

Stellungnahme zur „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)“ vom 16.01.2018 durch die Firma ecostra aus Wiesbaden

Die Firma ecostra hat im Auftrag der [REDACTED], die Eigentümerin des Einkaufszentrums **Kaufcenter Südstadtring** in Halle ist, eine Auswirkungsanalyse für das geplante Projektvorhaben von Globus in Halle erstellt. Nachstehend erfolgt eine gutachterliche Prüfung der erstellten Auswirkungsanalyse. Insbesondere wird eine Plausibilitätsprüfung hinsichtlich der Grundlagen, Annahmen, Ergebnisse und Bewertung in dem erstellten Gutachten durchgeführt. Ecostra hat in seiner Ausarbeitung eine Vielzahl von statistischen Daten, rechtlichen Rahmenbedingungen und standardisierten Standortdaten ausführt, deren Bewertung nicht erfolgt ist. Es erfolgt eine Konzentration auf die wesentlichen und entscheidungsrelevanten Punkte bzw. auch auf nicht-plausible Angaben.

Im Vorfeld der durch die BBE gefertigten Stellungnahme sind zusammenfassend folgende **maßgeblichen Punkte** zu nennen, die seitens ecostra falsch recherchiert bzw. eingeschätzt wurden. Somit ist insbesondere eine gesicherte Aussage zu den Umsatzumlenkungen, die das Globus-Vorhaben auslösen wird, nicht möglich. Es sind folgende einzelne Punkte zu nennen, die wesentlich zu einer Fehlinterpretation durch ecostra geführt haben:

- Falsche Angabe der IST-Verkaufsfläche von Globus im HEP
- Falsche Angabe der PLAN-Verkaufsfläche von Globus am Projektstandort Dieselstraße
- Unkorrekte Flächenerhebung der Bestandsverkaufsfläche bei Lebensmittelmärkten, somit auch unkorrekte Einschätzung der Umsatzleistung dieser Betriebe
- Fehlende Kenntnis der Leistungsfähigkeit und der städtebaulichen Gegebenheiten im Kaufcenter Südstadtring
- Nennung der zukünftigen Planungen im Lebensmittelhandel in Halle, jedoch keine absatzwirtschaftliche Berücksichtigung dieser Planungen auf andere Anbieter
- Falsche Abgrenzung des Einzugsgebietes, da dieses nicht dem tatsächlichen Marktgebiet von Globus – heute und nach der geplanten Verlagerung – entspricht
- Verwendung abweichender Kaufkraftwerte, dadurch nicht korrekte Berechnung des Marktpotenzials
- Falsche Umsatzannahme des geplanten Globus-Marktes an der Dieselstraße
- Fehlende Umsatzplanung der einzelnen Non-Food II-Sortimente, Darstellung eines nivellierenden Wertes über alle Branchen des Non-Food II
- Pauschale und nicht-begründbare Umsatzbindung eines fiktiven Lebensmittelmarktes im HEP, somit auch falscher methodischer Ansatz der bauplanungsrechtlichen Bewertung

Nachstehend werden die wesentlichen Punkte in dem ecostra-Gutachten, die zu der vorstehenden Einschätzung geführt haben, aufgeführt und diskutiert:

Zu Vorbemerkung:

Ecostra stellt hier die Ausgangssituation dar. Hierbei wird die **falsche Verkaufsfläche von Globus im HEP** angegeben. Laut ecostra verfügt Globus über eine Verkaufsfläche von 9.320 m², tatsächlich sind dies 10.250 m² Verkaufsfläche (Abweichung = 930 m² !). Ebenso werden die falschen Verkaufsflächen für Food und Non-Food des Globus-Marktes im HEP bei ecostra angesetzt.

Neben der falschen Angabe der IST-Verkaufsfläche wird an dieser Stelle auch eine **falsche Angabe zur geplanten Verkaufsfläche des Globus-Marktes** gemacht. Diese liegt nicht wie von ecostra angegeben bei 9.170 m², sondern insgesamt bei 9.860 m² Verkaufsfläche (Abweichung = 690 m² !).

Zu 1 Aufgabenstellung (S. 1):

Hier erfolgt eine Darstellung der Ausgangslage und der Aufgabenstellung. Die **fehlerhaften IST- und PLAN-Verkaufsflächen** werden hier wiederholt.

