Zäsurwirkung der Saale deutlich vom sonstigen Stadtgebiet abgetrennt ist), sondern im Nordwesten auch noch in bereits großer Entfernung zum Planareal lokalisierte Umlandgemeinden. Aufgrund der großen Raum-Zeit-Distanzen und der z.T. deutlich näher gelegenen Wettbewerbsstandorte sind ausgeprägte Einkaufsverflechtungen dieser Gebiete mit dem Planareal aus gutachterlicher Sicht als sehr wenig wahrscheinlich zu bewerten.
- Die weitläufige Abgrenzung des Naheinzugsgebietes (Zone I) ist ebenfalls zu hinterfragen. Definitionsgemäß handelt es sich bei der Zone I um einen Raum, in dem die höchste Kaufkraftabschöpfung durch das Planobjekt zu erwarten ist. Die Zone I umfasst bei der BBE u.a. nahezu den gesamten Stadtbezirk Süd und damit auch das westlich des Planareals lokalisierte Stadtviertel Südstadt mit dem dortigen Kaufland SB-Warenhaus. Dass die Bewohner der Südstadt ihre Versorgungseinkäufe z.T. auch im geplanten Globus SB-Warenhaus erledigen würden, ist unzweifelhaft; dass die Anbindungsintensität der Südstadt-Bewohner zum Planvorhaben angesichts der Wettbewerbssituation identisch sein soll wie jene der nahe des Planstandorts lebenden Bewohner des Stadtviertels Damaschkestraße, ist aus gutachterlicher Sicht jedoch mehr als fraglich.
- Insofern bestehen aus gutachterlicher Sicht erhebliche Zweifel an der sachgerechten Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes in der BBE-Auswirkungsanalyse.

4.3 Aktuelle Einwohnerzahlen und zukünftige Einwohnerentwicklung

Das so abgegrenzte Einzugsgebiet (Zone I – III) des Planstandorts an der Dieselstraße weist derzeit eine Zahl von insgesamt

ca. 163.930 Einwohnern

auf. Hiervon entfallen

- ca. 20.370 Einwohner = ca. 12,4 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 79.190 Einwohner = ca. 48,3 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 64.370 Einwohner = ca. 39,3 % auf die Zone III (Ferneinzugsgebiet).



Auf Basis der amtlichen Prognosen des statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt zur künftigen Einwohnerentwicklung ist davon auszugehen, dass die Bevölkerungszahl innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bis zum Jahr 2020 auf insgesamt

ca. 165.045 Einwohner (= ca. +0,7 %)

ansteigen wird, wobei gewisse Toleranzen zu berücksichtigen sind. Während für die Umlandgemeinden im Saalekreis bis zum Jahr 2020 eine negative Bevölkerungsentwicklung prognostiziert wird, wird für die Stadt Halle insgesamt ein leichter Bevölkerungsanstieg vorhergesagt.¹

Tab. 16: Das abgegrenzte und zonierte Einzugsgebiet des geplanten Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße in Halle (Saale)

Stadtviertel der Stadt Halle:		
• Ammendorf/Beesen	• Büschdorf	
• Damaschkestraße	• Dieselstraße	
als Zone I (Naheinzugsgebiet)		ca. 20.370 Einwohner
Stadtviertel der Stadt Halle:		
• Böllberg/Wörmlitz	• Freimfelde/Kanenaer Weg	
• Gebiet der DR	• Gesundbrunnen	
• Kanena/Bruckdorf	• Lutherplatz/Thüringer Bhf.	
• Planena	• Radewell/Osendorf	
• Silberhöhe	• Südliche Innenstadt	
• Südstadt		
als Zone II (mittleres Einzugsgebiet)		ca. 79.190 Einwohner
Zone I-II (Kerneinzugsgebiet)		ca. 99.560 Einwohner
Stadtviertel der Stadt Halle:		
• Altstadt	• Am Wasserturm/Thaerviertel	
• Dautzsch	• Diemitz	
• Giebichenstein	• Nördliche Innenstadt	
• Paulusviertel	• Reideburg	
Ortsteile der Gemeinde Bad Lauchstädt:		
• Delitz am Berge		
Ortsteile der Gemeinde Kabelsketal:		
• Dieskau	• Dölbau	
Ortsteile der Gemeinde Schkopau:		
• Burgliebenau	• Döllnitz	
• Hohenweiden	• Korbetha	
• Lochau	• Schkopau	
Ortsteile der Gemeinde Teutschenthal:		
• Holleben		
Zone III (Ferneinzugsgebiet)		ca. 64.370 Einwohner
Zone I-III (Einzugsgebiet insgesamt)		ca. 163.930 Einwohner
Quelle: Einwohnerdaten von der Stadt Halle (Saale) auf Ebene der Stadtviertel sowie des statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt, Stand: 31.12.2016 (Stadt Halle) bzw. 31.12.2015; ecostra-Abgrenzung; ggf. Rundungsdifferenzen		

¹ Die Bevölkerungsprognose für die Umlandgemeinden basiert auf Angaben der amtlichen Statistik des Landesamtes Sachsen-Anhalt für den Saalekreis. Bevölkerungsprognosen auf Ebene der einzelnen Gemeinden im Saalekreis liegen nicht vor.

Innerhalb der Stadt Halle ist auf Ebene der einzelnen Stadtviertel von einer gegensätzlichen Einwohnerentwicklung auszugehen. Während die innenstadtnahen Stadtviertel (z.B. Nördliche und Südliche Innenstadt, Paulusviertel) weiter wachsen werden, wird für einige Stadtviertel in den Stadtbezirken Süd (z.B. Südstadt, Silberhöhe) und West (z.B. Neustadt-Süd, Neustadt-Nord) ein deutlicher Bevölkerungsrückgang erwartet.¹

Zwischenfazit zur BBE-Auswirkungsanalyse

- Basierend auf der zuvor dargelegten sehr weiträumigen Abgrenzung des Einzugsgebietes des Planvorhabens durch die BBE (vgl. Kap. 4.2) ist das Einwohnerpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet bei der BBE mit ca. 261.800 Einwohnern deutlich größer als nach den Ergebnissen der vorliegenden ecostra-Auswirkungsanalyse mit ca. 163.930 Einwohnern.

4.4 Methodische Grundlagen zur Kaufkraft

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für Einzelhandelswaren (ohne Kraftfahrzeuge, Mineralölzeugnisse und der konsumnahen Dienste, aber inklusive der Ausgaben für freiverkäufliche Apothekerwaren und der Umsätze des Lebensmittelhandwerks) werden jährlich von ecostra im Rahmen der Grundlagenforschung in einer Tiefe von 40 strukturierten Warengruppen für diverse europäische Länder berechnet.² Die aktuellen einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben (Datenbasis 2015) für Deutschland betragen für

• Nahrungs- und Genussmittel	:	2.288,-- € p.c.
• Non-Food-Waren	:	3.839,-- € p.c.
• Einzelhandelswaren insgesamt	:	6.127,-- € p.c.

¹ Die Prognose einer insgesamt wachsenden Bevölkerung bis zum Jahr 2020 basiert ebenfalls auf Berechnungen des statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt; dieses weist keine Daten zur Bevölkerungsentwicklung unterhalb der gesamtstädtischen Ebene aus. Die Stadt Halle hingegen hat im Jahr 2014 eine eigene Studie zur erwarteten Bevölkerungsentwicklung in der Differenzierung auf einzelne Stadtteile veröffentlicht. Allerdings ist die Entwicklung der Gesamteinwohnerzahl in Halle vom Basisjahr der Prognose (2013: ca. 232.705 Einwohner) bis zum aktuell verfügbaren Bevölkerungsstand am Ende des Jahres 2016 (ca. 239.740 Einwohner) so positiv, dass der in der Studie der Stadt Halle prognostizierte Bevölkerungsrückgang bis 2020 wenig realistisch erscheint. Entsprechend wurde für die im Rahmen dieser Auswirkungsanalyse vorgenommene Bevölkerungsprognose die Entwicklung der Gesamtstadt auf Basis des statistischen Landesamtes zugrunde gelegt. Die kleinräumigen Daten der Stadt Halle erlauben jedoch zumindest eine qualitative und tendenzielle Aussage zur Entwicklung der Einwohnerzahl in einzelnen Stadtteilen bzw. -vierteln.

² Bei der Ermittlung der Verbrauchsausgaben werden u.a. die privaten Konsumausgaben aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und die Verbrauchsstichproben der einzelnen Länder berücksichtigt, wobei ggf. gewisse Anpassungen (z.B. Einnahmen aus sog. „Graumarktaktivitäten“) vorgenommen werden müssen. Enthalten sind dabei der über den Einzelhandel erfolgende Umsatz sowie Ausgaben über sonstige Vertriebskanäle (z.B. Direktvertrieb) oder Produktion für den Eigenbedarf. Die einzelnen Warenbereiche werden dabei in einem Ordnungssystem gegliedert, wobei die Warengruppe (z.B. Braune Ware) in Hauptwarengruppen (z.B. Elektroartikel) zusammengefasst werden, welche dann wiederum in die Fristigkeit des Bedarfs (z.B. überwiegend langfristiger Bedarf) und in Food- und Non Food-Waren aggregiert werden.

Bei der Berechnung des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials ist weiterhin die spezifische Sortimentsstruktur eines Planvorhabens in der jeweils geplanten Größenordnung zu berücksichtigen.

Da das geplante Globus SB-Warenhaus über das entsprechende Kernsortiment hinaus verschiedene Sortimente (vielfach nur Teilsortimente) führen wird, sind auch diese (Teil-)Sortimente bei den weiteren Analyseschritten als Teil der sog. „projektrelevanten Kaufkraft“ zu berücksichtigen.

Dabei werden die einzelnen Warengruppen zu „nahversorgungsrelevanten“, „zentrenrelevanten“ und „nicht zentrenrelevanten“ Hauptsortimentsgruppen zusammengefasst.¹

Die Pro-Kopf-Ausgabenwerte der Wohnbevölkerung in der Differenzierung der projektrelevanten Hauptsortimentsbereiche beträgt für

• projektrelevante, Nahversorgungsrelevante Sortimente	: 2.879,-- € p.c.
• projektrelevante, zentrenrelevante Sortimente	: 1.840,-- € p.c.
• projektrelevante, nicht zentrenrelevante Sortimente	: 118,-- € p.c.
<hr/>	
• projektrelevante Sortimente insgesamt	: 4.837,-- € p.c.

Bei der Berechnung der Kaufkraftvolumina in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes wurde die Kaufkraftkennziffer der entsprechenden Städte und Gemeinden herangezogen.² Diese Kaufkraftkennziffer gibt das jeweilige Kaufkraftniveau pro Einwohner im Vergleich zum nationalen Durchschnitt (= 100) an. Der Kaufkraftkoeffizient liegt für die Stadt Halle (Saale), welche den überwiegenden Teil des Einzugsgebiets einnimmt mit ca. 82,0 deutlich unterhalb Bundesdurchschnitts. In den Umlandgemeinden ist das Kaufkraftniveau mit Werten zwischen ca. 88,4 in Bad Lauchstädt und ca. 96,2 in Schkopau weniger stark unterdurchschnittlich. Darüber hinaus ist bei der Kaufkraftberechnung für Food- und Non-Food-Waren aufgrund der Einkommenselastizität eine Gewichtung durchzuführen (sog. „Engel’sches Gesetz“).³

¹ Nach den Ausführungen der BBE-Auswirkungsanalyse und dort basierend auf den Angaben von Globus sind folgende Warengruppen im Angebot des Globus SB-Warenhauses vertreten (vgl. Kap. 2.5):

1. Nahversorgungsrelevante Sortimente, d.h.

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogeriewaren, Parfümerieartikel und pharmazeutische Produkte
- Zeitschriften, Blumen

2. Zentrenrelevante Sortimente, d.h.

- Haushaltswaren, (Klein-) Elektrogeräte, Telekommunikation, Bild- & Tonträger
- Bücher, Papier- & Schreibwaren, Geschenkartikel
- Spielwaren, Sport & Campingartikel
- Foto, Uhren & Schmuck
- Bekleidung, Schuhe & Lederwaren, Heimtextilien

3. Nicht zentrenrelevante Sortimente, d.h.

- Tiernahrung, Autozubehör, Fahrräder

² ecostra verwendet hierbei die aktuellen Kaufkraftkennziffern des Instituts MB-Research, Nürnberg

³ Das Engel’sche Gesetz besagt, dass die Nahrungsmittelausgaben bei steigendem Einkommen eines Haushalts prozentual weniger stark zunehmen als die Gesamtausgaben, womit ihr Ausgabenanteil sinkt (d.h. die Einkommens-Nachfrageelastizität nach Nahrungsmitteln ist insgesamt kleiner als 1).

4.5 Die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet

Das gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet des an der Dieselstraße in Halle geplanten Globus Marktes beläuft sich derzeit auf

ca. 913,7 Mio. €.

Hiervon entfallen

- ca. 112,6 Mio. € bzw. ca. 12,3 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 437,8 Mio. € bzw. ca. 47,9 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 363,3 Mio. bzw. ca. 39,8 % auf die Zone III (Ferneinzugsgebiet)

Tab. 17: Die einzelhandels- und projektrelevanten Kaufkraftvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet nach Warengruppen 2015

Einzugsgebietszonen	Zone I (Naheinzugsgebiet)	Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	Zone I-II (Kerneinzugsgebiet)	Zone III (Ferneinzugsgebiet)	Zone I-III (Einzugsgebiet gesamt)
Warengruppen	Angaben in Mio. €				
Nahrungs- und Genussmittel	43,8	170,4	214,3	140,2	354,5
Gesundheit, Körperpflege	10,9	42,2	53,1	35,2	88,3
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	2,0	7,7	9,6	6,4	16,0
Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	2,9	11,4	14,4	9,5	23,9
Kurzfristiger Bedarf	59,6	231,7	291,3	191,4	482,7
PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren	3,9	15,2	19,1	12,7	31,8
Bekleidung, Schuhe, Sport	15,6	60,8	76,4	50,7	127,2
GPK, Hausrat, Geschenkartikel	2,9	11,3	14,2	9,4	23,6
Mittelfristiger Bedarf	22,4	87,3	109,7	72,8	182,5
Elektrowaren	9,9	38,3	48,2	32,0	80,1
Einrichtung, Möbel	8,8	34,1	42,8	28,4	71,2
Sonstiger Einzelhandel	11,9	46,4	58,4	38,8	97,2
Langfristiger Bedarf	30,6	118,8	149,4	99,1	248,5
Einzelhandelswaren insgesamt	112,6	437,8	550,4	363,3	913,7
Nahversorgungsrelevant*	51,6	200,5	252,1	167,3	419,4
Zentrenrelevant**	33,0	128,1	161,1	106,9	268,0
Nicht zentrenrelevant***	2,1	8,2	10,3	6,9	17,2
Projektrelevante Warengruppen insgesamt	86,7	336,8	423,5	281,1	704,6

* = Nahrungs- & Genussmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel, Blumen, Zeitschriften

** = z.B. Bekleidung, Schuhe, Schreibwaren, GPK / Haushaltswaren, Elektrogeräte, Spielwaren, Uhren & Schmuck

*** = Tiernahrung, Autozubehör, Fahrräder

Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen

Für das Einzugsgebiet können nachfolgend dargestellte einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben (Durchschnittswerte) errechnet werden:



- ca. 2.558,-- € p.c. für projektrelevante, nahversorgungsrelevante Sortimente
- ca. 1.635,-- € p.c. für projektrelevante, zentrenrelevante Sortimente
- ca. 105,-- € p.c. für projektrelevante, nicht zentrenrelevante Sortimente
- ca. 4.298,-- € p.c. für projektrelevante Sortimente insgesamt
- ca. 5.574,-- € p.c. für Einzelhandel insgesamt

Damit liegen die Pro-Kopf-Kaufkraftwerte im Einzugsgebiet des Planvorhabens in Halle (Saale) relativ deutlich unter den Durchschnittswerten für ganz Deutschland von ca. 6.127,-- € p.c. für Einzelhandelswaren insgesamt bzw. ca. 4.837,-- € für die gesamten projektrelevanten Sortimente bzw. ca. 2.879,-- € p.c. für die nahversorgungsrelevanten Sortimente bzw. ca. 1.840,-- € p.c. für die zentrenrelevanten Sortimente.

Die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet liegt bei insgesamt ca. 704,6 Mio. € bzw. ca. 77,1 % des gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens. Dabei entfällt nahezu der komplette Anteil der projektrelevanten Kaufkraft auf die zentrenrelevanten (und nahversorgungsrelevanten) Sortimente.

Aufgrund des für die Stadt Halle insgesamt prognostizierten, leichten Bevölkerungsanstiegs bis 2020 ist von einer geringfügigen Zunahme des Kaufkraftpotenzials im entsprechenden Zeitraum auszugehen.

Zwischenfazit zur BBE-Auswirkungsanalyse

- Die BBE führt für das projektierte Globus SB-Warenhaus auf S. 46 der Auswirkungsanalyse ein Marktpotenzial von ca. 547 Mio. € an, welches somit deutlich geringer ist als die ca. 705 Mio. €, welche im Rahmen dieses Gutachtens ermittelt wurden. Dies muss aufgrund der Tatsache, dass das Einzugsgebiet und damit auch das entsprechende Einwohnerpotenzial bei der BBE sogar deutlich größer sind als bei ecostra, verwundern und erfordert eine entsprechende Erklärung. Eine nachvollziehbare Herleitung und Zusammensetzung dieses Markt- oder Kaufkraftpotenzials ist in der BBE-Auswirkungsanalyse nicht enthalten.
- Auf S. 32 ihrer Auswirkungsanalyse nennt die BBE allerdings ein „*Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel*“ für die gesamte Stadt Halle (Saale) in Höhe von ca. 495 Mio. €. Unter Berücksichtigung des bei der BBE zum Einzugsgebiet zählenden Einwohnerpotenzials in den Umlandgemeinden von Halle kann daraus somit abgeleitet werden, dass die BBE für die Berechnung des gesamten Marktpotenzials in Höhe von ca. 547 Mio. € offensichtlich lediglich die Pro-Kopf-Ausgaben für Lebensmittel herangezogen hat. Die Pro-Kopf-Ausgaben für die im Globus SB-Warenhaus ebenfalls geführten Nebensortimente im Bereich Non-Food I+II wurden somit offensichtlich gar nicht berücksichtigt.
- Im Falle eines Globus SB-Warenhauses, welches auf ca. 8.570 m² VK neben Lebensmitteln ein sehr breites Angebot an Nebensortimenten bereithalten wird – wie es aus der eigenen Projektplanung von Globus hervorgeht (vgl. Kap. 2.5) –, ist es aus fachlicher Sicht zwingend, dass für diese Nebensortimente, wie z.B. Bekleidung, Spiel-, Drogerie- oder Schreibwaren, eine entsprechende Berechnung der Kaufkraftvolumina vorgenommen wird. Ansonsten könnten die zu erwartenden Kaufkraftabschöpfungsquoten für diese durchaus bedeutenden und meist zentrenrelevanten Sortimente nicht sachgerecht ermittelt werden.