Zu 1.2 Rechtsrahmen für die Standortentwicklung im Einzelhandel (S. 2):

In dem ecostra-Gutachten wird der Rechtsrahmen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsprojekten zwar zutreffend wiedergegeben, die **Interpretation** (Auslegung) berücksichtigt allerdings nicht die Rechtslage im Land Sachsen-Anhalt, da diese aus dem LEP abgeleitet wird, der auch andere Regelungen enthält. Daher resultiert auch das andere Verständnis bei ecostra einer integrierten Lage.

Zu 2.3.2 Standortbeschreiben Dieselstraße (S. 19):

Ecostra stellt den Globus Plan-Standort an der Dieselstraße als **städtebaulich nicht-integriert** dar. Ferner versucht die Firma zu negieren, dass der Standort auch eine Nahversorgungsfunktion für die im nordwestlichen Umfeld des Planstandortes befindliche Wohnbevölkerung übernimmt, wobei der Globus-Standort unzweifelhaft aus diesem Wohnquartier fußläufig erreichbar ist.

Die Auffassung von ecostra, dass es sich um einen „dezentralen Standort“, der „eine sehr deutliche Autokundenorientierung aufweist“ handelt, kann nicht geteilt werden. Im Einzelhandelskonzept für die Stadt Halle wird eine städtebaulich integrierte Lage wie folgt definiert: „Dazu zählen Lagen, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Die oft solitär gelegenen Einzelhandelsbetriebe befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen einen unmittelbaren räumlichen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen.“¹

Dem gegenüber bezeichnet das Einzelhandelskonzept (Glossar) nicht-integrierte Lagen als „Standorte ohne Bezug zum Wohnsiedlungsbereich, d.h. in der Regel Einzelhandelsbetriebe in Gewerbe- und Industriegebieten oder sonstige autokundenorientierte „Grüne-Wiese“-Standorte“.² Im Textteil des Einzelhandelskonzeptes werden diese Lagen weiterhin wie folgt definiert: „Als nicht integrierte Lagen gelten sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe in peripheren Lagen an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen oder sonstige rein autokundenorientierte Standorte wie Gewerbegebiete“.³ Auf Grund der objektiven Standortgegebenheiten ist abzuleiten, dass die vorstehenden Merkmale nicht auf den Globus-Projektstandort zutreffen, so dass es sich keinesfalls um einen nicht integrierten Standort handeln kann.

1 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Seite 18/19.

2 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Glossar des Einzelhandelskonzeptes auf Seite 284.

3 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Seite 19.

Im direkten Umfeld des Projektstandortes wurden verschiedene Lebensmittelmärkte (u.a. Lidl, Netto Marken-Discount, NP [bereits geschlossen⁴]) gemäß der Einstufung im aktuell gültigem Zentrenkonzept als sog. Nahversorgungsstandorte ausgewiesen. Diese Nahversorgungsstandorte „mit mindestens einem Lebensmittelanbieter ab 400 m² Gesamtverkaufsfläche stellen, in Ergänzung zu den Zentren, eine nahezu flächendeckende wohnortnahe Grundversorgung sicher.“⁵ Somit ist auch für den Projektstandort von Globus – der sich in Nachbarlage zu dem vormaligen NP-Markt (derzeitige Nutzung als Angelfachmarkt) befindet – gemäß der Definition im Zentrenkonzept auch eine Nahversorgungsfunktion⁶ zu attestieren, wenngleich die Versorgungsfunktion von Globus (oder auch anderer großflächiger Lebensmittelmärkte in Halle) bezüglich der Flächengröße meist über den fußläufigen Nahbereich hinaus reicht.

Zu 2.5 Plandaten (S. 31):

Ecostra weist hier die Plandaten für das Globus SB-Warenhaus an der Dieselstraße aus. Die geplante Verkaufsfläche wird mit 8.570 m² angegeben, die tatsächliche Größe liegt jedoch bei 9.260 m² (Abweichung = 690 m²!).

Ecostra vergleicht die PLAN-Verkaufsflächen der Dieselstraße mit den IST-Flächen im HEP. Da nicht nur bei den PLAN-Flächen, sondern auch bei IST-Flächen im HEP fehlerhafte Angaben gemacht wurden, stimmen die bei ecostra **dargestellten Flächenveränderungen** naturgemäß nicht.

Zu 3.1 Der Einzelhandel in der Stadt Halle (S. 35):

Ecostra gibt hier an, dass in der 31./32. KW eine **Vollerhebung des gesamten Einzelhandelsbestandes** der Stadt Halle erfolgt ist. Die Angaben zur Verkaufsfläche und zu den Betrieben weichen von den im April/Mai 2016 erhobenen Daten⁷ der BBE Handelsberatung (ca. 367.000 m²) teilweise deutlich ab. Insbesondere ist fraglich, warum der Angebotsbestand gegenüber den BBE-Daten aus dem Jahr 2016 um fast **29.000 m²** niedriger ausfällt. Im Vergleich zum Handelsbestand zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes (ca. 384.510 m² - vgl. ecostra, Tab. 13) wäre der Handelsbesatz sogar um fast **46.000 m²** zurückgegangen.

Offensichtlich wurden von ecostra nicht alle Einzelhandelsflächen aufgenommen bzw. bei der Flächenerhebung wurde ungenau gearbeitet, was sich auch in der auf Seite 35 dargestellten **Zentralität der Stadt Halle** widerspiegelt. Ecostra weist hier einen Wert von **88** aus, der tatsächlich im Jahr 2017 bei **99,9⁸** lag. Die über 10 %-ige Abweichung gegenüber den statistischen Daten ist nicht nachvollziehbar.

Auch der Wert des **Einzelhandelsumsatzes der Stadt Halle** stimmt bei ecostra nicht mit den statistischen Werten des Jahr 2017 überein, da in der Stadt Halle ein Umsatz von 1.232,2 Mio. EUR⁹ und nicht – wie bei ecostra angegeben – von 1.164,9 Mio. EUR generiert wurde. Der ecostra-Wert liegt über 64 Mio. EUR (!) unter den tatsächlich im Jahr 2017 erzielten Einzelhandelsumsätzen!

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

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

6 Im Hallenser Einzelhandelskonzept wird ein Nahversorgungsstandort wie folgt definiert: „Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Handelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder einem Lebensmitteldiscounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.“

vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Seite 283.

7 Die Stadt Halle (Saale) hat der BBE Handelsberatung im Rahmen der Erstellung der Auswirkungsanalyse die Verkaufsflächendaten zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes zur Verfügung gestellt. Diese Daten wurden mit dem tatsächlichen Bestand flächenseitig abgeglichen und aktualisiert. Neu hinzuge tretene Geschäfte wurden flächenseitig erhoben und dem Gesamtbestand hinzugefügt.

8 Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern des Jahres 2017.

9 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsumsatz des Jahres 2017.

Auf Basis der deutlich abweichenden Angaben zum Einzelhandelsbestand der Stadt Halle ist zu unterstellen, dass die **Bestandsaufnahme von ecostra unvollständig erfolgt** ist oder dass Ungenauigkeiten der Flächenerhebung eingetreten sind, so dass keine gesicherte Datenbasis für die spätere Bewertung des Einzelhandelsbestandes vorliegt.

Zu 3.2 Der Lebensmittelhandel in der Stadt Halle (S. 38):

Ecostra weist für den Hallenser Lebensmittelhandel eine Verkaufsfläche von 123.875 m² auf. Gegenüber der BBE-Erhebung (ca. 131.300 m²– vgl. BBE Auswirkungsanalyse Tab. 7 auf Seite 34) ergibt sich innerhalb eines knappen Jahres ein **Flächenrückgang von ca. 7.400 m²**, der – gerade unter dem Blickwinkel der generellen Flächenerweiterung im Lebensmittelhandel - nicht plausibel erscheint.

Auf Seite 39 stellt ecostra die Flächen ausgewählter Lebensmittelmärkte nach Stadtbezirken dar. Im Vergleich zu den ecostra-Werten sind seitens der BBE¹⁰ folgende abweichenden Flächen erkennbar:

Stadtbezirk Ost:

Ecostra VK Globus: 9.320 m² / Globus belegt im HEP tatsächlich eine Verkaufsfläche von knapp 10.300 m² VK

Ecostra VK real („Halle Center“ in Peißen): 9.900 m² / Diese Verkaufsfläche stimmt nicht, da real in seinem SB-Warenhaus 9.500 m² einnimmt, zuzüglich eines Getränkemarktes von 750 m²

Stadtbezirk Süd:

Ecostra VK Kaufland: 6.500 m² / Kaufland verfügt im Kaufcenter Südstadtring über eine Verkaufsfläche von knapp 7.000 m²

Ecostra VK E-Center: 3.400 m² / Die Verkaufsfläche von Edeka in der Weißenfelder Straße ist mit 3.400 m² korrekt.