5. Umsatzerwartung, Kaufkraftströme und mögliche Auswirkungen des Planobjektes

5.1 Grundlagen, Kaufkraftabschöpfung und Kaufkraftbewegungen

In der Analyse der potenziellen Auswirkungen des Planvorhabens werden als Grundlage die Ergebnisse der Erhebungen und Einschätzungen u.a. zur Standortstruktur und Leistungsfähigkeit des Einzelhandels im Untersuchungsraum herangezogen. Die aufgrund der Standortqualitäten, der Flächendimensionierung, der Sortimentskonzeption etc. erzielbare Marktdurchdringung des Planvorhabens findet durch eine abgestufte Kaufkraftabschöpfung aus den einzelnen abgegrenzten Zonen des Einzugsgebietes Berücksichtigung.

In der Analyse finden hierzu u.a. zwei methodische Ansätze Verwendung:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens aus dem Einzugsgebiet dar.
- Mit einem zweiten Ansatz, der **Kaufkraftbewegungsanalyse**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote ermittelt.

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung der Umsatzerwartung des Planobjektes mit den errechneten Kaufkraftvolumina für das nach Zonen abgegrenzte Einzugsgebiet aus. Die Kaufkraftbewegungsanalyse berücksichtigt darüber hinaus Veränderungen durch das Planobjekt auf bestehende Kaufkraftströme (Kaufkraftbindung, Kaufkraftzuflüsse etc.) im Untersuchungsraum und lässt Rückschlüsse auf mögliche Umsatzverluste bestehender Anbieter zu. Das Marktanteilkonzept ebenso wie die Analyse der Kaufkraftbewegungen sind seit Jahrzehnten fester Bestandteil der Absatzplanung des Einzelhandels und ermöglichen eine sachgerechte und objektive Beurteilung von Umsatzerwartungen und räumlicher Umsatzherkunft. Aus den Ergebnissen der Kaufkraftbewegungsanalyse können sich sowohl städtebauliche und / oder raumordnerische Auswirkungen ableiten.

Zur Analyse der möglichen Auswirkungen des Planobjektes auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum werden somit folgende Analyseschritte durchgeführt:

- auf Grundlage der Marktdaten (u.a. Kaufkraft, erhobene Bestandsdaten des Einzelhandels, Wettbewerbssituation) wird der relevante derzeitige Einzelhandelsumsatz in den zu untersuchenden Einkaufslagen oder anderen für das Vorhaben relevanten Wettbewerbsstandorten eingeschätzt.
- in einem zweiten Schritt wird für jede einzelne zu untersuchende Einkaufslage etc. unter Berücksichtigung der jeweiligen spezifischen Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planobjekt (u.a. bedingt durch die räumliche Nähe oder Ferne, An-

gebotsstrukturen, vergleichbare oder weniger vergleichbare Betriebstypen) der durch dieses Planobjekt ausgelöste Umsatzabzug analysiert.

D.h. durch eine Gegenüberstellung der Kaufkraftströme zu unterschiedlichen Zeitpunkten (z.B. vor und nach dem fiktiven Markteintritt des neuen Einzelhandelsprojektes) lassen sich im Rahmen einer plausiblen Modellrechnung die für die raumordnerische Projektbewertung relevanten perspektivischen Veränderungen in den Kaufkraftströmen darstellen und bewerten. Die möglichen Auswirkungen lassen sich hierbei anhand des Umsatzabzuges (oder -umverteilung) gegenüber dem Bestand bewerten; bei dieser Umsatzumverteilung handelt es sich um jenen Teil des Umsatzes des Planobjektes, der dem bereits vorhandenen relevanten Einzelhandel in der jeweiligen Einkaufslage künftig entzogen wird. Durch Gegenüberstellung des jeweiligen Wertes der Umsatzumverteilung mit dem jeweiligen derzeitigen relevanten örtlichen Umsatz errechnet sich die Umsatzumverteilungsquote.

5.2 Umsatzleistung des Bestandsobjektes Globus SB-Warenhaus im HEP

Der Umsatz des Bestandsobjektes wird aus der BBE-Auswirkungsanalyse übernommen, welche im Auftrag von Globus erstellt wurde. Nach Angaben der BBE „*wurden die Erlöse des geplanten Globus-Marktes an der Dieselstraße um rd. 5 % höher als die aktuellen Umsätze im HEP angesetzt.*“¹ Da die BBE für das geplante Globus SB-Warenhaus an der Dieselstraße einen Umsatz in Höhe von ca. 47,9 Mio. € angibt, leitet sich durch Rückrechnung für das bestehende Globus SB-Warenhaus im Einkaufszentrum HEP daraus ein Gesamtumsatz in Höhe von ca. 45,6 Mio. € ab. Bei einer Verkaufsfläche von derzeit ca. 9.320 m² beträgt die Flächenproduktivität somit ca. 4.900,-- € je m² VK.

Damit wird, verglichen mit der durchschnittlichen Flächenleistung aller Globus SB-Warenhäuser, eine deutlich unterdurchschnittliche Raumleistung am Bestandsobjekt im HEP erzielt.² Unter Berücksichtigung der konkreten Standortsituation im HEP, v.a. der zweigeschossigen Verkaufsflächenanordnung, ist eine solch unterdurchschnittliche Flächenproduktivität jedoch als plausibel einzustufen. Unabhängig davon ist jedoch davon auszugehen, dass auch bei dieser Raumleistung eine mehr als ausreichende wirtschaftliche Tragfähigkeit des SB-Warenhauses an diesem Standort gegeben sein sollte.³

¹ Vgl. BBE: op.cit., S. 48

² Im „Retail Real Estate Report Germany 2017/2018“ der HAHN GRUPPE wird die durchschnittliche Flächenproduktivität aller Globus SB-Warenhäuser bei einer durchschnittlichen Marktgröße von ca. 11.670 m² VK mit ca. 6.050 € je m² VK angegeben.

³ Für weitere Betreiber von SB-Warenhäusern bzw. Verbrauchermärkten weist die HAHN GRUPPE in der gleichen Studie z.B. eine Flächenproduktivität von ca. 4.250 € je m² VK (bei durchschnittlich ca. 6.980 m² VK) für Real, ca. 3.430 € je m² VK (bei durchschnittlich ca. 4.870 m² VK) für Famila Nordwest oder ca. 4.120 € je m² VK (bei durchschnittlich ca. 5.630 m² VK) für Marktkauf aus.

5.3 Umsatzerwartung, Umsatzherkunft und Marktanteile des verlagerten Globus SB-Warenhauses am Planstandort an der Dieselstraße in Halle

Unter Berücksichtigung der Standorteigenschaften, der Marktsituation im Einzugsgebiet (Kaufkraft, Wettbewerbssituation) sowie der sortimentspezifischen Flächendimensionierung des Planobjektes ist nach Berechnungen von ecostra davon auszugehen, dass das Globus SB-Warenhaus nach der geplanten Verlagerung an die Dieselstraße im Stadtviertel Halle-Damaschkestraße inkl. der in der Vorkassenzonen vorgesehenen kleinstrukturierten Einzelhandelsbetriebe (Bäcker, Metzger, Apotheke, Mobilfunkladen, Blumenladen) einen Einzelhandelsumsatz in Höhe von insgesamt

ca. 52,3 Mio. €

erwirtschaftet, was bei einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 9.170 m² VK (inkl. Vorkassenzonen) einer Flächenproduktivität von ca. 5.700 € / m² VK entspricht. Damit können der Umsatz und insbesondere auch die Flächenleistung am Planstandort im Vergleich zum Bestandsobjekt deutlich gesteigert werden, wobei es sich um obere Wertansätze handelt. Bei der Ermittlung dieser Umsatzerwartung wurden einerseits die etwas kleinere Verkaufsfläche und die bezogen auf den gesamten Untersuchungsraum relativ hohe Wettbewerbsintensität, andererseits aber auch die klar verbesserten Standortfaktoren am Planareal (v.a. Möglichkeit einer eingeschossigen Verkaufsfläche sowie vollständig ebenerdiges Parkplatzangebot) berücksichtigt.

Die Kaufkraftabschöpfungsquote erreicht dabei in der Zone I (Naheinzugsgebiet) mit ca. 15 % des gesamten projektrelevanten Kaufkraftvolumens und mit ca. 21 % bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten hohe Werte, die aufgrund der Verkaufsflächendimensionierung und Attraktivität des Planvorhabens sowie fehlender vergleichbarer Anbieter in der Zone I jedoch auf jeden Fall erreicht werden sollten; hier wird das Planobjekt für die Wohnbevölkerung den mit Abstand größten und bedeutendsten Versorgungsstandort für Lebensmittel darstellen. Bei den zentrenrelevanten (ca. 6 %) und nicht zentrenrelevanten (ca. 9 %) Sortimenten ist die Kaufkraftabschöpfung dagegen weitaus schwächer.

Im mittleren Einzugsgebiet (Zone II) sind die Kaufkraftabschöpfungsquoten mit ca. 7 – 8 % insgesamt und ca. 10 – 11 % bei den nahversorgungsrelevanten Segmenten bereits deutlich geringer, bewegen sich aber immer noch in einer beachtlichen Größenordnung. Für die Einwohner der Zone II wird dabei die größere räumliche Entfernung zum Planstandort und gleichzeitig die zunehmende Kundenbindung an bereits in Betrieb befindliche, großdimensionierte LM-Vollsortimenter (z.B. Kaufland im Stadtviertel Südstadt, Edeka Center im Stadtviertel Lutherplatz/Thüringer Bhf.) wirksam.

Im Ferneinzugsgebiet (Zone III) ist die Marktdurchdringung aufgrund der weiter zunehmenden räumlichen Distanz zum Planstandort und / oder der Einkaufsorientierung auf Lebensmittelmärkte im sonstigen Hallenser Stadtgebiet mit insgesamt ca. 3 % nochmals deutlich geringer. Da es sich um ein sehr großdimensioniertes und attraktives Planvorhaben handelt, ist die Kaufkraftabschöpfung bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit ca. 4 – 5 % dennoch in einer relevanten Größenordnung, bei

den zentrenrelevanten (ca. 1 – 2 %) und nicht zentrenrelevanten (ca. 2 %) Sortimenten ist sie im Ferneinzugsgebiet dagegen bereits zu vernachlässigen.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben einen Teil seines Umsatzes auch mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes generieren wird (sog. „Streuumsätze“). Bei der Abschätzung der Streuumsätze sind insbesondere Pendler zu berücksichtigen, welche auf Höhe der Dieselstraße auf die Europachaussee auffahren bzw. diese verlassen, und sonstige außerhalb des Einzugsgebietes lebende Kunden, welche gezielt den einzigen Globus Markt in Halle und Umland aufsuchen wollen, zu berücksichtigen. Infolgedessen wird das SB-Warenhaus nach ecostra-Berechnungen ca. 4,2 Mio. € bzw. ca. 8 % des Gesamtumsatzes mit solchen Streukunden erwirtschaften. Auch hier dürfte es sich um einen oberen Wertansatz handeln.

Diese Umsatzerwartung setzt sich nach räumlich differenzierten Kundengruppen wie folgt zusammen:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	: ca. 13,1 Mio. €	bzw. ca. 25 %
• Zone II (Ferneinzugsgebiet)	: ca. 25,6 Mio. €	bzw. ca. 49 %
• Zonen I-II (Kerneinzugsgebiet)	: ca. 38,7 Mio. €	bzw. ca. 74 %
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	: ca. 9,4 Mio. €	bzw. ca. 18 %
• Zone I-III (Einzugsgebiet gesamt)	: ca. 48,1 Mio. €	bzw. ca. 92 %
• Streuumsätze	: ca. 4,2 Mio. €	bzw. ca. 8 %
• Umsatz insgesamt	: ca. 52,3 Mio. €	bzw. ca. 100 %

Aufgegliedert nach den für ein SB-Warenhaus mit einer Verkaufsfläche von ca. 9.170 m² (inkl. Vorkassenzone) relevanten Sortimentsbereichen können die nachfolgenden Umsatzanteile ermittelt werden:

• Nahversorgungsrelevant	ca. 43,1 Mio. €	bzw. ca. 83 % des Umsatzes
• Zentrenrelevant	ca. 8,4 Mio. €	bzw. ca. 16 % des Umsatzes
• Nicht zentrenrelevant	ca. 0,8 Mio. €	bzw. ca. 1 % des Umsatzes
• Umsatz insgesamt	ca. 52,3 Mio. €	bzw. ca. 100 %

Einen Überblick über die Umsatzerwartung des Planobjektes in der räumlichen Differenzierung nach Kundengruppen gibt die nachfolgende Tabelle 18.

Tab. 18: Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung am Planstandort des verlagerten Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße in Halle

	Nahversorgungsrelevante Sortimente			Zentrenrelevante Sortimente			Nicht zentrenrelevante Sortimente			Insgesamt		
	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Ab-schöp-fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Ab-schöp-fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Ab-schöp-fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Ab-schöp-fung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	51,6	21	10,8	33,0	6	2,1	2,1	9	0,2	86,7	15	13,1
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	200,5	10 – 11	21,1	128,1	3	4,1	8,2	5	0,4	336,8	7 – 8	25,6
Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)	252,1	13	31,9	161,1	4	6,2	10,3	5 – 6	0,6	423,5	9	38,7
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	167,3	4 – 5	7,8	106,9	1 – 2	1,5	6,9	2	0,1	281,1	3	9,4
Zonen I – III (Einzugsgebiet insgesamt)	419,4	9 - 10	39,7	268,0	3	7,7	17,2	4	0,7	704,6	7	48,1
Streuumsätze			3,4			0,7			0,1			4,2
Umsatzerwartung insgesamt			43,1			8,4			0,8			52,3

KK = Kaufkraft

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen



Zwischenfazit zur BBE-Auswirkungsanalyse

- Mit ca. 51,5 Mio. € bzw. ca. 5.615,-- € je m² VK (für das SB-Warenhaus inkl. der Einzelhandelsnutzungen in der Vorkassenzone) berechnet die BBE für das geplante Globus SB-Warenhaus insgesamt eine etwas niedrigere Umsatzerwartung und Flächenproduktivität als ecostra mit ca. 52,3 Mio. € bzw. ca. 5.700 € je m² VK (für das SB-Warenhaus inkl. des gesamten Einzelhandelsbesatzes in der Vorkassenzone). Insgesamt liegen die jeweils errechneten Gesamtumsätze jedoch in einer vergleichbaren, plausiblen Größenordnung.
- Die Tatsache, dass die BBE bei der Berechnung der Umsatzerwartung für das SB-Warenhaus in einem ersten Schritt in der Vorkassenzone zunächst nur den Bäcker und Fleischer berücksichtigt hat, bestätigt die Vermutung, dass die BBE bei der Analyse der Kaufkraftbewegungen ausschließlich den Lebensmittelbereich behandelt. Entsprechende Hinweise waren bereits bei der Ermittlung des Kaufkraftpotenzials erkennbar, wo Non-Food-Sortimente bei der BBE-Kaufkraftberechnung ebenfalls nicht berücksichtigt wurden (vgl. Kap. 4.5 dieser Studie).
- Deshalb ist es aus fachlicher Sicht nicht nachvollziehbar, wieso auf Basis des von der BBE angesetzten Marktpotenzials nach dem Marktanteilskonzept ein Gesamtumsatz berechnet wurde, welcher im nächsten Schritt sowohl auf die Sortimentsbereiche Food als auch Non-Food I und Non-Food II aufgeteilt wird.¹ Dies würde bedeuten, dass Kaufkraft, welche im Einzugsgebiet für Lebensmittel zur Verfügung steht, im geplanten Globus SB-Warenhaus plötzlich für Non-Food-Artikel ausgegeben wird! Dies legt die Vermutung nahe, dass hier der BBE ein grober Fehler in der Ausarbeitung der Untersuchung unterlaufen ist.
- Fachlich ebenfalls zu bemängeln ist die Form der Untergliederung des von der BBE abgegrenzten Einzugsgebietes in einzelne Einzugsgebietszonen. Die Marktanteile der jeweiligen Einzugsgebietszonen zeigen mit 10 – 11 % in der Zone I, 7 – 8 % in der Zone II und 5 – 6 % in der Zone III nur eine sehr geringe Abstufung, d.h. die Anbindungsintensitäten bzw. der Grad der Kaufkraftabschöpfung unterscheidet sich von Zone zu Zone untypischerweise kaum. Einzugsgebietszonen sollten jedoch eine deutliche Abstufung der Kundenanbindungsintensität an eine Handelsimmobilie oder ein Planvorhaben darstellen. Anderenfalls würde dies ähnliche Kaufkraftabschöpfungsquoten für völlig unterschiedlich zu bewertende Teilräume des Einzugsgebietes zur Folge haben. Im Falle der BBE-Auswirkungsanalyse bedeutet dies zum Beispiel, dass ein Bewohner des Schkopauer Ortsteils Korbetha, welcher in der Zone II des BBE-Einzugsgebiets liegt und über die Merseburger Straße bzw. Europachaussee relativ gut an das Planareal angebunden ist, eine nur unwesentlich höhere Anbindungsintensität an das Planvorhaben hat als ein Bewohner des Ortsteils Brachwitz in der Gemeinde Wettin-Löbejun im Nordwesten von Halle, welcher der Zone III zugehörig ist. Dies ist aus fachlicher Sicht angesichts der unterschiedlichen Raum-Zeit-Distanzen und der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum in der Praxis kaum vorstellbar.