Stadtbezirk West:

Ecostra VK real: 5.900 m² / real nutzt im Shoppingcenter „Centrum“ in der Neustadt eine Verkaufsfläche von ca. 6.600 m²

Ecostra VK Kaufland: 5.600 m² / Kaufland verfügt am Standort Zollrain über eine Verkaufsfläche von ca. 6.200 m²

Stadtbezirk Nord:

Ecostra VK Kaufland: 4.600 m² / Kaufland verfügt am Standort Magdeburger Chaussee über eine Verkaufsfläche von ca. 5.000 m²

Ecostra VK E-Center: 4.400 m² / Edeka belegt auf dem Hermes-Areal eine Verkaufsfläche von knapp über 3.700 m²

Stadtbezirk Mitte:

Ecostra VK E-Center: 3.100 m² / Edeka nutzt auf dem Mafa-Areal eine Verkaufsfläche von ca. 3.000 m², der ecostra-Wert ist annähernd korrekt

Im Fazit des vorstehenden Vergleichs zeigt sich, dass die angegebenen und bei der folgenden Untersuchung verwendeten ecostra-Flächen in der Spitze (Globus) bis zu ca. 1.000 m² (!) von den tatsächlichen Flächen abweichen. Mit Ausnahme von zwei E-Centern ergaben sich bei allen großflächigen Lebensmittelmärkten **deutliche Flächenabweichungen** zur tatsächlichen IST-Fläche von durchschnittlich ca. 500 m²!

¹⁰ Die Verkaufsflächenerhebung ist durch den Unterzeichner persönlich erfolgt. Die erhobenen Flächen wurden mit der von der Stadtverwaltung Halle zur Verfügung gestellten Verkaufsflächendatei abgeglichen. Ferner standen der BBE Flächenangaben von Handelsunternehmen zur Verfügung, die auftragsbezogen (bspw. Marktanalyse, Auswirkungsanalysen) der BBE übermittelt wurden.

In Auswertung der vorstehenden Verkaufsflächendaten von ecostra und den tatsächlichen Flächenwerten erklärt sich, dass ecostra eine **geringere Lebensmittelverkaufsfläche** für Halle ausweist. An dieser Stelle ist bereits zu konstatieren, dass die in Folge berechneten Werte der Umsatzumverteilungen – für welche die **Bestandsflächen und die Bestandsumsätze die Grundlage bilden** – nicht richtig ermittelt sein können.

Zu 3.3 Die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Halle (S. 40):

Ecostra beschreibt hier äußerst umfassend und ausgreifend alle zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Halle und beurteilt teilweise auch einzelne Lebensmittelmärkte. Auffällig sind hier wiederum die von ecostra **erhobenen Verkaufsflächen**, die von den tatsächlichen IST-Flächen abweichen. Die Abweichungen fallen auf Grund der niedrigeren Flächen der Supermärkten und Discounter entsprechend geringer aus, weichen jedoch prozentual teilweise deutlich von den IST-Flächen ab.

Nachstehend werden exemplarisch einige Flächen ausgewählt, wobei bei **zahlreichen Flächenangaben zu Supermärkten und Discountern Abweichungen** bestehen.

- REWE Leipziger Straße ecostra-VK: 850 m² / IST-VK: 780 m²
- Norma Neustädter Straße ecostra-VK: 530 m² / IST-VK: 590 m²
- REWE Delitzscher Straße ecostra-VK: 1.380 m² / IST-VK: 1.470 m²
- NP-Markt Heideallee ecostra-VK: 525 m² / IST-VK: 490 m²
- Edeka Heidering ecostra-VK: 1.130 m² / IST-VK: 990 m²
- Norma Heidering ecostra-VK: 550 m² / IST-VK: 610 m²
- REWE Damaschkestraße ecostra-VK: 1.090 m² / IST-VK: 1.200 m²

An dieser Stelle ist nochmals zu konstatieren, dass eine fast durchgängige **fehlerhafte Bestandserhebung** seitens ecostra erfolgt ist. Da bei der Umsatzberechnung i.d.R. die Verkaufsfläche je Betrieb mit der standortspezifischen Raumleistung jedes Marktes multipliziert wird, wird auch in Folge eine **falsche Umsatzleistung des Lebensmittelhandels** ausgewiesen.

Die **fehlerhafte Berechnung der IST-Umsätze** ist äußerst wahrscheinlich, da ecostra bereits einen falschen Gesamtumsatz des Hallenser Einzelhandels ausgewiesen hat (vgl. vorstehende Ausführungen). In Folge dessen wurde auch eine deutlich unterdurchschnittliche Einzelhandelszentralität (88, tatsächlich jedoch 99,9) von ecostra ermittelt. Demzufolge ist die Umsatzschätzung, auf der die spätere Berechnung der Umsatzumverlagerungen erfolgt, für eine entsprechende gesicherte Aussage in diesem Gutachten nicht geeignet und sollte überarbeitet werden.

Auf Seite 48 nimmt ecostra eine kurze **Bewertung des Kaufcenters Südstadtring** vor, wobei gerade für diesen Versorgungsbereich eine umfassende städtebauliche Bewertung in Bezug auf die Leistungsfähigkeit notwendig wäre (vgl. BBE-Auswirkungsanalyse Seiten 77-80). Der ecostra-Mitarbeiter - der die Vor-Ort-Analyse erstellt hat - versucht dabei „**konzeptionelle Mängel**“ aufzudecken:

Das Center weist verschiedene konzeptionelle Mängel auf und ist bereits deutlich in die Jahre gekommen.¹ So ist es bei der Vorbeifahrt auf dem Südstadtring oder auf der Paul-Suhr-Straße nicht unmittelbar als Handelsimmobilie erkennbar,² auf beiden Verkaufsebenen ist kein interner Kundenrundlauf möglich³ und das Kaufland SB-

Warenhaus im Obergeschoss ist nur über Rollbänder⁴ erreichbar. Die Kundenfrequenz im Kaufland ist gut, lässt im sonstigen Center jedoch nach.⁵

Quelle: ecostra Seite 48/49

Aus langjähriger Kenntnis des Standortes ist vom Unterzeichner hierzu folgendes anzumerken:

1. Die fehlende Re-Investition in das Center, das tatsächlich „in die Jahre gekommen ist“, ist allein Ursache des Eigentümers. Es handelt sich um ein langjährig (fast) vollständig belegtes Einkaufszentrum, so dass ein Teil der Mieteinnahmen auch zur Instandhaltung und Modernisierung zur Verfügung gestellt werden sollte.
2. Für den ecostra-Mitarbeiter aus Wiesbaden war die Immobilie nicht unmittelbar als Handelsimmobilie erkennbar. Wie das folgende Foto zeigt, haben jedoch alle größeren Einzelhandelsmieter eine entsprechende Außenwerbung platziert, die deutlich auf den vorbeilaufenden Verkehr abstrahlt.



Zudem ist das Center bereits seit Mitte der 1990´er an diesem Standort etabliert, so dass sich feste Kundenbeziehungen aufgebaut haben. Des Weiteren stellt die Immobilie auf Grund ihrer Geschossigkeit eine städtebauliche Dominante in diesem Gebiet dar und ist durch eine gute Sichtachse bzw. eine direkte Einsehbarkeit von dem vorbeilaufenden Verkehrsträger geprägt.

3. In dem Center war nie ein „interner Kundenumlauf“ geplant, da die Geschäfte entlang einer L-förmigen Mall (Erdgeschoss) angeordnet sind. Ein „Kundenumlauf“ wäre daher für die Kundenführung in dem Center nicht sinnvoll.
4. Der Kaufland-Markt liegt im Obergeschoss und ist über zwei Rollbänder an das Erdgeschoss angebunden. Die Rollbänder stellen eine optimale Verbindungsmöglichkeit dar und sind gegenüber einem Fahrstuhl, Rollsteigen oder einer Treppe zu bevorzugen.
5. Naturgemäß weisen die (Eingangs-)Bereiche vor Lebensmittelmärkten in Einkaufszentren grundsätzlich eine hohe Frequenz auf, was auf der Nachfragehäufigkeit für diese Produkte

(„Waren täglicher Bedarf“) beruht. Demzufolge ist die Frequenz in anderen Teilen dieses und auch anderer Center geringer.