¹ Vgl. BBE: op.cit., S. 46ff

- Angesichts der aus fachlicher Sicht fehlerhaften Zonierung des Einzugsgebietes und einer Umsatzermittlung für das Globus SB-Warenhaus, dessen Marktanteile nicht nur wenig plausibel sind, sondern sich offensichtlich ausschließlich auf das Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich beziehen, erscheint die von der BBE für das Planvorhaben durchgeführte Ermittlung des Planumsatzes sowie der Marktdurchdringung insgesamt fehlerhaft und fachlich nicht sachgerecht.
- Bezüglich der Umsatzerwartung der Bäckerei und Fleischerei in der Vorkassenzone führt die BBE aus: *„Die Erlöse des Bäckers und auch des Fleischer können je nach der Höhe des Gastronomieanteils ggf. auch höher ausfallen. Diese Umsätze sind jedoch nicht als Handelsumsätze zu klassifizieren, sondern fallen dem Gastronomiebereich zu (bspw. Imbisslöhse oder Getränke). Demnach werden diese Umsätze nicht zu Lasten anderer Backwaren- oder Fleischwarenanbieter generiert.“*¹

Grundsätzlich ist es natürlich richtig, dass Gastronomieumsätze im Rahmen einer Auswirkungsanalyse für ein SB-Warenhaus nicht berücksichtigt werden. Dennoch ist darauf hinzuweisen, dass zwischenzeitlich auch die meisten anderen Bäckereien und Fleischereien außerhalb des Planvorhabens über einen mehr oder weniger aufwendig gestalteten Café- oder Imbissbereich verfügen. Der Gastronomieanteil des Bäckers und Metzgers in der Vorkassenzone kann somit durchaus zu Lasten des Umsatzes von Wettbewerbern im Untersuchungsraum gehen, wengleich dies im Rahmen dieser Auswirkungsanalyse nicht weiter vertieft werden soll.

5.4 Die Kaufkraftbewegungen

5.4.1 Methodische Grundlagen

Im Untersuchungsfall handelt es sich um die geplante Verlagerung eines Globus SB-Warenhauses vom Bestandsobjekt des HEP (Leipziger Chaussee) an die Dieselstraße im Stadtviertel Damaschkestraße. Eine Analyse der Kaufkraftbewegungen darf in einem solchen Fall – sofern es sich um eine Standortverlagerung handelt, bei der keine Nachnutzung des bisherigen Standortes durch einen anderen Lebensmittelmarkt erfolgt – grundsätzlich nur den zusätzlichen Mehrumsatz des verlagerten SB-Warenhauses umfassen, welcher durch die mit dem Standortwechsel einhergehende Attraktivierung des Marktes einhergeht.² Der Umsatz des Bestandsobjektes bleibt dagegen außen vor, da dieser bereits im Marktgebiet der Handelsimmobilie gebunden ist. Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass der Standortwechsel die Wettbewerbsverflechtungen und -intensitäten zu den relevanten Wettbewerbsstandorten beeinflusst, was ebenfalls eine Veränderung der Kaufkraftströme auslösen kann.

Im konkreten Fall ist aber eindeutig davon auszugehen, dass eine Nachbelegung der freiwerdenden Fläche im HEP durch einen konkurrierenden Lebensmitteleinzelhändler erfolgt. Dafür spricht zum einen allgemein die Tatsache, dass Einkaufszentren häufig

¹ Vgl. BBE: op.cit., S. 49

² Dies gilt selbstverständlich unter der Voraussetzung, dass das neue Einzugsgebiet des verlagerten Marktes mit dem bisherigen Einzugsgebiet identisch ist.

einen großdimensionierten Lebensmittelmarkt als Magnetbetrieb aufweisen und zum anderen konkret die Presseberichterstattung, dass das Centermanagement im HEP bereits entsprechende Vorverträge mit Lebensmittelfilialisten abgeschlossen hat. Es ist jedoch nicht davon auszugehen, dass ein Nachmieter die gesamte, zweigeschossige Verkaufsfläche des derzeitigen Globus Marktes im HEP einnimmt und dementsprechend eine kleinere Verkaufsflächendimensionierung haben wird. Dies ist bei der Analyse der Kaufkraftbewegungen zu berücksichtigen.

So wird für die nachfolgenden Analyseschritte zugrunde gelegt, dass durch eine Nachbelegung der ehem. Globus-Flächen im HEP ca. 60 % des bisherigen Umsatzes bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie jeweils ca. 30 % des bisherigen Umsatzes bei den zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten durch den neuen Lebensmittelmarkt am Standort gebunden bleiben. Dies muss bei der Analyse der Kaufkraftbewegungen sowie der Umsatzumverteilungswirkungen entsprechend berücksichtigt werden.

Insgesamt wird somit durch die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses und die Nachbelegung der bisherigen Globus-Fläche durch einen anderen Lebensmittelmarkt ein Umsatz in Höhe von insgesamt ca. 31,1 Mio. € gegenüber den bestehenden Wettbewerbern in Halle und Umgebung umverteilt, wovon der überwiegende Anteil mit ca. 28,8 Mio. € auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfällt (vgl. Tab. 19).

Tab. 19: Die aus der geplanten Verlagerung des Globus SB-Warenhauses in Halle folgenden Umsatzveränderungen und Umsatzumverteilungswirkungen

	Umsatz nahversorgungsrelevante Sortimente in Mio. €	Umsatz zentrenrelevante Sortimente in Mio. €	Umsatz nicht zentrenrelevante Sortimente in Mio. €	Umsatz insgesamt in Mio. €
Bisheriger Umsatz Bestandsobjekt Globus im HEP	35,8	9,1	0,7	45,6
Umsatzerwartung Planvorhaben Globus Dieselstraße	43,1	8,4	0,8	52,3
Umsatzausweitung Globus Dieselstraße ggü. Bestandsobjekt im HEP	+7,3	-0,7	+0,1	+6,7
Umsatzerwartung Nachfolgenutzung LM-Markt HEP	+21,5 (60 % des Bestandes im HEP)	+2,7 (30 % des Bestandes im HEP)	+0,2 (30 % des Bestandes im HEP)	24,4
Umsatzumverteilung durch die geplante Verlagerung des SB-Warenhauses insgesamt	28,8	2,0	0,3	31,1

Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen

Nachfolgend wird dargestellt, welche Kaufkraftbewegungen durch das Vorhaben im Untersuchungsraum ausgelöst werden.

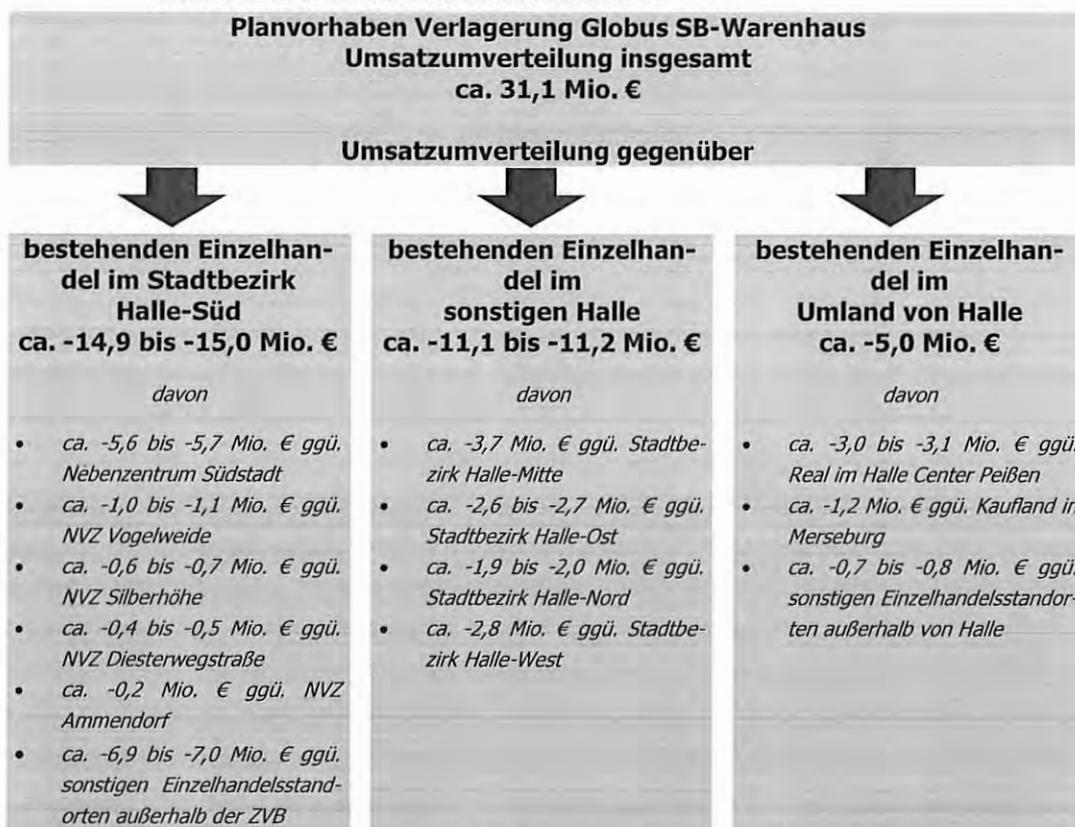
5.4.2 Analyse der Kaufkraftbewegungen im Untersuchungsraum

Auf Basis der ermittelten zusätzlichen Umsatzleistung des Globus SB-Warenhauses und des zu erwartenden Nachmieters der Globus-Fläche im HEP sowie der entspre-



chenden räumlichen Umsatzherkunft sind die durch das Planvorhaben ausgelösten Kaufkraftbewegungen zu analysieren. Die Verlagerung des SB-Warenhauses wird dazu führen, dass bestehende Kaufkraftströme beeinflusst und in der Folge Umsätze von anderen Standorten zum Planobjekt in der Dieselstraße verlagert werden. Die nachfolgende Tab. 20 zeigt die durch das Planvorhaben insgesamt ausgelösten Kaufkraftbewegungen gegenüber dem bestehenden relevanten Einzelhandel in den Stadtbezirken der Stadt Halle sowie den Umlandgemeinden von Halle.

Tab. 20: Insgesamt ausgelöste Kaufkraftbewegungen durch die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an die Dieselstraße



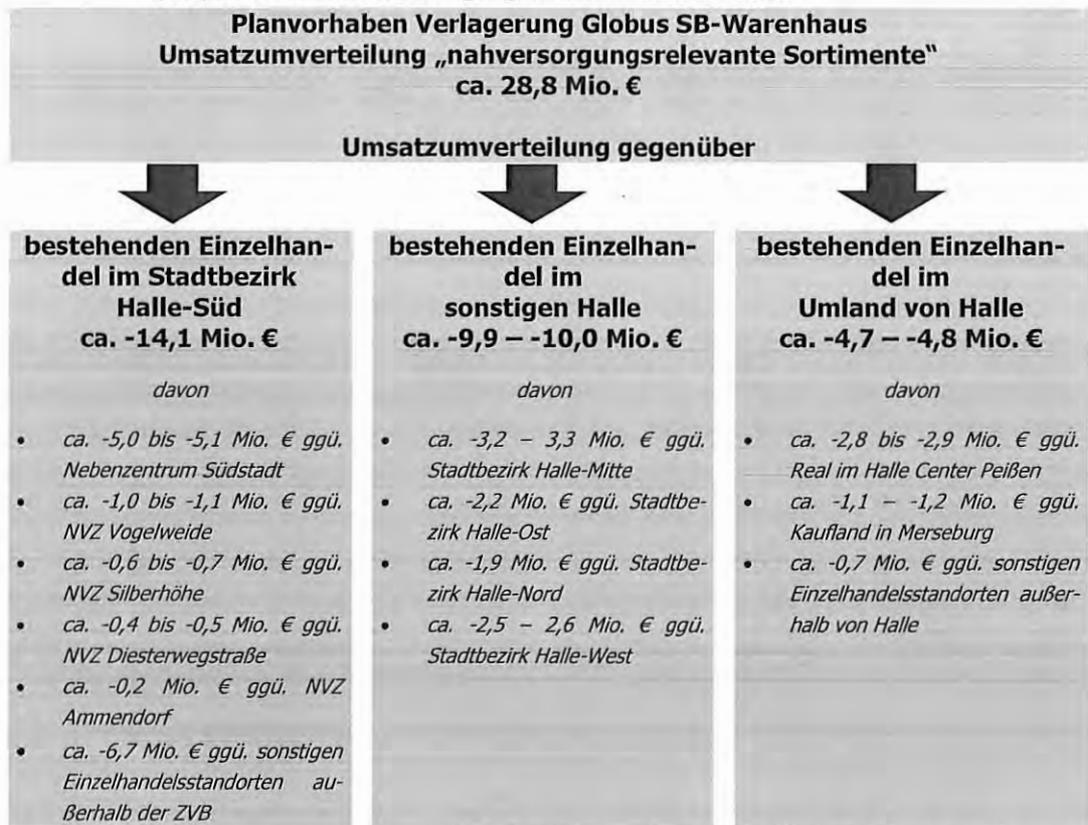
Quelle: ecostra-Berechnungen; ca.-Werte; ggf. Rundungsdifferenzen

Wie die Analyse der Kaufkraftbewegungen zeigt, ist davon auszugehen, dass von der – durch die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses ausgelösten – Umsatzumverteilung in Höhe von insgesamt ca. 31,1 Mio. € der überwiegende Anteil von ca. 26,1 Mio. € (= ca. 84 % des gesamten umsatzumverteilungsrelevanten Umsatzes) gegenüber bestehenden Anbietern in der Stadt Halle umverteilt wird; d.h., dass ein Großteil des umzuverteilenden Umsatzes auch zuvor bereits an diversen Standorten des Lebensmitteleinzelhandels in der Stadt Halle gebunden war. Auf die Einzelhandelsbetriebe im Stadtbezirk Halle-Süd entfällt davon ein Umsatzanteil in Höhe von ca. 14,9 – 15,0 € (= 48 % des gesamten umsatzumverteilungsrelevanten Umsatzes). Entsprechend werden etwa 5,0 Mio. € bzw. ca. 16 % des neu generierten Umsatzes gegenüber Anbietern außerhalb der Stadt Halle als Umsatzabzug wirksam, und hier insbesondere gegenüber den großdimensionierten Wettbewerbern Real im Halle Center in Peißen sowie Kaufland im nördlichen Stadtgebiet von Merseburg.

Die höchsten absoluten Umsatzabzüge entfallen innerhalb der Stadt Halle auf die großdimensionierten und nahe des Planstandorts lokalisierten SB-Warenhäuser bzw. Verbrauchermärkte mit gleichem oder ähnlichem Betriebskonzept, d.h. insbesondere auf den Kaufland im Nebenzentrum Südstadt und die beiden Edeka Center in der Merseburger bzw. Weißenfelder Straße sowie außerhalb von Halle auf das Real SB-Warenhaus im Halle Center in Landsberg-Peißen.

Nachfolgend werden die entsprechenden Umsatzumverteilungen im Kernsegment der „nahversorgungsrelevanten Sortimente“ dargestellt, welche im Großen und Ganzen mit den in der BBE-Auswirkungsanalyse aggregierten Ergebnissen für das Segment „Food + Non-Food I“ vergleichbar sind.

Tab. 21: Durch das Planvorhaben an der Dieselstraße in Halle ausgelöste Kaufkraftbewegungen bei den „nahversorgungsrelevanten Sortimenten“



Quelle: ecostra-Berechnungen; ca.-Werte; ggf. Rundungsdifferenzen

Im nächsten Kapitel werden die durch diese Umsatzumverteilungen zu erwartenden Auswirkungen auf die einzelnen Standortlagen im Detail analysiert.

5.5 Mögliche Auswirkungen auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung

Nachfolgend werden die aus den absatzwirtschaftlichen Wirkungen resultierenden Auswirkungen des verlagerten Globus SB-Warenhauses auf die Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung im Untersuchungsraum analysiert und bewertet. Hierbei wird eine Differenzierung in verschiedene Standortlagen vorgenommen.

5.5.1 Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-Süd

Gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Stadtbezirk Halle-Süd können folgende, durch die Realisierung des Planobjektes ausgelösten Wirkungen festgestellt werden:

- Im **Nebenzentrum Südstadt** beläuft sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel auf eine Größenordnung von insgesamt ca. 14,9 – 15,0 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 8,0 % entspricht. Damit liegt die Umsatzumverteilungsquote zunächst knapp unterhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen sind, wobei es hierbei dennoch auf den Einzelfall ankommt.¹ Auf einzelbetrieblicher Ebene
 - ist hiervon insbesondere das Kaufland SB-Warenhaus im Kaufland Center betroffen, welches insgesamt ca. 4,7 – 4,8 Mio. € Umsatz verliert, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 16,3 % entspricht. Der überwiegende Teil der Umsatzumverteilung entfällt mit ca. 4,3 – 4,4 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 17,5 %) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, während die Umsatzabzüge bei den zentrenrelevanten Sortimenten mit ca. 0,3 – 0,4 Mio. € deutlich geringer sind bzw. bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen.
 - verlieren die übrigen relevanten Betriebe im Nebenzentrum Südstadt (z.B. Lidl, dm, Lebensmittelhandwerk) absolut nur vergleichsweise geringe Umsätze, was Umsatzumverteilungsquoten deutlich unterhalb des relevanten Schwellenwertes von 10 % entspricht.