Zu 3.5 Wettbewerbsplanungen im Lebensmitteleinzelhandel in Halle und Umgebung (S. 75):

Ecostra führt hier verschiedene Angebotsplanungen auf. Es wird nicht ausgeführt, wie sich diese Planungen auf den Angebotsbestand auswirken. Im Rahmen dieses Punktes **fehlen Ausführungen zu den absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** dieser Planungen, da sich mit der Umsetzung der Vorhaben die Angebotslage in Halle verändern wird.

Zu 3.6 Fazit aus der Wettbewerbsanalyse (S. 77):

Ecostra macht im ersten Teil der Auswirkungsanalyse umfängliche Ausführungen zu den rechtlichen Rahmenbedingungen, zum Makrostandort und beschreibt detailliert und langausholend einzelne Versorgungslagen und Lebensmittelmärkte.

Als problematisch kristallisieren sich jedoch zwei grundsätzliche Analysepunkte heraus:

- Die **IST-Verkaufsfläche und auch die PLAN-Verkaufsfläche** des Globus-Marktes werden falsch angesetzt. Demnach liegt keine korrekte flächenseitige Ausgangsbasis für die Analyse vor.
- Die **Lebensmittelverkaufsflächen zahlreiche Lebensmittelmärkte** sind nachweislich falsch erhoben. Somit liegt keine gesicherte Datenbasis vor, so dass auch die Umsatzschätzung der einzelnen Betriebe nicht korrekt sein kann. **Daher ist an dieser Stelle bereits festzuhalten, dass eine gesicherte und belastbare Prognose der zu erwartenden Umsatzzunahmen nicht möglich ist.**

Im **Fazit** sind die entscheidungsrelevanten Daten der Flächenerhebung bei ecostra falsch ermittelt worden, so dass diese nicht als Berechnungs- und Abwägungsgrundlage verwendbar sind.

Zu 4.2 Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes (S. 79):

Ecostra versucht hier, ein Einzugsgebiet abzugrenzen. Dies konzentriert sich auf den südlichen und zentralen Teil von Halle, zum Teil wird auch der nördliche Bereich von Halle hinzugerechnet (Anmerkung: Die Kartenqualität in dem ecostra-Bericht ist äußerst schlecht, so dass die Abgrenzung schwer erkennbar ist).

Aus gutachterlicher Sichtweise ist das Einzugsgebiet deutlich zu klein abgegrenzt, da Globus in seiner jetzigen und auch in der geplanten flächenseitigen Konfiguration ein größeres Marktgebiet erschließen wird. Es ist dabei zu beachten, dass der Globus-Standort in der Dieselstraße in einer Fahrzeit von ca. 15 Minuten fast aus dem gesamten Hallenser Stadtgebiet erreichbar ist. Da gerade Globus eine hohe lokale Strahlkraft besitzt, ist somit ein gesamtörtliches Einzugsgebiet realistisch. Dies wird ebenfalls von Globus so eingeschätzt.

Der ecostra-Mitarbeiter aus Wiesbaden hat bei der Einzugsgebietsabgrenzung lediglich auf folgende Faktoren abgestellt:

- 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

Quelle: ecostra Seite 79

Ecostra waren die Ergebnisse einer **regelmäßigen Kundenherkunftsanalyse bzw. Kundenbefragung** des bestehenden Globus-Marktes im HEP¹¹ – wobei aus den Befragungsunterlagen die **Kundenherkunft bzw. die Marktdurchdringung für einzelne Stadtgebiete** hervorgeht – nicht bekannt. Da der bestehende Globus-Markt bereits derzeit nachweislich auf das gesamte Hallenser Stadtgebiet ausstrahlt, ist es sachlogisch nicht nachvollziehbar, warum sich das Einzugsgebiet des neuen Globus-Marktes an der Dieselstraße räumlich verkleinern sollte. Dies wird bei ecostra nicht erklärt.

Exkurs 1: Gemäß der Firma **Stadt + Handel** – die eine Bewertung der BBE-Auswirkungsanalyse vorgenommen hat¹², wird laut diesem Büro in dem BBE-Gutachten die **Abgrenzung des Einzugsgebietes bzw. des Untersuchungsraums ausführlich beschrieben** und ist für die **folgende Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen nachvollziehbar** (vgl. Stadt + Handel Seite 14).