Das Kaufland SB-Warenhaus weist u.a. mit seiner Lage im Obergeschoss des Kaufcenter Südstadtring konzeptionelle Schwächen auf, ist mit ca. 6.500 m² VK jedoch der mit Abstand flächengrößte Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk Süd und stellt mit den ergänzenden Einzelhandelsangebot im Kaufcenter Südstadtring eine bedeutende Versorgungslage für das meist hochverdichtete Wohnumfeld im Stadtviertel Südstadt sowie die angrenzenden Stadtviertel dar. Trotz der konzeptionellen Schwächen ist die Wirtschaftlichkeit des Kaufland insgesamt als befriedigend einzustufen. Mit der Verlagerung des Globus SB-Warenhauses rückt der bezogen auf die Fläche größte Wettbewerber räumlich deutlich an das Kaufcenter Südstadtring und die entsprechenden Kundenpotenziale im Umfeld heran. Über die Achse Diesterwegstraße / Vogelweide / Damaschkestraße / Dieselstraße ist das Planareal für die Bewohner der Stadtviertel Südstadt, Gesundbrunnen und Damaschkestraße per PKW rasch erreichbar. Während das direkte Wohnumfeld des Kaufland auch im Falle der Realisierung eines eingeschossigen Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße weiterhin bevorzugt im Kaufland einkaufen wird, wird die weiter nördlich und östlich lebende Wohnbevölkerung ihre Einkaufsorientierung zumindest teilweise auf das größere und modernere Planvor-

¹ Vgl. Kap. 1.2.2, S. 6, Fußnote 2

haben verlagern. Der damit einhergehende Umsatzabzug in Höhe von insgesamt ca. 4,7 – 4,8 Mio. € (ca. 16,3 % des Gesamtumsatzes) stellt auch für einen leistungsstarken Filialisten wie Kaufland eine wirtschaftliche Herausforderung dar, wobei in Anbetracht der konzeptionellen Schwächen weitere Investitionen in das Objekt wohl nochmals auf den Prüfstand gestellt werden dürften.¹ Darüber hinaus ist das Kaufland SB-Warenhaus „der“ Magnetbetrieb des Kaufcenters Südstadtring ebenso wie für das gesamte Nebenzentrum Südstadt. Der zu erwartende, erhebliche Umsatzrückgang wird durch einen allgemeinen Frequenzrückgang in diesen Zentren begleitet und hat so entsprechende Rückwirkungen auf die Betriebe der gesamten Lage.

Von den übrigen relevanten Betrieben im Nebenzentrum Südstadt würde der außerhalb des Kaufland Centers gelegene Lidl Discounter mit einem Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,3 – 0,4 Mio. € am stärksten betroffen sein, was diesen leistungsfähigen Anbieter in seiner ökonomischen Tragfähigkeit jedoch nicht beeinträchtigt.

Das Kaufland SB-Warenhaus ist wichtigster Nahversorgungsstandort für die Bewohner im hochverdichteten Wohnumfeld und sichert gleichzeitig die Funktionsfähigkeit des Kaufcenter Südstadtring bzw. des Nebenzentrums Südstadt insgesamt. Bezogen auf das Nebenzentrum Südstadt sind die durch das Planvorhaben hervorgerufenen Auswirkungen aus fachgutachterlicher Sicht – im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO – somit als unverträglich zu bewerten.

- Im **Nahversorgungszentrum (NVZ) Vogelweide** beträgt die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel insgesamt ca. 1,0 – 1,1 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 18,2 % entspricht. Damit liegt die Umsatzumverteilungsquote weit oberhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen erwartet werden können. Auf einzelbetrieblicher Ebene
 - ist hiervon insbesondere Edeka Niebisch betroffen, welcher insgesamt ca. 1,0 – 1,1 Mio. € Umsatz verliert, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 22,2 % entspricht. Der überwiegende Teil der Umsatzumverteilung entfällt mit ca. 1,0 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 22,8 %) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, während die Umsatzabzüge bei den zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen.
 - liegen die Umsatzabzüge der wenigen übrigen relevanten Anbieter unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze.

¹ Laut Presseberichten hat Kaufland für den Herbst 2017 eine Modernisierung des Marktes angekündigt.

Der Edeka Supermarkt liegt etwas versteckt abseits der Hauptverkehrsachsen und ist bereits deutlich in die Jahre gekommen, besitzt als einziger großdimensionierter Einzelhandelsbetrieb im NVZ Vogelweide jedoch eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das verdichtete Wohnumfeld und ist als Frequenzbringer für das gesamte Nahversorgungszentrum zu sehen. Im Kreuzungsbereich von Elsa-Brändström-Straße, Vogelweide und Damaschkestraße liegt das NVZ Vogelweide in räumlicher Nähe und an der gleichen Ost-West-Achse wie das Planvorhaben. Infolgedessen werden umfangreiche Kaufkraftverlagerungen auf das Planvorhaben stattfinden und Edeka Niebisch wird fast ein Viertel seines derzeitigen Umsatzes verlieren. Ein Umsatzverlust von ca. 1,0 – 1,1 Mio. € ist für einen Markt dieser Größenordnung als existenzgefährdend einzuschätzen. Zudem könnte die Realisierung des Planvorhabens die angedachte und notwendige, bisher jedoch noch nicht beschlossene Sanierung und gleichzeitige Verkaufsflächenerweiterung des Edeka Marktes (vgl. Kap. 3.5) konterkarieren. In einzelbetrieblicher Hinsicht ist der Edeka Supermarkt im Planungsrecht zunächst nicht besonders geschützt, als einziger Magnetbetrieb und Frequenzbringer im Standortbereich ist die Nahversorgungssituation im NVZ Vogelweide insgesamt durch das Planvorhaben zumindest mittelfristig jedoch gefährdet. Bezogen auf den bestehenden Einzelhandel im NVZ Vogelweide sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen durch das Planvorhaben somit als unverträglich einzustufen.

- Im **Nahversorgungszentrum Silberhöhe** beträgt die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel insgesamt ca. 0,6 – 0,7 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 6,2 % entspricht. Damit liegt die Umsatzumverteilungsquote unterhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen erwartet werden können. Auf einzelbetrieblicher Ebene
 - ist hiervon insbesondere Edeka Bülow betroffen, welcher insgesamt ca. 0,4 – 0,5 Mio. € Umsatz verliert, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 7,6 % entspricht. Der überwiegende Teil der Umsatzumverteilung entfällt mit ca. 0,4 – 0,5 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 7,8 %) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, während die Umsatzabzüge bei den zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen.
 - liegen die Umsatzabzüge für den Netto Marken-Discount mit ca. 0,1 – 0,2 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 5 %) in einer unbedenklichen Größenordnung bzw. für die sonstigen relevanten Anbieter unterhalb einer rechnerischen Nachweisbarkeit.

Edeka Bülow und mit Abstrichen der Netto Marken Discount sind die einzigen Magnetbetriebe des ansonsten schwachen Einzelhandelsbesatzes im NVZ Silberhöhe. Gleichzeitig zeigt der Edeka Supermarkt einen nicht mehr zeitgemäßen Marktauftritt. Ein Neubau des Supermarktes ist seit einigen Jahren geplant, wurde bisher baurechtlich jedoch noch nicht genehmigt und die Umsetzung immer

wieder aufgeschoben (vgl. Kap. 3.5). Edeka und Netto übernehmen fast ausschließlich eine Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung im verdichteten Wohnumfeld. Das Einzugsgebiet der beiden Lebensmittelmärkte wird bereits jetzt durch das SB-Warenhaus im nahe gelegenen Kaufland Center und das südöstlich gelegene Edeka Center überlagert, welche für umfangreichere Versorgungseinkäufe auch durch die Bewohner des Stadtviertels Silberhöhe aufgesucht werden. Die Auswirkungen durch das Planvorhaben sind für den Lebensmitteleinzelhandel im NVZ Silberhöhe durchaus spürbar, unter Berücksichtigung der relativ geringen absoluten Umsatzabzüge sind trotz der städtebaulichen Vorschädigungen jedoch keine negativen Auswirkungen durch Geschäftsaufgaben etc. zu befürchten, wenngleich Umsatz- und damit Frequenzrückgänge bei den Lebensmittelmärkten als Magnetbetriebe auch die wirtschaftliche Tragfähigkeit der übrigen Einzelhändler beeinträchtigen können. Bezogen auf den bestehenden Einzelhandel im NVZ Silberhöhe sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen durch die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses somit als verträglich einzuschätzen.

- Im **Nahversorgungszentrum Diesterwegstraße** beträgt die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel insgesamt ca. 0,4 – 0,5 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 9,0 % entspricht. Damit liegt die Umsatzumverteilungsquote nur knapp unterhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen erwartet werden können. Auf einzelbetrieblicher Ebene
 - ist hiervon insbesondere Edeka Muschiol betroffen, welcher insgesamt ca. 0,4 – 0,5 Mio. € Umsatz verliert, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 9,9 % entspricht. Der überwiegende Teil der Umsatzumverteilung entfällt mit ca. 0,4 – 0,5 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 10,1 %) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, während die Umsatzabzüge bei den zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen.
 - liegen die Umsatzabzüge der wenigen übrigen relevanten Anbieter unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze.

Edeka Muschiol ist der einzige leistungsfähige Einzelhändler im kleindimensionierten und schwach ausgestatteten NVZ Diesterwegstraße. Aufgrund des insgesamt wenig attraktiven Einzelhandelsbesatzes und der Einschränkungen in der PKW-Erreichbarkeit liegt der Versorgungsschwerpunkt des Supermarktes auf der Nahversorgung der umliegenden Wohnbevölkerungsanteile der Stadtviertel Südstadt und Gesundbrunnen. Eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 10 % stellt bei Berücksichtigung der Höhe des absoluten Umsatzabzuges die ökonomische Leistungsfähigkeit des Supermarktes noch nicht in Frage, so dass keine negativen städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen durch das Planvorhaben zu befürchten sind. Gleichwohl wird aufgrund der Umsatzabzüge beim Edeka Supermarkt als einzigem Frequenzbringer das Nahversorgungszentrum insgesamt

mit deutlich spürbaren Wettbewerbswirkungen durch die Globus-Verlagerung konfrontiert sein.

- Im **Nahversorgungszentrum Ammendorf** beläuft sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel auf eine Größenordnung von insgesamt ca. 0,2 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 3,3 % entspricht. Damit liegt die Umsatzumverteilungsquote klar unterhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen sind. Auf einzelbetrieblicher Ebene
 - ist hiervon insbesondere Hard-Discounter von Aldi Nord betroffen, welcher insgesamt ca. 0,1 – 0,2 Mio. € Umsatz verliert, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 4,0 % entspricht. Dabei entfällt der überwiegende Anteil des Umsatzabzuges auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.
 - liegen die Umsatzabzüge der wenigen übrigen relevanten Anbieter unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze.

Der Aldi Discounter ist der einzige Betrieb mit einer gewissen Magnetfunktion im NVZ Ammendorf, besitzt mit seiner begrenzten Verkaufsflächenausstattung jedoch eine fast ausschließliche Nahversorgungsfunktion. Aufgrund des vom Planvorhaben deutlich abweichenden Betriebstyps sind der Umsatzabzug und die entsprechende Umsatzumverteilungsquote nur gering und lassen keine wesentlichen negativen Auswirkungen für das NVZ Ammendorf erwarten. Zur Verbesserung der Versorgungssituation im Stadtviertel Ammendorf/Beesen soll noch im Jahr 2017 mit dem Bau einer ergänzenden Fachmarkttagglomeration (u.a. Rewe, dm) begonnen werden, wobei der Rewe Supermarkt eine stärkere Wettbewerbsverflechtung mit dem Planvorhaben aufweisen würde als der Aldi Discounter. Bezogen auf den bestehenden Einzelhandel im NVZ Ammendorf sind die Auswirkungen durch das Planvorhaben als verträglich zu bewerten.

- Gegenüber den **sonstigen, außerhalb der ZVB im Stadtbezirk Halle-Süd** lokalisierten Einzelhandelsbetrieben wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 6,9 – 7,0 Mio. € bewirken; die entsprechende Umsatzumverteilungsquote beläuft sich auf ca. 7,3 %. Differenziert nach den einzelnen Sortimentsbereichen sind bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Umsatzrückgänge von ca. 6,7 Mio. € zu erwarten, was einer Umsatzumverteilungsquote von ebenfalls ca. 7,9 % entspricht. Auf einzelbetrieblicher Ebene
 - weist das Edeka Center in der Weißenfelder Str. mit insgesamt ca. 2,1 Mio. € Umsatz den höchsten Umsatzabzug aus, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 15,9 % entspricht. Der überwiegende Teil der Umsatzumverteilung entfällt mit ca. 2,0 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 16,3 %) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, während die Umsatzabzüge bei den zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen.

- liegen die Umsatzabzüge des Rewe Supermarktes in der Frau-von-Selmnitz-Straße (ca. 0,8 Mio. €; Umsatzumverteilungsquote ca. 24,6 %), des Lidl Discounters in der Merseburger Straße (ca. 0,8 – 0,9 Mio. €; Umsatzumverteilungsquote ca. 15,9 %) und des Netto Marken-Discounts in der Dieselstraße (ca. 0,5 – 0,6 Mio. €; Umsatzumverteilungsquote ca. 15,9 %) in einer in etwa vergleichbaren Größenordnung.
- sind die Kaufkraftverschiebungen der sonstigen Wettbewerber aufgrund deutlich geringerer Umsatzumverteilungsquoten und / oder vergleichsweise niedriger absoluter Umsatzabzüge in der Analyse bereits zu vernachlässigen.

Das Edeka Center in der Weißenfelder Str. ist ein attraktiver Anbieter in guter Standortlage am südlichen Rand der Großwohnsiedlung Silberhöhe, welches das Einzelhandelsangebot im NVZ Silberhöhe überstrahlt. Ein Umsatzabzug von ca. 2,0 – 2,1 Mio. €, d.h. mehr als ein Siebtel des Gesamtumsatzes, stellt auch für einen Lebensmittelmarkt mit dieser großdimensionierten Verkaufsfläche eine nicht unbedenkliche Größenordnung dar. Wegen der guten Standortfaktoren und der Verbindung zu anderen Einzelhandelsnutzungen in der Vorkassenzzone ist eine Aufgabe des Standortes im Falle der Realisierung des Planvorhabens jedoch als unwahrscheinlich anzusehen. Gleichwohl wird der Anbieter in seiner Ertragskraft und somit in seiner wirtschaftlichen Stabilität in starkem Maße negativ tangiert.

Der Rewe Supermarkt in der Frau-von-Selmnitz-Straße, der Lidl Discounter in der Merseburger Straße / Ecke Dieselstraße und der Netto Marken-Discount in der Dieselstraße liegen ebenso wie zuvor Edeka Niebisch oder Edeka Muschiol an derselben Ost-West-Verkehrsachse wie das Planvorhaben und sind jeweils in sehr hohem Maße durch die Verlagerung des Globus SB-Warenhauses betroffen.

Der Netto Marken-Discount ist in direkter Nachbarschaft zum Planareal auf der gegenüberliegenden Seite der Dieselstraße und angrenzend an die westlich anschließende Wohnbebauung lokalisiert. Die Zäsurwirkung der Dieselstraße erschwert Kopplungseinkäufe zwischen dem Planvorhaben und dem Netto Discounter, so dass insgesamt deutliche Kaufkraftverlagerungen auf das Globus SB-Warenhaus zu erwarten sind. Der Verlust von etwa einem Fünftel des Umsatzes (ca. 0,5 – 0,6 Mio. €) bedeutet für einen solchen Discounter in einer nicht optimalen Standortlage etwas zurückversetzt von der Dieselstraße eine Gefährdung der ökonomischen Tragfähigkeit. Die Aufgabe des teil-integrierten Netto Marken-Discounts würde die Nahversorgungssituation für die (nord-) westlich fußläufig angebundene Wohnbevölkerung verschlechtern.

Der Lidl Discounter liegt wenige 100 m westlich des Plangrundstücks und ist einem Umsatzabzug von ca. 0,8 – 0,9 Mio. € bzw. einer Umsatzumverteilungsquote von knapp 16 % ausgesetzt. Ein leistungsstarker Lidl Discounter sollte einen solchen Umsatzverlust wirtschaftlich verkraften, zumal sich Lidl vor Gericht grundsätzlich eine Erweiterung der Verkaufsfläche auf ca. 1.100 m² hat genehmigen lassen. Aufgrund der sehr exponierten Lage im Kreuzungsbereich der viel befah-

renen Merseburger Straße und Dieselstraße bzw. Damaschkestraße und des hohen Einwohnerpotenzials im Standortumfeld ist somit nicht davon auszugehen, dass eine Umsetzung des Planvorhabens Lidl vom derzeitigen Standort verdrängt.

Der Rewe Supermarkt weist aufgrund seiner Anbindung an die Damaschkestraße und einer guten Einsehbarkeit insgesamt eine attraktive Standortlage auf, besitzt mit der Anordnung des Warenangebots in zwei voneinander getrennten Gebäuden (Supermarkt und Getränkemarkt) und einer beengten Verkaufsfläche von ca. 850 m² im Supermarkt jedoch konzeptionelle Mängel. Der Rewe Supermarkt liegt in Streulage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, übernimmt als einziger Vollsortimenter im erweiterten Kreuzungsbereich der Merseburger Straße mit der Damaschkestraße bzw. Dieselstraße jedoch eine wichtige Nahversorgungsfunktion insbesondere für die auf Höhe des Supermarktes südlich der Damaschkestraße anschließende Wohnbebauung. Ein Umsatzabzug von ca. 0,8 Mio. € bzw. um ca. ein Viertel des Bestandumsatzes stellt die Wirtschaftlichkeit des Standortes in Frage, so dass eine Geschäftsaufgabe nicht auszuschließen ist. Vor dem Hintergrund der Projektplanung und der zu erwartenden Kaufkraftverlagerungen bleibt zudem auch abzuwarten, ob die Investition für die bereits diskutierte (vgl. Kap. 3.5) und am Standort notwendig erscheinende Neuordnung der Standortlage (Abriss und Neubau eines Supermarktes mit integriertem Getränkemarkt auf insgesamt ca. 1.800 m² VK) als riskant eingestuft und damit verworfen werden wird. Bezogen auf das Bestandsobjekt in der Frau-von-Selmnitz-Straße ist die Verlagerung des Globus SB-Warenhauses insgesamt als unverträglich zu bewerten.

Auch für den Rewe Supermarkt in der Liebenauer Straße (ca. 8,0 % Umsatzumverteilung) und den NP Discount in der Carl-Schurz-Straße (ca. 9,6 %) sind spürbare Auswirkungen durch das Planvorhaben festzustellen. Die Umsatzumverteilungsquoten liegen jedoch unterhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen sind, und sind vor dem Hintergrund des nur geringen absoluten Umsatzabzuges (ca. 0,3 Mio. € bzw. ca. 0,1 – 0,2 Mio. €) zu relativieren.

5.5.2 Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-Mitte

Gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Stadtbezirk Halle-Mitte können folgende durch die Realisierung des Planobjektes ausgelösten Wirkungen festgestellt werden:

- Im **Hauptzentrum Altstadt** beläuft sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel auf eine Größenordnung von insgesamt ca. 0,7 – 0,8 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von insgesamt ca. 0,3 % entspricht. Damit liegt die Umsatzumverteilungsquote bezogen auf das gesamte Hauptzentrum Altstadt in einer kaum spürbaren Größenordnung.

Auf einzelbetrieblicher Ebene weist keiner der im Hauptzentrum Altstadt situierten Lebensmittelmärkte oder sonstigen relevanten Anbieter eine nennenswerte

Betroffenheit auf. In den meisten Fällen liegt der Umsatzabzug unterhalb einer rechnerischen Nachweisbarkeit, so dass negative städtebauliche Auswirkungen auf einzelne Betriebe oder die Altstadt insgesamt durch das Planvorhaben auszu-schließen sind.

Bei den in der Altstadt vorhandenen Supermärkten handelt es sich um sog. „City“-Konzepte mit einer begrenzten Verkaufsflächenausstattung und einem entsprechend weniger tiefen und breiten Warenangebot. Diese werden von den Bewohnern der Altstadt ausschließlich zur Deckung des unmittelbaren täglichen Bedarfs aufgesucht. Aufgrund des begrenzten Sortiments, der schlechten PKW-Erreichbarkeit und weitgehend fehlender Parkmöglichkeiten weichen die Bewohner der Altstadt für umfangreichere Versorgungseinkäufe bereits heute auf die außerhalb des Hauptzentrums gelegenen und größer dimensionierten Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser aus. Somit sind die Umsatzverlagerungen aus der Altstadt auf das geplante SB-Warenhaus nur äußerst gering. Insgesamt sind die zu erwartenden Auswirkungen des Planvorhabens auf den bestehenden Einzelhandel im Hauptzentrum Altstadt somit als verträglich einzustufen.

- Im **Nahversorgungszentrum Reileck** ist der Umsatzabzug gegenüber dem bestehenden Einzelhandel äußerst niedrig und rechnerisch nicht nachweisbar. Das NVZ Reileck ist mit verschiedenen Lebensmittelhandwerkern und sonstigen relevanten Fachhändlern, aber keinem großdimensionierten Lebensmittelmarkt ausgestattet. Dementsprechend sind keine nennenswerten Kaufkraftbewegungen vom NVZ Reileck zum Planvorhaben zu erwarten. Bezogen auf den bestehenden Einzelhandel im NVZ Reileck sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen durch die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses somit als verträglich einzuschätzen.
- Gegenüber den **sonstigen, außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk Halle-Mitte** lokalisierten Einzelhandelsbetrieben wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 2,9 Mio. € bewirken; die entsprechende Umsatzumverteilungsquote beläuft sich auf ca. 4,0 %. Differenziert nach den einzelnen Sortimentsbereichen sind bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit ca. 2,7 – 2,8 Mio. € die mit Abstand höchsten Umsatzrückgänge zu erwarten, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 5,2 % entspricht. Auf einzelbetrieblicher Ebene
 - weist insbesondere das Edeka Center in der Merseburger Straße mit insgesamt ca. 1,8 Mio. € Umsatz den höchsten Umsatzabzug aus, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 14,1 % entspricht. Der überwiegende Teil der Umsatzumverteilung entfällt mit ca. 1,7 – 1,8 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 14,5 %) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, während die Umsatzabzüge bei den zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen.

- liegen die Umsatzabzüge und daraus resultierenden Umsatzumverteilungsquoten der übrigen, außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche lokalisierten Einzelhandelsbetriebe in einer bereits zu vernachlässigenden Größenordnung.

Das Edeka Center in der Merseburger Straße zeigt einen ansehnlichen und modernen Marktauftritt und macht einen sehr leistungsfähigen Eindruck. Es ist in einer städtebaulich integrierten Lage mit einem gemischt genutzten Umfeld aus Wohnen, Einzelhandel, Büro und Gewerbe lokalisiert. Mit seinem umfangreichen Warenangebot gerade auch im Frischesegment übernimmt das Edeka Center eine wichtige Versorgungsfunktion insbesondere für die Bewohner der Stadtviertel „Südliche Innenstadt“ und „Lutherplatz/Thüringer Bahnhof“. Das Kerneinzugsgebiet des Edeka Centers würde durch ein Globus SB-Warenhaus an der Dieselstraße deutlich überlagert werden. Die durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzabzüge in Höhe von insgesamt ca. 1,8 Mio. € bedeuten mit ca. 14,1 %, dass ein erheblicher Umsatzabzug gegeben ist, welcher zu einer Schwächung der städtebaulich integrierten Standortlage und insbesondere des Edeka Centers führen wird. Die Aufgabe des Edeka Verbrauchermarktes ist jedoch trotz des deutlichen Umsatzrückgangs nicht zu erwarten. Einhergehend mit den Umsatz- und Frequenzrückgängen des Edeka Marktes ist jedoch auch eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation der Einzelhandelsbetriebe in der Vorkassenzone des Edeka Centers verbunden.

Negative städtebauliche Auswirkungen auf die außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegenen Einzelhandelslagen im Stadtbezirk Halle-Mitte durch das Planvorhaben können insgesamt ausgeschlossen werden. Eine Beeinträchtigung der Nahversorgung ist demgegenüber jedoch durchaus möglich.

5.5.3 Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-Ost

Gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Stadtbezirk Halle-Ost können folgende durch die Realisierung des Planobjektes ausgelösten Wirkungen festgestellt werden:

- Im **Nahversorgungszentrum Büschdorf** beläuft sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel auf eine Größenordnung von insgesamt ca. 0,9 – 1,0 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von insgesamt ca. 6,9 % entspricht. Damit liegt die Umsatzumverteilungsquote relativ deutlich unterhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen sind. Auf einzelbetrieblicher Ebene
- ist hiervon insbesondere Rewe Peuser im Fachmarktzentrum „Büschdorfer Mitte“ betroffen, welcher insgesamt ca. 0,7 – 0,8 Mio. € Umsatz verliert, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 13,9 % entspricht. Der überwiegende Teil der Umsatzumverteilung entfällt mit ca. 0,7 – 0,8 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 14,2 %) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, während die Umsatzabzüge bei den zentrenrelevanten und nicht-

zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen.

- bewegen sich die Umsatzabzüge gegenüber den sonstigen Anbietern im NVZ Büschdorf in einer kaum spürbaren Größenordnung.

Das Fachmarktzentrum „Büschdorfer Mitte“ weist umgeben von Wohnbebauung und an der viel befahrenen Delitzscher Straße gelegen eine gute Leistungsfähigkeit auf. Der Rewe Supermarkt übernimmt dabei eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das Stadtviertel Büschdorf, für einen ökonomisch tragfähigen Betrieb sind der Supermarkt und das Fachmarktzentrum insgesamt über das relativ einwohnerschwache Büschdorf hinaus aus weitere Kundenpotenziale angewiesen. Räumlich liegt das NVZ Büschdorf bereits in etwas größerer Entfernung zum Planareal, ist über die Europachaussee mit dem PKW jedoch sehr gut an die Dieselstraße angebunden. Insgesamt ist das Planareal aus Büschdorf etwas schneller erreichbar als das derzeitige Bestandsobjekt im HEP. Ein weiterer großdimensionierter Wettbewerber im weiteren Umfeld des NVZ Büschdorf wurde beim Rewe Markt eine Umsatzumverteilung von fast 14 % bewirken, was für den Supermarkt eine große Herausforderung darstellt. Aufgrund der guten Standortfaktoren ist jedoch nicht davon auszugehen, dass Rewe im Falle einer Projektrealisierung den Standort in der „Büschdorfer Mitte“ verlässt, u.a. auch, da es sich hierbei um den einzigen Rewe Markt im Stadtbezirk Ost handelt. Gleichwohl wird die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Marktes in einem bedenklichen Ausmaß tangiert. Gemeinsam mit dem fungiert Rewe als Magnetbetrieb der „Büschdorfer Mitte“ und insgesamt des NVZ Büschdorf. Deutliche Umsatz- und Frequenzrückgänge beim Rewe Supermarkt dürften somit auch die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der übrigen Einzelhandelsbetriebe im NVZ Büschdorf beeinträchtigen. Insgesamt sind eine Einschränkung der Nahversorgungsfunktion oder sonstige städtebaulich negativen Auswirkungen im NVZ Büschdorf jedoch nicht zu erwarten.

- Am **Sonderstandort „Hallescher Einkaufspark“** beläuft sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel auf eine Größenordnung von ca. 1,0 – 1,1 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von insgesamt ca. 2,2 % entspricht. Auf einzelbetrieblicher Ebene
 - weist der Aldi Nord Discounter am „Sonderstandort HEP“ mit einem Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,4 – 0,5 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 8,4 % entspricht, ebenfalls spürbare Wirkungen durch das Planvorhaben auf.
 - beträgt der Umsatzabzug gegenüber den sonstigen Anbietern in den zentrenrelevanten Sortimenten ca. 0,3 – 0,4 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 1,1 %).

Mit dem Auszug des Mieters Globus wird das Einkaufszentrum HEP seinen wichtigsten Magnetbetrieb verlieren, was sich im Zuge einer abnehmenden Kundenfrequenz v.a. auch negativ auf den Aldi Nord Discounter im Erdgeschoss des Cen-

ters auswirkt. Durch die zu erwartende Nachbelegung der Globus-Fläche mit einem großdimensionierten Verbrauchermarkt und der gemeinsamen Anziehungskraft der Mieter im HEP insgesamt werden sich die Umsatzabzüge von Aldi wie auch von den übrigen relevanten Einzelhandelsbetrieben jedoch auf ein wirtschaftlich zu verkraftendes Maß beschränken. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass es sich beim HEP um einen autokundenorientierten Sonderstandort handelt, welcher weder zentralörtliche Versorgungsfunktionen noch – aufgrund der fehlenden Wohnbebauung im Umfeld – nennenswerte Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Entsprechend ist der Umsatzabzug durch das Planobjekt bei den dort vorhandenen Einzelhandelsbetrieben jeweils – unabhängig von der Höhe – als übliche Wettbewerbswirkung in einer marktwirtschaftlichen Ordnung zu sehen.

- Gegenüber den **sonstigen, außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und des Sonderstandortes HEP im Stadtbezirk Halle-Ost** lokalisierten Einzelhandelsbetrieben wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 0,6 – 0,7 Mio. € bewirken; die entsprechende Umsatzumverteilungsquote beläuft sich auf ca. 2,1 %.

5.5.4 Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-Nord

Gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Stadtbezirk Halle-Nord können folgende durch die Realisierung des Planobjektes ausgelösten Wirkungen festgestellt werden:

- Am **Sonderstandort „Fachmarkttagglomeration Magdeburger Chaussee“** beläuft sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel auf eine Größenordnung von insgesamt ca. 0,4 – 0,5 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,4 % entspricht.
- Gegenüber den **sonstigen, außerhalb des Sonderstandortes im Stadtbezirk Halle-Nord** lokalisierten Einzelhandelsbetrieben wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 1,5 Mio. € bewirken; die entsprechende Umsatzumverteilungsquote beläuft sich auf ca. 1,9 %.

Der relevante Einzelhandelsbesatz im Stadtbezirk Nord ist räumlich bereits deutlich vom Planareal abgesetzt und weist nur noch nachrangige Wettbewerbsverflechtungen zum geplanten Globus SB-Warenhaus auf. Entsprechend gering sind die jeweiligen Umsatzabzüge und Umsatzumverteilungsquoten der einzelnen Standortlagen. Am stärksten betroffen ist das Edeka Center im Stadtviertel „Am Wasserturm/Thaer“ in der Hermesstraße, aber auch hier sind die zu erwartenden Auswirkungen mit einem Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,7 Mio. € und einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,9 % völlig unbedenklich. Somit sind die Auswirkungen des Planvorhabens auf die Einzelhandelslagen im Stadtbezirk Halle-Nord als verträglich zu bewerten.

5.5.5 Auswirkungen auf Standortlagen im Stadtbezirk Halle-West

Gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Stadtbezirk Halle-West können folgende durch die Realisierung des Planobjektes ausgelösten Wirkungen festgestellt werden:



- Im **Nebenzentrum Halle-Neustadt** beläuft sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel auf eine Größenordnung von insgesamt ca. 0,9 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,2 % entspricht.
- Im **Nahversorgungszentrum Heide-Nord (Heideringpassage)** ist der Umsatzabzug gegenüber dem bestehenden Einzelhandel äußerst niedrig und rechnerisch nicht mehr nachweisbar.
- Im **Nahversorgungszentrum Hubertusplatz** ist der Umsatzabzug gegenüber dem bestehenden Einzelhandel ebenfalls äußerst niedrig und rechnerisch nicht mehr nachweisbar.
- Gegenüber den **sonstigen, außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk Halle-West** lokalisierten Einzelhandelsbetrieben wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 1,7 – 1,8 Mio. € bewirken; die entsprechende Umsatzumverteilungsquote beläuft sich auf ca. 1,4 %.

Der relevante Einzelhandel im Stadtbezirk Halle-West weist aufgrund seiner räumlich z.T. bereits großen Entfernung zum Planareal, der trennenden Wirkung durch die Saale mit entsprechenden Einschränkungen der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Siedlungsgeschichte mit der ehemals eigenständigen Gemeinde Halle-Neustadt nur geringe Wettbewerbsverflechtungen zum Planvorhaben auf. Der gesamte Stadtbezirk West liegt außerhalb des Einzugsgebietes des geplanten Globus-SB-Warenhauses. Entsprechend gering sind die Umsatzabzüge und daraus berechneten Umsatzumverteilungsquoten gegenüber dem bestehenden Einzelhandel. Einzelbetrieblich sind nennenswerte Umsatzabzüge mit ca. 0,5 – 0,6 Mio. € beim Real SB-Warenhaus im „Neustadt Centrum Halle“ bzw. ca. 0,6 Mio. € beim Kaufland SB-Warenhaus am Zollrain lediglich gegenüber großdimensionierten Wettbewerbern eines vergleichbaren Betriebstyps zu konstatieren. Die entsprechenden Umsatzumverteilungsquoten liegen auf Ebene dieser Einzelbetriebe mit jeweils ca. 2,4 % jedoch allenfalls im Rahmen üblicher konjunktureller Schwankungen. Negative städtebauliche oder raumordnerische Auswirkungen sowie Einschränkungen der Versorgungsfunktion in den zentralen Versorgungsbereichen oder sonstigen Einzelhandelslagen im Stadtbezirk Halle-West sind aus gutachterlicher Sicht somit ausgeschlossen.

5.5.6 Auswirkungen auf Standortlagen außerhalb der Stadt Halle

Gegenüber dem relevanten Einzelhandel außerhalb der Stadt Halle können folgende durch die Realisierung des Planobjektes ausgelösten Wirkungen festgestellt werden:

- Gegenüber dem Real SB-Warenhaus im „Halle Center Peißen“ in Landsberg-Peißen wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 3,0 – 3,1 Mio. € bewirken; die entsprechende Umsatzumverteilungsquote beläuft sich auf ca. 7,6 %.
- Gegenüber dem Kaufland SB-Warenhaus in der Querfurter Straße in Merseburg wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 1,2 Mio. € bewirken; die entsprechende Umsatzumverteilungsquote beläuft sich auf ca. 5,1 %.

- Auf die übrigen relevanten Einzelhandelsbetriebe außerhalb der Stadt Halle (z.B. Edeka Center in Merseburg, Filialen von NP Discount in Schkopau) entfällt aggregiert ein Umsatzabzug in Höhe von ca. 0,7 – 0,8 Mio. €.

Das Real SB-Warenhaus ist im „Halle Center Peißen“ direkt nordöstlich der Hallenser Stadtgrenze an einem sehr verkehrsgünstigen Standort lokalisiert. Ein zusätzlicher, ebenfalls verkehrsgünstig gelegener Wettbewerber an der Dieselstraße in Halle wird zu einer nicht unbedeutenden Kaufkraftverlagerung auf das Planvorhaben führen, wobei ein nicht unbeträchtlicher Anteil des abgezogenen Umsatzes des Halle Centers mit Kunden aus den östlichen Stadtvierteln der Stadt Halle erzielt wurde und somit für den örtlichen Einzelhandel in Halle zurückgewonnen wird. Das „Halle Center Peißen“ ist dezentral gelegen, so dass der Umsatzabzug gegenüber dem dortigen Real SB-Warenhaus – unabhängig von der Höhe – entsprechend als übliche Wettbewerbswirkung in einer marktwirtschaftlichen Ordnung zu sehen ist.

Gleiches gilt für das Kaufland SB-Warenhaus in Merseburg, das im nördlichen Stadtgebiet außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs und abseits von Wohnsiedlungsbereichen in einem Gewerbegebiet gelegen ist. Auch hier ist der Umsatzabzug – unabhängig von der Höhe – als übliche Wettbewerbswirkung in einer marktwirtschaftlichen Ordnung einzuschätzen.

Bezogen auf die Einzelhandelslagen und Standortbereiche außerhalb der Stadt Halle sind somit insgesamt keine städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen feststellbar.

Zusammenfassend sind innerhalb der Stadt Halle erhebliche Umsatzzumverteilungen v.a. für die an Verkehrsachse Diesterwegstraße / Vogelweide / Damaschkestraße / Dieselstraße lokalisierten Lebensmittelmärkte sowie für weitere in räumlicher Nähe zum Planareal gelegene Wettbewerbsstandorte zu konstatieren. Davon sind auch verschiedene zentrale Versorgungsbereiche (Nebenzentrum Südstadt, Nahversorgungszentren) und sonstige Nahversorgungsstandorte betroffen, welchen planerisch im Einzelhandelskonzept der Stadt Halle besondere Versorgungsfunktionen zugewiesen sind und die somit einen besonderen Schutz genießen. Eine Geschäftsaufgabe von Edeka Niebisch im NVZ Vogelweide, dem Rewe Supermarkt in der Frau-von-Selmnitz-Straße und dem Netto Marken-Discount an der Dieselstraße kann nicht ausgeschlossen werden. Alle drei Märkte sind wichtig für die Nahversorgung der umliegenden Wohnbevölkerung, so dass die Auswirkungen durch das Planvorhaben auch hier als unverträglich zu bewerten sind. Für die Wohnbevölkerung an der Dieselstraße würde das geplante Globus SB-Warenhaus zwar die Nahversorgung für den Netto Marken-Discount übernehmen. Das Planvorhaben liegt jedoch weiter von der Wohnbebauung entfernt, wobei die Kunden zusätzlich die viel befahrene Dieselstraße überqueren müssten. Zudem würde die Verlagerung des Globus SB-Warenhauses auch die Funktionsfähigkeit des Nebenzentrums Südstadt gefährden. Außerhalb der Stadt Halle entfallen die höchsten Umsatzabzüge insbesondere auf das Real SB-Warenhaus im Halle Center in Peißen, welches aufgrund seiner dezentralen Standortlage außerhalb eines zentralen

Versorgungsbereiches und ohne Nahversorgungsfunktion jedoch den üblichen Wettbewerbswirkungen innerhalb einer marktwirtschaftlichen Ordnung unterliegt.

Zwischenfazit zur BBE-Auswirkungsanalyse

- Die BBE geht bei der Berechnung der Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen ebenso wie ecostra davon aus, dass die Fläche des derzeitigen Globus SB-Warenhauses an einen konkurrierenden Lebensmittelfilialisten nachvermietet wird. Insofern decken sich hier die Annahmen, dass nach der Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an die Dieselstraße von einer adäquaten Nachbelegung der freigewordenen Fläche im HEP auszugehen ist. Die BBE nimmt modellhaft an, dass der angebotsgleiche Wettbewerber im HEP ca. 65 % seiner Umsätze an das verlagerte Globus SB-Warenhaus verliert. Im Segment „Food und Non-Food I“ verbleiben laut BBE somit ca. 10 Mio. € als Umsatzpotenzial des Nachmieters im HEP, was nach deren Einschätzung eine Verkaufsfläche zwischen ca. 2.500 und 3.000 m² VK rechtfertigen würde.¹ Daraus lässt sich somit – unter Vernachlässigung der sonstigen Sortimente – eine Flächenproduktivität von maximal ca. 4.000 € je m² VK ableiten.
- Aus gutachterlicher Sicht ist ein verbleibendes Umsatzpotenzial von ca. 10 Mio. € in den Sortimenten Food und Non-Food I am Standort im HEP als deutlich zu niedrig einzustufen. Das HEP ist ein etablierter und gelernter Handelsstandort, welcher mit dem Globus SB-Warenhaus einen Magnetmieter aufweist, welcher für umfassende Versorgungseinkäufe aufgesucht wird. Nach dem Auszug von Globus wird ein konkurrierender großdimensionierter Lebensmittelmarkt eine Teilfläche von Globus und damit auch die Magnetfunktion innerhalb des HEP übernehmen. Somit ist davon auszugehen, dass insbesondere bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein beträchtlicher Anteil der Kaufkraft am Standort des HEP verbleibt.
- ecostra schätzt ein, dass ein möglicher Nachmieter in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ca. 60 % des Umsatzes des derzeitigen Globus Marktes am Standort HEP binden kann, was einem Umsatz in Höhe von ca. 21,5 Mio. € entspricht. Dieser Nachmieter könnte weitgehend die Fläche im Erdgeschoss des HEP übernehmen. Bei einer angenommenen Verkaufsfläche zwischen ca. 4.000 und 5.000 m² VK bedeutet dies eine Flächenproduktivität von maximal ca. 5.375 € je m² VK, welche ein attraktiver Anbieter (z.B. Kaufland, Edeka) in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (weitgehend Food und Non-Food I) erreichen sollte.
- Aus der sachlich und fachlich wenig plausiblen Annahme, dass das verlagerte SB-Warenhaus bei der BBE ca. 65 % des derzeitigen Bestandsumsatzes im HEP an den neuen Standort an der Dieselstraße mitnimmt, folgt der Umstand, dass im Segment „Food / Non-Food I“ von den insgesamt ca. 39,76 Mio. € des insgesamt umzuverteilenden Umsatzes bereits 29,73 Mio. € (= ca. 75 %) als „mitgenomme-

¹ Vgl. BBE: op.cit., S. 53ff

ner Umsatz" des Bestandsobjektes definiert werden. Somit verbleibt nur noch ein geringes Umverteilungsvolumen von ca. 10 Mio. €, welches gegenüber den übrigen Lebensmittelanbietern im Untersuchungsraum umverteilt wird.

- Daraus ergeben sich in der Konsequenz bei der BBE die generell zumeist sehr deutlich geringeren Umsatzabzüge und Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den relevanten Einzelhändlern im näheren Umfeld des Planstandortes als es bei ecostra der Fall ist.
- Über diese grundsätzliche Fehleinschätzung der BBE hinaus erscheinen auch die beschriebenen und analysierten Auswirkungen auf einzelne zentrale Versorgungsbereiche oder Einzelhandelslagen z.T. wenig plausibel und fachlich nicht überzeugend.
- So konstatiert die BBE im Segment Food / Non-Food I für das Nebenzentrum Südstadt als am stärksten betroffenen, schützenswerten zentralen Versorgungsbereich innerhalb der Zone I des Einzugsgebietes eine Umsatzumlenkung von ca. 2,62 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 7,7 % entspricht. Für das Nahversorgungszentrum Büschdorf wurde dagegen ein Umsatzabzug von ca. 70.000 € bzw. eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,1 % ermittelt. Natürlich sind bei der Analyse der Kaufkraftbewegungen verschiedenste Faktoren, wie z.B. die Standortlage, die Entfernung zum Planvorhaben, der Betriebstyp, die Leistungsfähigkeit des Wettbewerbers und die sich daraus abzuleitenden Wettbewerbsverflechtungen, zu berücksichtigen. Somit sind die Auswirkungen des Planvorhabens auf das Kaufland SB-Warenhaus im Nebenzentrum Südstadt sicherlich höher als auf den Rewe Supermarkt im NVZ Büschdorf. Dennoch liegt auch das NVZ Büschdorf bei der BBE in Zone I des Einzugsgebietes und das entsprechende Wohnumfeld weist somit eine ähnlich hohe Kundenanbindungsintensität an das Planvorhaben auf. Vor diesem Hintergrund sind ein solch geringer Umsatzabzug und eine sehr geringe Umsatzumverteilungsquote für den Rewe Supermarkt gutachterlich als nicht markt- und fachgerecht einzuschätzen.
- Für die zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk West stellt die BBE ebenso wie ecostra nur wenig spürbare Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche fest.
- Außerhalb von Halle, d.h. in den Umlandgemeinden, stimmen die Analyseergebnisse von ecostra und BBE dahingehend überein, dass keine städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Einzelhandelslagen zu erwarten sind.

Eine detaillierte Darstellung der durch die Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an die Dieselstraße ausgelösten Veränderungen in den Kaufkraftströmen und daraus resultierenden Umsatzumverteilungen gegenüber dem bestehenden Einzelhandel im Untersuchungsraum zeigt die nachfolgende Tab. 22.

Tab. 22: Überblicksdarstellung des durch das Planvorhaben an der Dieselstraße in Halle (Saale) mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 9.170 m² ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Untersuchungsraum

Stadt / Gemeinde / Ortsteil / Handelsstandort	Projektrelevanter Umsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
		Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt	Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt
Stadtbezirk Halle-Mitte insgesamt	311,6	3,2 – 3,3	0,4	<0,1	3,7	3,0	0,2	k.A.	1,2
• Hauptzentrum Halle-Altstadt insgesamt	231,1	0,4 – 0,5	0,2 – 0,3	<0,1	0,7 – 0,8	0,9	0,2	k.A.	0,3
• Rewe City Mann, Leipziger Straße	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Edeka Schaaf, Große Ulrichstraße	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Edeka Hallmarkt, Oleariusstraße	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Rewe City, Kellnerstraße	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	16,8	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	28,3	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	0,6	k.A.	k.A.	0,5
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	174,5	<0,1	0,2 – 0,3	<0,1	0,2 – 0,3	k.A.	0,2	k.A.	0,2
• NVZ Reileck insgesamt	7,3	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	2,0	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	2,9	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	2,4	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Außerhalb ZVB insgesamt	73,2	2,7 – 2,8	0,1	<0,1	2,9	5,2	0,5	k.A.	4,0
• Edeka Center, Merseburger Straße	12,8	1,7 – 1,8	<0,1	<0,1	1,8	14,5	k.A.	k.A.	14,1
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	38,5	0,9 – 1,0	<0,1	<0,1	1,0	2,7	k.A.	k.A.	2,6
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	4,3	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	17,6	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Stadtbezirk Halle-Süd insgesamt	185,9	14,1	0,7	0,1 – 0,2	14,9 – 15,0	9,5	2,0	5,1	8,0
• Nebenzentrum Halle-Südstadt insgesamt	64,5	5,0 – 5,1	0,5	<0,1	5,6 – 5,7	13,5	2,0	k.A.	8,7
• Kaufland	k.A.	4,3 – 4,4	0,3 – 0,4	<0,1	4,7 – 4,8	17,5	9,8	k.A.	16,3
• Lidl	k.A.	0,3 – 0,4	<0,1	<0,1	0,3 – 0,4	6,1	k.A.	k.A.	6,1
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	2,5	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	7,0	k.A.	k.A.	7,0
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	0,2	<0,1	<0,1	0,2	4,5	k.A.	k.A.	4,4
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	22,6	<0,1	0,1 – 0,2	<0,1	0,1 – 0,2	k.A.	0,7	k.A.	0,7

Fortsetzung der Tabelle auf nächster Seite!



Fortsetzung der Tabelle von der vorherigen Seite!

Stadt / Gemeinde / Ortsteil / Handelsstandort	Projektrelevanter Umsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
		Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt	Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt
• NVZ Vogelweide insgesamt	5,9	1,0 – 1,1	<0,1	<0,1	1,0 – 1,1	19,1	k.A	k.A	18,2
• Edeka Niebisch, Vogelweide	k.A.	1,0	<0,1	<0,1	1,0 – 1,1	22,8	k.A	k.A	22,2
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• NVZ Silberhöhe insgesamt	9,6	0,6 – 0,7	<0,1	<0,1	0,6 – 0,7	6,6	k.A	k.A	6,2
• Edeka Bülow, Wilhelm-von-Klewiz-Straße	k.A.	0,4 – 0,5	<0,1	<0,1	0,4 – 0,5	7,8	k.A.	k.A.	7,6
• Netto Marken-Discount, Philipp-von-Ladenberg-Straße	k.A.	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	5,0	k.A.	k.A.	5,0
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	0,9	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• NVZ Diesterwegstraße insgesamt	5,2	0,4 – 0,5	<0,1	<0,1	0,4 – 0,5	9,4	k.A	k.A	9,0
• Edeka Muschiol	k.A.	0,4 – 0,5	<0,1	<0,1	0,4 – 0,5	10,1	k.A.	k.A.	9,9
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• NVZ Ammendorf insgesamt	6,3	0,2	<0,1	<0,1	0,2	3,7	k.A	k.A	3,3
• Aldi Nord, Merseburger Straße	k.A.	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	4,1	k.A.	k.A.	4,0
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Außerhalb ZVB insgesamt	94,4	6,7	0,1 – 0,2	<0,1	6,9 – 7,0	7,9	2,1	k.A	7,3
• Edeka Center, Weibenfelder Straße	k.A.	2,0	<0,1	<0,1	2,1	16,3	k.A.	k.A.	15,9
• Aldi Nord, Beesener Straße	k.A.	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	3,1	k.A.	k.A.	3,0
• Rewe, Frau-von-Selmnitz-Straße	k.A.	0,8	<0,1	<0,1	0,8	25,5	k.A.	k.A.	24,6
• Netto Marken-Discount, Dieselstraße	k.A.	0,5 – 0,6	<0,1	<0,1	0,5 – 0,6	19,0	k.A.	k.A.	18,5
• Lidl, Merseburger Straße	k.A.	0,8 – 0,9	<0,1	<0,1	0,8 – 0,9	16,4	k.A.	k.A.	15,9
• Rewe, Liebenauer Straße	k.A.	0,3	<0,1	<0,1	0,3	8,2	k.A.	k.A.	8,0
• NP Discount, Carl-Schurz-Straße	k.A.	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	9,8	k.A.	k.A.	9,6

Fortsetzung der Tabelle auf nächster Seite!



Fortsetzung der Tabelle von der vorherigen Seite!

Stadt / Gemeinde / Ortsteil / Handelsstandort	Projektrelevanter Umsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
		Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt	Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	47,2	1,6	<0,1	<0,1	1,6 – 1,7	3,5	k.A.	k.A.	3,5
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	6,4	0,3	<0,1	<0,1	0,3	4,6	k.A.	k.A.	4,5
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	5,6	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Stadtbezirk Halle-Ost insgesamt	90,9	2,2	0,4 – 0,5	<0,1	2,6 – 2,7	4,8	1,0	k.A.	2,9
• NVZ Büschdorf insgesamt	14,2	0,9 – 1,0	<0,1	<0,1	0,9 – 1,0	9,4	k.A.	k.A.	6,9
• Rewe Peuser, Delitzscher Straße	k.A.	0,7 – 0,8	<0,1	<0,1	0,7 – 0,8	14,2	k.A.	k.A.	13,9
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	3,8	k.A.	k.A.	3,7
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonderstandort HEP insgesamt	47,2	0,6 – 0,7	0,4	<0,1	1,0 – 1,1	5,6	1,1	k.A.	2,2
• Aldi Nord, Leipziger Chaussee	k.A.	0,4 – 0,5	<0,1	<0,1	0,4 – 0,5	8,6	k.A.	k.A.	8,4
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	3,4	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	4,3	k.A.	k.A.	4,3
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	35,0	<0,1	0,3 – 0,4	<0,1	0,3 – 0,4	k.A.	1,1	k.A.	1,1
• Außerhalb ZVB / HEP insgesamt	29,5	0,6	<0,1	<0,1	0,6 – 0,7	2,6	k.A.	k.A.	2,1
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	23,6	0,5 – 0,6	<0,1	<0,1	0,6	2,5	k.A.	k.A.	2,5
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	1,0	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	5,0	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Stadtbezirk Halle-Nord insgesamt	110,0	1,9	0,1	<0,1	1,9 – 2,0	1,9	1,1	k.A.	1,8
• Sonderstandort FMA Magdeburger Chaussee insg.	32,1	0,4 – 0,5	<0,1	<0,1	0,4 – 0,5	1,6	k.A.	k.A.	1,4
• Kaufland, Magdeburger Chaussee	k.A.	0,3 – 0,4	<0,1	<0,1	0,4	1,9	k.A.	k.A.	1,8
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	6,3	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Außerhalb Sonderstandort FMA insgesamt	78,0	1,4 – 1,5	<0,1	<0,1	1,5	2,0	k.A.	k.A.	1,9
• Edeka Center, Hermesstraße	k.A.	0,6 – 0,7	<0,1	<0,1	0,7	4,0	k.A.	k.A.	3,9
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	53,4	0,7	<0,1	<0,1	0,7 – 0,8	1,4	k.A.	k.A.	1,4
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	4,6	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.

Fortsetzung der Tabelle auf nächster Seite!



Fortsetzung der Tabelle von der vorherigen Seite!

Stadt / Gemeinde / Ortsteil / Handelsstandort	Projektrelevanter Umsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
		Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt	Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	2,4	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Stadtbezirk Halle-West insgesamt	218,1	2,5 – 2,6	0,2	<0,1	2,8	1,6	0,6	k.A.	1,3
• Nebenzentrum Halle-Neustadt insgesamt	75,0	0,7 – 0,8	0,1 – 0,2	<0,1	0,9	2,2	0,6	k.A.	1,2
• Real, Am Bruchsee	k.A.	0,5	<0,1	<0,1	0,5 – 0,6	3,0	k.A.	k.A.	2,4
• Aldi Nord, Am Bruchsee	k.A.	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	2,8	k.A.	k.A.	2,7
• Norma, Neustädter Passage	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Mix Markt, Albert-Einstein-Straße	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	5,0	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	6,0	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	31,6	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• NVZ Heide-Nord insgesamt	9,0	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Edeka Stark, Heidering	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Norma, Heidering	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	1,2	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	2,1	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• NVZ Hubertusplatz insgesamt	6,4	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Netto Marken-Discount	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• NP Discount	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Außerhalb ZVB insgesamt	127,7	1,6 – 1,7	<0,1	<0,1	1,7 – 1,8	1,5	0,8	k.A.	1,4
• Kaufland, Zollrain	k.A.	0,5 – 0,6	<0,1	<0,1	0,6	2,5	k.A.	k.A.	2,4
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	86,8	0,9 – 1,0	<0,1	<0,1	0,9 – 1,0	1,1	k.A.	k.A.	1,1
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	4,8	0,1 – 0,2	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	3,1	k.A.	k.A.	3,0
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	10,8	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.

Fortsetzung der Tabelle auf nächster Seite!



Fortsetzung der Tabelle von der vorherigen Seite!

Stadt / Gemeinde / Ortsteil / Handelsstandort	Projektrelevanter Umsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
		Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt	Nahversorgungsrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente	Insgesamt
Umland von Halle insgesamt	k.A.	4,7 - 4,8	0,2	<0,1	5,0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Real, Landsberg-Pelßen, Saarbrücker Straße	k.A.	2,8 - 2,9	0,1 - 0,2	<0,1	3,0 - 3,1	10,7	1,2	k.A.	7,6
• Kaufland, Merseburg, Querfurter Straße	k.A.	1,1 - 1,2	<0,1	<0,1	1,2	5,6	k.A.	k.A.	5,1
• Sonstiger Lebensmittel Einzelhandel außerhalb von Halle	k.A.	0,7	<0,1	<0,1	0,7 - 0,8	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Summe insgesamt	k.A.	28,8	2,0	0,3	31,1	100,0	100,0	100,0	100,0

k.A. = keine Angabe

<0,1 = unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze

Quelle: ecostra-Berechnungen, ggf. Rundungsdifferenzen



5.6 Verkehrliche Auswirkungen durch das Planvorhaben

Hinsichtlich der möglichen Auswirkungen auf den Verkehr ist zunächst allgemein festzustellen, dass jedes neu errichtete Einzelhandelsobjekt in gewissem Umfang zu einem erhöhten Verkehrsaufkommen in dem entsprechenden Standortbereich führt. Dabei ist grundsätzlich festzuhalten, dass nicht sämtliche Verkehre, die durch ein Einzelhandelsobjekt angezogen werden, auch originär neu erzeugt werden. Es kommt überwiegend zu einer Verlagerung bereits existenter Verkehre auf neue Standorte.

Nachfolgend werden die am Planstandort durch die Realisierung des Planobjektes zu erwartenden Verkehrsmengen berechnet:

	Umsatzleistung des Planobjektes p.a.	=	ca. 52,3 Mio. €
:	Ø Einkaufsbetrag pro Besucher	=	ca. 28,00 €
=	Besucheraufkommen p.a.	=	ca. 1.867.857 Kunden
X	PKW-Kundenanteil	=	ca. 85 %
=	PKW-Kunden p.a.	=	ca. 1.587.679 PKW-Kunden
:	Ø PKW-Besetzungsgrad	=	ca. 1,2 Personen / PKW
=	PKW-Aufkommen p.a.	=	ca. 1.323.065 PKW
:	Öffnungstage p.a.	=	ca. 300 Öffnungstage
=	PKW-Aufkommen pro Öffnungstag	=	ca. 4.410 PKW

Das durchschnittliche Verkehrsaufkommen pro Tag, welches durch die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an die Dieselstraße in Halle induziert wird, beträgt ca. 8.820 PKW-Frequenzen in der Summe der Zu- und Abfahrten. Dabei handelt es sich um eine eher modellhafte Berechnung, da hier Tages- und Wochenganglinien vernachlässigt werden.

Inwieweit die Zufahrtswege zum Planstandort die zu erwartenden Verkehrsmengen aufnehmen können bzw. die auf dem Planstandort vorgesehenen Parkierungsangebote ausreichend sind, ist in einem Verkehrsgutachten zu prüfen.¹

¹ Ein entsprechendes Verkehrsgutachten wurde nach Presseberichten im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens Nr. 177 durch den Investor Globus bereits vorgelegt.

6. Fazit

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden die Auswirkungen der geplanten Neuschaffung von ca. 9.170 m² VK durch die Verlagerung des Globus SB-Warenhauses aus dem Einkaufszentrum HEP an die Dieselstraße in Halle (Saale) auf den relevanten Wettbewerb, die gewachsenen innerörtlichen Strukturen und die Nahversorgung untersucht. Wo erforderlich, wurde zudem die vorliegende Auswirkungsanalyse der BBE zu den Auswirkungen der geplanten Standortverlagerung des Globus Marktes einer fachgutachterlichen Überprüfung unterzogen. Zusammenfassend können folgende Feststellungen getroffen werden:

- Die Firma Globus betreibt seit dem Jahr 1995 in Halle an der Leipziger Chaussee im sog. Halleschen Einkaufspark (HEP) ein zweigeschossiges SB-Warenhaus mit einer gesamten Verkaufsfläche von ca. 9.320 m². Nach Angaben von Globus hat dieser Markt am bestehenden Standort kaum Möglichkeiten zur Umsetzung beabsichtigter betrieblicher Maßnahmen, so dass eine Standortverlagerung geplant ist. Als neuer Standort für das Globus SB-Warenhaus ist nun ein ca. 90.000 m² großes Grundstück an der Dieselstraße in Halle vorgesehen, wobei nun eine eingeschossige Anordnung der Verkaufsflächen erfolgen soll. Für das Planobjekt ist ein Globus SB-Warenhaus mit insgesamt ca. 8.570 m² VK, davon ca. 4.500 m² VK Lebensmittel und ca. 4.070 m² VK Non-Food-Sortimente vorgesehen. Hinzu kommen in der Vorkassenzone weitere kleinflächige Shops mit zusammen ca. 600 m² VK sowie weiteren Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben mit zusammen ca. 900 m². Insgesamt sollen somit ca. 9.170 m² Gesamtverkaufsfläche neu geschaffen werden, wodurch bezogen auf die Verkaufsflächendimensionierung der größte Lebensmittelmarkt in Halle entstehen würde.
- Das Planareal an der Dieselstraße weist aus betrieblicher Sicht eine gute Eignung zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses aus. Dies resultiert aus der Möglichkeit zur eingeschossigen Umsetzung des SB-Warenhaus-Konzeptes an einer stark befahrenen Verbindungsstraße zwischen zwei Hauptverkehrsachsen und der guten Einsehbarkeit von der Dieselstraße. Zudem ist die Wettbewerbsdichte im näheren Umfeld gering, da die ähnlich konzipierten, großdimensionierten Lebensmittelmärkte (Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser) räumlich bereits etwas vom Planareal entfernt liegen. Mit einer Verlagerung zur Dieselstraße rückt der Globus Markt im Vergleich zum Bestandsobjekt im HEP deutlich näher an die stärker verdichteten Siedlungsbereiche mit entsprechenden Bevölkerungspotenzialen in Halle heran. Der Standortnachteil durch den weiterhin vorhandenen räumlichen Abstand zu den nächstgelegenen Wohngebieten relativiert sich aufgrund der Flächendimensionierung und Konzeptionierung, welche eindeutig auf Autokunden ausgerichtet ist und damit ein weiträumiges Umfeld bzw. Einzugsgebiet anspricht.
- Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich beim Plangrundstück um eine städtebaulich nicht-integrierte Standortlage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs.

Hier sollen gemeinsam mit der Vorkassenzone insgesamt ca. 9.170 m² VK neu geschaffen werden, auf welcher fast ausschließlich durch nahversorgungs- oder zentrenrelevante Sortimente angeboten werden. Das Planareal ist in einem gewerblich geprägten Umfeld gelegen. Die nächstgelegenen Wohngebiete sind im Nord- und Südwesten bereits etwas vom Planareal abgesetzt, wenngleich eine fußläufige Erreichbarkeit aus diesen Siedlungsbereichen gegeben ist. Das geplante Globus SB-Warenhaus wird eine sehr deutliche Autokundenorientierung aufweisen und damit einen wesentlichen Wettbewerber für die bestehenden SB-Warenhäuser und LM-Verbrauchermärkte darstellen.

- Aus raumordnerischer Sicht ist das Oberzentrum Halle mit einer über das Stadtgebiet hinausgehenden Versorgungsfunktion als Standort für die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels vorgesehen. Nach den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sind bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe Sondergebiete im Sinne des §11 Absatz 3 BauNVO auszuweisen, welche städtebaulich integriert sein sollen und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden dürfen. Nutzungsänderungen für Sondergebiete in nicht-integrierten Standortlagen dürfen darüber hinaus nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen.
- Wie die Analyse der Angebots- und Wettbewerbssituation gezeigt hat, herrscht in der Stadt Halle eine ausgeprägte Wettbewerbsintensität im Lebensmitteleinzelhandel, welche sich u.a. aufgrund der bereits vorhandenen deutlich überdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel ergibt. Mit einer Verlagerung von der Leipziger Chaussee in die Dieselstraße wird das Globus SB-Warenhaus näher an die Bevölkerungsschwerpunkte im Hallenser Stadtgebiet, gleichzeitig aber auch näher an die Standorte bestehender wesentlicher Anbieter heranrücken und somit den diesbezüglichen Wettbewerb verschärfen. Als Hauptwettbewerber für das Planvorhaben kommen dabei die großdimensionierten Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser in Frage, welche relativ gleichmäßig über das gesamte Stadtgebiet von Halle verteilt sind. Dabei ist insbesondere auf das Kaufland SB-Warenhaus im Nebenzentrum Südstadt sowie auf die Edeka Center in der Weißenfelder Straße und in der Merseburger Straße hinzuweisen. Darüber hinaus sind im näheren Umfeld des Planareals z.B. mit dem direkt benachbarten Netto Marken-Discount an der Dieselstraße, dem Lidl-Discounter in der Merseburger Straße / Ecke Dieselstraße, dem Rewe Supermarkt in der Frau-von-Selmnitz-Straße, dem NP-Discount in der Carl-Schurz-Straße und dem Edeka Niebisch Supermarkt in der Vogelweide weitere Lebensmittelmärkte gelegen. Diese besitzen mit ihrer limitierten Verkaufsflächenausstattung und meist begrenzten Leistungsfähigkeit trotz der Nähe jedoch bereits eine etwas nachrangige Wettbewerbsbedeutung für das geplante Globus SB-Warenhaus.

In der Stadt Halle befinden sich derzeit zahlreiche Supermärkte in Bau oder in einer mehr oder weniger weit fortgeschrittenen Bau- oder Erweiterungsplanung. Insgesamt ist davon auszugehen, dass die bereits jetzt hohe Wettbewerbsintensität im Lebensmitteleinzelhandel weiter zunehmen wird. Nicht zuletzt ist zu erwarten

ten, dass aufgrund des gegebenen Baurechts im Rahmen des Bestandsschutzes die Nachnutzung der freiwerdenden Mietfläche im derzeitigen Bestandsobjekt HEP durch einen konkurrierenden Lebensmittelfilialisten erfolgt, so dass die geplante Neuansiedlung des Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße zu einer erheblichen Vergrößerung der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Halle in diesem Sortimentsbereich führen würde. Zudem ist im südlichen Umland von Halle auf ein Kaufland SB-Warenhaus in Merseburg sowie im Nordosten in Landsberg-Peißen im dortigen „Halle Center Peißen“ auf ein Real SB-Warenhaus zu verweisen.

Unabhängig davon sollte das verlagerte Globus SB-Warenhaus am Planstandort in der Lage sein, innerhalb der Wettbewerbslandschaft eine starke Marktposition einzunehmen und ein durchaus beachtliches Einzugsgebiet auszubilden, wodurch sich v.a. für die bestehenden Lebensmittelanbieter im näheren Umfeld des Planareals der Konkurrenzdruck verschärft.

- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens an der Dieselstraße umfasst weite Teile des östlich der Saale gelegenen Stadtgebiets von Halle sowie die im Südwesten, Süden und Osten an die Stadt Halle angrenzenden Ortsteile der Umlandgemeinden. Das so abgegrenzte Einzugsgebiet des Planvorhabens weist derzeit eine Zahl von insgesamt ca. 163.930 Einwohnern auf, wovon ca. 20.370 Einwohner (= ca. 12,4 %) auf die Zone I (Naheinzugsgebiet), ca. 79.190 Einwohner (= ca. 48,3 %) auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet) und ca. 64.370 Einwohner (= ca. 39,3 %) auf die Zone III (Ferneinzugsgebiet) entfallen. Im abgegrenzten Einzugsgebiet beläuft sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial auf insgesamt ca. 913,7 Mio. €, wovon ca. 704,6 Mio. € bzw. ca. 77,1 % als projektrelevantes Kaufkraftpotenzial gekennzeichnet ist. Das abgegrenzte Einzugsgebiet und die entsprechenden Einwohner- und Kaufkraftpotenziale sind damit deutlich kleiner als bei der BBE, welche die gesamte Stadt Halle inklusive des Stadtbezirks Halle-West sowie auch Umlandgemeinden im Norden und Nordwesten von Halle dem Einzugsgebiet zugeordnet hat. Aus gutachterlicher Sicht bestehen erhebliche Zweifel an der sach- und fachgerechten Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes in der BBE-Auswirkungsanalyse
- Auf Grundlage der Markt- und Standortsituation wurde für das verlagerte Globus SB-Warenhaus eine Umsatzerwartung von insgesamt ca. 52,3 Mio. € ermittelt, was ausgehend von einer Verkaufsfläche von ca. 9.170 m² (für das SB-Warenhaus inkl. des gesamten Einzelhandelsbesatzes in der Vorkassenzone) einer Flächenproduktivität von ca. 5.700 € / m² VK entspricht. Davon entfallen ca. 43,1 Mio. € auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, ca. 8,4 Mio. € auf die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente und ca. 0,8 Mio. € auf die nicht-zentrenrelevanten Sortimente. Mit insgesamt ca. 51,5 Mio. € bzw. ca. 5.615,- € je m² VK berechnet die BBE für das Planvorhaben eine nur unwesentlich niedrigere Umsatzerwartung und Flächenproduktivität.
- Die Analyse der Kaufkraftbewegungen hat gezeigt, dass von der – durch die geplante Neuansiedlung bzw. Verlagerung des Globus SB-Warenhauses ausgelösten – Umsatzumverteilung in Höhe von insgesamt ca. 31,1 Mio. € der überwiegende

Anteil von ca. 26,1 Mio. € (= ca. 84 % des gesamten umsatzumverteilungsrelevanten Umsatzes) gegenüber bestehenden Anbietern in der Stadt Halle umverteilt wird; d.h., dass ein Großteil des umzuverteilenden Umsatzes auch zuvor bereits an diversen Standorten des Lebensmitteleinzelhandels in der Stadt Halle gebunden war. Auf die Einzelhandelsbetriebe im Stadtbezirk Halle-Süd entfällt davon ein Umsatzanteil in Höhe von ca. 14,9 – 15,0 € (= 48 % des gesamten umsatzumverteilungsrelevanten Umsatzes). Entsprechend werden etwa 5,0 Mio. € bzw. ca. 16 % des neu generierten Umsatzes gegenüber Anbietern außerhalb der Stadt Halle als Umsatzabzug wirksam, und hier insbesondere gegenüber den großdimensionierten Wettbewerbern Real im Halle Center in Peißen sowie Kaufland im nördlichen Stadtgebiet von Merseburg. Die höchsten absoluten Umsatzabzüge entfallen innerhalb der Stadt Halle auf die großdimensionierten und nahe des Planstandorts lokalisierten SB-Warenhäuser bzw. Verbrauchermärkte mit gleichem oder ähnlichem Betriebskonzept, d.h. insbesondere auf den Kaufland im Nebenzentrum Südstadt und die beiden Edeka Center in der Merseburger bzw. Weißenfelder Straße sowie außerhalb von Halle auf das Real SB-Warenhaus im Halle Center in Landsberg-Peißen, und führen damit zu einer nachhaltigen Verschärfung des Konkurrenzkampfes bzw. Verdrängungswettbewerbes.

- Deutlich spürbare Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben sind v.a. in den Stadtbezirken Halle-Süd und Halle-Ost zu erwarten. Insbesondere sind hierbei neben verschiedenen, schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen, wie z.B. dem Nebenzentrum Südstadt, dem NVZ Vogelweide oder dem NVZ Büschdorf, auch einige Lebensmittelmärkte in Streulage (z.B. Rewe Supermarkt in der Frau-von-Selmnitz-Straße, Edeka Center in der Merseburger Straße) betroffen, welche jedoch eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung übernehmen. Einzelne Betriebsaufgaben und eine damit einhergehende Schwächung der Zentren- oder Nahversorgungsfunktion einzelner etablierter Standortlagen können dadurch bedingt nicht ausgeschlossen werden. Außerhalb der Stadt Halle entfällt der stärkste Umsatzabzug auf das Halle Center in Peißen und das dortige Real SB-Warenhaus, welches in nicht-integrierter Standortlage jedoch keinem besonderen Schutz durch die Raumordnungsgesetzgebung unterliegt.

Die Prüfung der Vorgaben aus den bundes- und landesrechtlichen Regelungen zur Steuerung der Standortentwicklung im (großflächigen) Einzelhandel führt im gegenständlichen Fall somit zu folgenden Ergebnissen:

- Das **Konzentrationsgebot**, d.h. die Zuordnung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu zentralen Orten einer bestimmten Zentralitätsstufe, ist eindeutig gewahrt. Nach den Vorgaben der Landesplanung ist die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren oder großflächige Einzelhandelsbetriebe ausschließlich in zentralen Orten der oberen und mittleren Stufe vorgesehen. Die Stadt Halle (Saale) ist eines von drei Oberzentren im Bundesland Sachsen-Anhalt.

- Dem **Kongruenzgebot** wird ebenfalls Folge geleistet. Nach den Bestimmungen des Landesentwicklungsplans (LEP) müssen Verkaufsflächendimensionierung und Warensortiment von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen zentralen Ortes entsprechen. Der Einzelhandel der Stadt Halle verfügt als Oberzentrum über einen weit in das Umland hineinreichenden Verflechtungsbereich. Das Einzugsgebiet des Planvorhabens wird neben großen Teilen des Hallenser Stadtgebiets einige Umlandgemeinden vom Südwesten bis Osten von Halle umfassen. Dieses Einzugsgebiet überschreitet somit den Verflechtungsbereich der Stadt Halle nicht.
- Zudem fordert die Landesplanung, in Sondergebieten anzusiedelnde Einzelhandelsprojekte städtebaulich zu integrieren. Im städtischen Einzelhandelskonzept wird konkretisiert, dass städtebaulich integrierte Lagen durch einen „*unmittelbaren räumlichen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen*“ definiert sind. Damit werden die Vorgaben des **Integrationsgebotes** im Untersuchungsfall **nicht** erfüllt. Beim Plangrundstück an der Dieselstraße / Ecke Zeppelinstraße handelt es sich um eine städtebaulich nicht-integrierte Standortlage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs. Das Planareal ist in einem gewerblich geprägten Umfeld gelegen. Die nächstgelegenen Wohngebiete sind im Nord- und Südwesten bereits etwas vom Planareal abgesetzt, wenngleich eine fußläufige Erreichbarkeit aus diesen Siedlungsbereichen gegeben ist. Das geplante Globus SB-Warenhaus wird eine sehr deutliche Autokundenorientierung aufweisen und damit in direkter Konkurrenz v.a. zu den bestehenden SB-Warenhäusern und Verbrauchermärkten stehen.
- In Bezug auf das **Beeinträchtigerungsverbot** ist festzustellen, dass sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Vogelweide auf eine Größenordnung von insgesamt ca. 1,0 – 1,1 Mio. € beläuft, was einer Umsatzumverteilungsquote von insgesamt ca. 18,2 % entspricht. Damit liegt die Umsatzumverteilungsquote **deutlich über** dem Schwellenwert von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen erwartet werden können. Auf einzelbetrieblicher Ebene ist hiervon insbesondere der Edeka Supermarkt betroffen, welcher insgesamt ca. 1,0 – 1,1 Mio. € Umsatz verliert, was einer Umsatzumverteilungsquote von insgesamt ca. 22,8 % entspricht. Edeka Niebisch wird somit fast ein Viertel seines derzeitigen Umsatzes verlieren. Ein Umsatzverlust in dieser Größenordnung ist für den Supermarkt als existenzgefährdend einzuschätzen. Zudem könnte die Realisierung des Planvorhabens die angedachte und notwendige, bisher jedoch noch nicht beschlossene Sanierung und gleichzeitige Verkaufsflächenerweiterung des Edeka Marktes konterkarieren. In einzelbetrieblicher Hinsicht ist der Edeka Supermarkt im Planungsrecht zunächst nicht besonders geschützt, als einziger Magnetbetrieb und Frequenzbringer im Standortbereich ist die Nahversorgungssituation im NVZ Vogelweide insgesamt durch das Planvorhaben zumindest mittelfristig jedoch gefährdet. Bezogen auf den bestehenden Einzelhandel im NVZ Vogelweide sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen durch das Planvorhaben somit als unverträglich einzustufen.

Gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Nebenzentrum Südstadt beläuft sich der Umsatzabzug auf insgesamt ca. 14,9 – 15,0 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 8,0 % entspricht. Auf einzelbetrieblicher Ebene ist hiervon insbesondere das Kaufland SB-Warenhaus im Kaufcenter Südstadtring betroffen, welches insgesamt ca. 4,7 – 4,8 Mio. € Umsatz verliert (Umsatzumverteilungsquote von ca. 16,3 %). Dieser Umsatzabzug stellt auch für einen leistungsstarken Lebensmittelfilialisten wie Kaufland eine große Herausforderung dar, wobei in Anbetracht der konzeptionellen Schwächen weitere Investitionen in das Objekt wohl nochmals auf den Prüfstand gestellt werden dürften. Darüber hinaus ist das Kaufland SB-Warenhaus „der“ Magnetbetrieb des Kaufcenter Südstadtring ebenso wie für das gesamte Nebenzentrum Südstadt. Der zu erwartende Umsatzrückgang wird durch einen allgemeinen Frequenzrückgang in diesen Zentren begleitet und hat so entsprechende negative Rückwirkungen auf die Betriebe der gesamten Lage. Das Kaufland SB-Warenhaus ist wichtigster Nahversorgungsstandort für die Bewohner im hochverdichteten Wohnumfeld und sichert gleichzeitig die Funktionsfähigkeit des Kaufcenter Südstadtring bzw. des Nebenzentrums Südstadt insgesamt. Somit sind die durch das Planvorhaben hervorgerufenen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen bezogen auf das Nebenzentrum Südstadt als unverträglich zu bewerten.

Bezogen auf den Rewe Supermarkt in der Frau-von-Selmnitz-Straße beträgt der Umsatzabzug durch das Planvorhaben ca. 0,8 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 24,6 %). Ein solcher Umsatzabzug um ca. ein Viertel des Bestandsumsatzes stellt die Wirtschaftlichkeit des Standortes in Frage, so dass eine Geschäftsaufgabe nicht auszuschließen ist. Vor dem Hintergrund der Projektplanung und der zu erwartenden Kaufkraftverlagerungen bleibt zudem auch abzuwarten, ob die Investition für die bereits diskutierte und am Standort notwendig erscheinende Neuordnung der Standortlage als riskant eingestuft und damit verworfen werden wird. Der Rewe Supermarkt liegt in Streulage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, übernimmt als einziger Vollsortimenter im erweiterten Kreuzungsbereich der Merseburger Straße mit der Damaschkestraße bzw. Dieselstraße jedoch eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Bezogen auf den Rewe Supermarkt sind die zu erwartenden Auswirkungen durch das Planvorhaben insgesamt als unverträglich zu bewerten.

Weitere zumindest bedenkliche Umsatzumverteilungen sind für die Nahversorgungszentren Diesterwegstraße (Umsatzumverteilungsquote ca. 9,0 %) und Büschdorf (ca. 6,9 %) oder das Edeka Center in der Merseburger Straße (ca. 15,9 %) zu konstatieren.

- Hierzu ergänzt das städtische Einzelhandelskonzept, dass *„an solitären Standorten außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche [...] Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur dann sinnvoll und zulässig sein [können], wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen und keine Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen.“* Im Untersuchungsfall stehen

den im näheren Umfeld des Planareals auf der nördlichen Seite der Dieselstraße bzw. östlichen Seite der Merseburger Straße lebenden Bewohnern jedoch bereits Einzelhandelsstandorte für die Nahversorgung (Netto Marken-Discount in der Dieselstraße, Lidl Discounter in der Merseburger Straße, NP Discount in der Carl-Schurz-Straße, mit Abstrichen Rewe Supermarkt in der Frau-von-Selmnitz-Straße) zur Verfügung.

Zudem soll die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planprojektes im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel in einem fußläufigen 600 m-Radius einen Anteil von maximal 35 % nicht überschreiten. In einem 600 m-Radius um das Planareal sind lediglich im Nordwesten nördlich angrenzend an die Dieselstraße sowie entlang der Roßbachstraße sowie im Südwesten zwischen Merseburger Straße und Ottostraße Wohnsiedlungsbereiche gelegen. Angesichts der Wettbewerbssituation im näheren Umfeld des Planvorhabens mit überwiegend LM-Discountern (Netto Marken-Discount, Lidl, NP) sowie einem relativ kleindimensionierten Rewe Supermarkt in der Frau-von-Selmnitz-Straße ist aus gutachterlicher Sicht durchaus davon auszugehen, dass ein attraktiv gestaltetes SB-Warenhaus in der veranschlagten Verkaufsflächendimensionierung mehr als 35 % der Kaufkraft im 600 m-Radius abschöpfen wird, wodurch dieser gemäß Einzelhandelskonzept nicht zulässig wäre.

Weiterhin wird im Zuge der Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen im Einzelhandelskonzept gefordert: *„Im Sinne der Ausnahme dieses Grundsatzes ist in Gewerbe- und Industriegebieten die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen.“* Das Umfeld des Planareals zur Verlagerung des Globus SB-Warenhauses ist jedoch als Industrie- und Gewerbefläche einzuschätzen.

Somit würde eine Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an die Dieselstraße wesentliche Grundsätze des städtischen, erst 2013 beschlossenen Einzelhandelskonzeptes konterkarieren.

Bezogen auf die bereits vorliegende Auswirkungsanalyse der BBE ist zusammenfassend zu konstatieren, dass diese verschiedene methodische und fachliche Mängel aufweist. Zu bemängeln sind u.a. die räumlich sehr weiträumige Abgrenzung des Einzugsgebietes bei der BBE sowie die entsprechende Zonierung in einzelne Teilbereiche unterschiedlicher Kundenanbindungsintensität. Aufgrund der Tatsache, dass die BBE bei der Berechnung des Marktvolumens des Planvorhabens offensichtlich nur die Sortimentsbereiche „Food“ und „Non-Food I“ berücksichtigt hat sowie der nur sehr wenig deutlichen Abstufung der Kaufkraftabschöpfung zwischen den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes, erscheinen die Ermittlung des Planumsatzes und der Marktdurchdringung fehlerhaft und nicht sachgerecht. Des Weiteren unterschätzt die BBE die Auswirkungen der geplanten Verlagerung auf die zentralen Versorgungsbereiche und Einzelhandelslagen im näheren Standortumfeld völlig. Aus gutachterlicher Sicht ist die

BBE-Auswirkungsanalyse als Bewertungsgrundlage im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens somit ungeeignet.

In einem abschließenden Fazit ist aus gutachterlicher Sicht festzustellen, dass die Neuansiedlung bzw. Verlagerung des Globus SB-Warenhauses aus dem Einkaufszentrum HEP (Leipziger Chaussee) an die Dieselstraße **wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch als nicht verträglich** einzustufen ist. Auf dem Planareal an der Dieselstraße sollen an einem städtebaulich nicht-integrierten Standort, welcher in der Vergangenheit durch einen großdimensionierten Baumarkt mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten genutzt wurde, nun insgesamt ca. 9.170 m² VK neu geschaffen werden, auf denen zu einem sehr deutlich überwiegenden Anteil nahversorgungs- und zentrenrelevante Waren angeboten werden. Die durch das Planvorhaben ausgelösten Kaufkraftbewegungen führen in verschiedenen zentralen Versorgungsbereichen sowie an Nahversorgungsstandorten im näheren Umfeld des Planstandortes zu Umsatzabzügen, welche zur Schließung von Nahversorgungsbetrieben und Schwächung der Funktionsfähigkeit der schützenswerten Neben- und Nahversorgungszentren führen können. Zudem befindet sich das Planareal in einer städtebaulich nicht-integrierten Standortlage. Damit widerspricht das Planvorhaben den planungsrechtlichen Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sowie den Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung im städtischen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2013.

Karten-, Tabellen- & Abbildungsverzeichnis

Karte 1:	Auszug aus der Raumstrukturkarte des LEP LSA 2010	5
Karte 2:	Halle (Saale) in der Untergliederung nach Stadtbezirken	9
Karte 3:	Die im Einzelhandelskonzept 2013 für die Stadt Halle festgelegte Zentren- bzw. Standortstruktur	14
Karte 4:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Altstadt	40
Karte 5:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Neustadt	44
Karte 6:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Südstadt	48
Karte 7:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Silberhöhe	50
Karte 8:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Ammendorf	53
Karte 9:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Diesterwegstraße	55
Karte 10:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Vogelweide	57
Karte 11:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Büschdorf	59
Karte 12:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Reileck	61
Karte 13:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Hubertusplatz	63
Karte 14:	Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich NVZ Heide-Nord	65
Karte 15:	Die Wettbewerbssituation des Planvorhabens an der Dieselstraße in Halle (Saale)	74
Karte 16:	Visualisierung von fußläufigen Zeitdistanzen des Planvorhabens an der Dieselstraße in Halle (Saale)	80
Karte 17:	Visualisierung von PKW-Fahrzeitdistanzen des Planvorhabens an der Dieselstraße in Halle (Saale)	81
Karte 18:	Das Einzugsgebiet des Planvorhabens an der Dieselstraße in Halle (Saale)	82
Tab. 1:	Ausgewählte sozioökonomische Rahmendaten des Untersuchungsraumes, differenziert nach Gebietskörperschaften	12
Tab. 2:	Die Bestandsdaten des Einzelhandelsstandortes Halle / Saale im Jahr 2010 nach Branchen lt. Angaben des Einzelhandelskonzeptes 2013	13
Tab. 3:	„Die hallesche Systematik“ aus dem Einzelhandelskonzept 2013	15
Tab. 4:	SWOT-Analyse der Standorteigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten des geplanten Globus SB-Warenhauses am Standort Dieselstraße	28
Tab. 5:	Verkaufsflächenaufteilung der Ist-Fläche im HEP und der Planfläche an der Dieselstraße des Globus SB-Warenhauses	32
Tab. 6:	Verkaufsflächenaufteilung der Planfläche an der Dieselstraße des Globus SB-Warenhauses und Einordnung der Zentrenrelevanz	33
Tab. 7:	Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Stadt Halle	36
Tab. 8:	Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks im Hauptzentrum Halle-Altstadt	41

Tab. 9:	Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzel-handels und Ladenhandwerks im Nebenzentrum Halle-Neustadt	46
Tab. 10:	Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzel-handels und Ladenhandwerks im Nebenzentrum Halle-Südstadt	49
Tab. 11:	Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzel-handels und Ladenhandwerks im Nahversorgungszentrum Silberhöhe	52
Tab. 12:	Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzel-handels und Ladenhandwerks im Nahversorgungszentrum Büschdorf	60
Tab. 13:	Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzel-handels und Ladenhandwerks im Nahversorgungszentrum Reileck	62
Tab. 14:	Die Arbeitsstätten, die Verkaufsflächen und die Umsatzleistung des Einzel-handels und Ladenhandwerks im Nahversorgungszentrum Heide-Nord	66
Tab. 15:	Darstellung und Bewertung wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum	72
Tab. 16:	Das abgegrenzte und zonierte Einzugsgebiet des geplanten Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße in Halle (Saale)	85
Tab. 17:	Die einzelhandels- und projektrelevanten Kaufkraftvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet nach Warengruppen 2015	88
Tab. 18:	Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung am Planstandort des verlagerten Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße in Halle	94
Tab. 19:	Die aus der geplanten Verlagerung des Globus SB-Warenhauses in Halle folgenden Umsatzveränderungen und Umsatzumverteilungswirkungen	97
Tab. 20:	Insgesamt ausgelöste Kaufkraftbewegungen durch die geplante Verlagerung des Globus SB-Warenhauses an die Dieselstraße	98
Tab. 21:	Durch das Planvorhaben an der Dieselstraße in Halle ausgelöste Kaufkraftbewegungen bei den „nahversorgungsrelevanten Sortimenten“	99
Tab. 22:	Überblicksdarstellung des durch das Planvorhaben an der Dieselstraße in Halle (Saale) mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 9.170 m ² ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Untersuchungsraum	115
Abb. 1:	Räumliche Einordnung des Globus SB-Warenhauses am derzeitigen Standort im Einkaufszentrum HEP	17
Abb. 2:	Räumliche Einordnung des Planareals im südlichen Stadtgebiet von Halle	20
Abb. 3:	Der Mikrostandort des Planareals in der Dieselstraße und sein näheres Umfeld	22
Abb. 4:	Übersicht der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels in der Differenzierung nach Verkaufsflächengrößen	30
Abb. 5:	Übersicht der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels in der Differenzierung nach Artikelzahlen	31
Abb. 6:	Lageplan des Projektes „Globus SB-Warenhaus“ an der Dieselstraße	32
Abb. 7:	Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner in der Stadt Halle nach Branchen im Vergleich zur durchschnittlichen Ausstattung in Städten mit ≥ 100.000 Einwohnern	37

Anhang:

Branchennummern und Warengruppensystematik im Einzelhandel

10 Nahrung- und Genussmittel

- 11 Lebensmittel, Reformwaren
- 12 Getränke, Spirituosen, Tabak
- 13 Brot, Back- & Konditorwaren
- 14 Fleisch & Wurstwaren

20 Gesundheit, Körperpflege

- 21 Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik
- 22 Apothekerwaren
- 23 Sanitätswaren

30 Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf

- 31 Blumen, Pflanzen
- 32 Zoo- und Heimtierbedarf

40 Zeitungen, Zeitschriften, Bücher

- 41 Zeitungen, Zeitschriften
- 42 Bücher

10 bis 40 überwiegend kurzfristiger Bedarf

50 PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren

- 51 Papier-, Büro-, Schreibwaren
- 52 Hobby- / Bastelbedarf / Musikalien
- 54 Spielwaren

60 Bekleidung, Schuhe, Sport

- 61 Oberbekleidung, gemischtes Sortiment
- 62 Damenbekleidung
- 63 Herrenbekleidung
- 64 Kinderbekleidung
- 65 Wasche, Kurzwaren
- 66 Schuhe
- 67 Lederwaren
- 68 Sportbekleidung

70 GPK, Hausrat, Geschenkartikel

- 71 GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel
- 72 Haus-, Tisch- & Bettwäsche

50 bis 70 überwiegend mittelfristiger Bedarf

80 Elektrowaren

- 81 Weiße Ware
- 82 Leuchten, Elektro-Installation, Zubehör
- 83 Braune Ware (Radio, TV)
- 84 Tonträger, Bildträger
- 85 Telefone und Zubehör
- 86 Büromaschinen, Computer und Zubehör

90 Einrichtung, Möbel

- 91 Möbel
- 92 Kücheneinrichtungen
- 93 Antiquitäten, Kunst
- 94 Tapeten, Bodenbeläge, Farben, Lacke

100 Sonstiger Einzelhandel

- 101 Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf
- 102 Foto
- 103 Optik, Hörgeräte-Akustik
- 104 Uhren, Schmuck
- 105 Autozubehör
- 106 Sportgeräte
- 107 Sonstige Einzelhandelswaren

80 bis 100 überwiegend langfristiger Bedarf

20 bis 100 Non-Food insgesamt

10 bis 100 Einzelhandelswaren insgesamt



ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstraße 42
D-65185 Wiesbaden

Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0
Fax +49 – (0)611 – 71 69 575 25

www.ecostr.com
info@ecostr.com