Exkurs 2: Gemäß der Firma **BulwienGesa** – die ebenfalls eine Bewertung der BBE-Auswirkungsanalyse vorgenommen hat¹³, erscheint laut diesem Büro die von **der BBE vorgenommene 3-zonale Abgrenzung des Einzugsgebietes mit einem Einwohnerpotenzial von 261.800 EW und die darauf fußende Berechnung des Marktpotenzials i.H. von rd. 546,87 Mio. EUR in der projektrelevanten Branche „Lebensmittel“ grundsätzlich plausibel**. Demnach ist die anderslautende Abgrenzung des Einzugsgebiets bei ecostra sachlich nicht korrekt erfolgt.

Im **Fazit** erfolgt die Einzugsgebietsabgrenzung bei ecostra falsch, d.h. der Marktbereich des Globus-Marktes wird auf lediglich 165.045 Einwohner geschätzt und fällt damit eindeutig zu klein aus. Dies wird durch zwei weitere Gutachterbüros bestätigt, die das zonierte Einzugsgebiet in dem BBE-Gutachten bestätigen. Somit erfolgt bei ecostra keine realitätsnahe Abbildung der räumlichen Wirkung des geplanten SB-Warenhauses.

11 Die Kundenherkunftsanalyse wird regelmäßig durch eine POS-Befragung von Globus durchgeführt.

12 Stellungnahme zur „Verträglichkeitsanalyse für die Verlagerung des SB-Warenhauses Globus in Halle (Saale) gem. § 11 Abs. 3 BauNVO vom 16.08.2017 durch die Firma Stadt + Handel aus Dortmund.

13 Stellungnahme Städtebauliche und raumordnerische Vorprüfung mit Plausibilitätscheck der BBE-Auswirkungsanalyse, Verlagerung des Globus-SB-Warenhauses aus dem Hallenser Einkaufspark (HEP) an den Standort Dieselstraße in Halle (Saale) durch die Firma BulwienGesa (Hamburg) vom 22.03.2018.

Zu 4.4 Methodische Grundlagen zur Kaufkraft (S. 86):

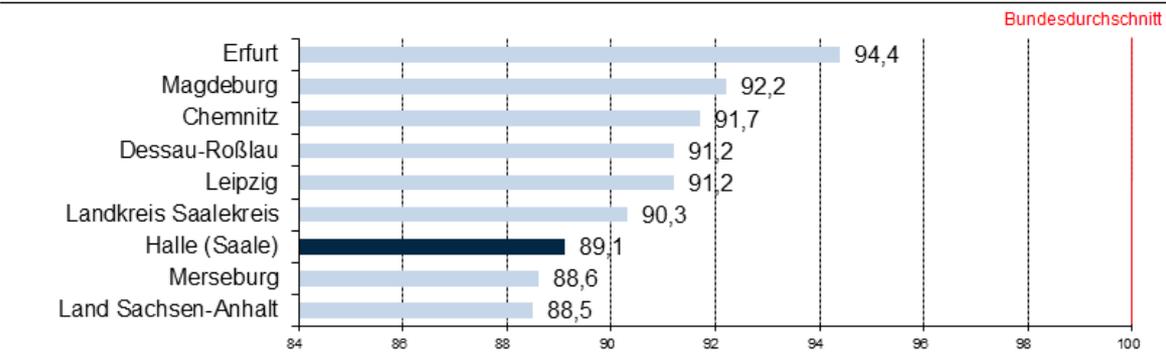
Ecostra gibt hier Auskunft zur Berechnung des Marktpotenzials. In diesem Zusammenhang wird ebenfalls ausgeführt, dass der Kaufkraftkoeffizient in Halle mit 82,0 unterdurchschnittlich ausfällt:

gezogen.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 Kaufkraft-

Quelle: ecostra Seite 87

Die Angabe von **82,0 ist falsch**, da der Kaufkraftindex in Halle im Jahr 2015 bei 89,1 lag. Im Jahr 2017 betrug der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex für Halle 88,6.¹⁴

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015

Quelle: BBE Handelsberatung Seite 12

Auch die Kaufkraftwerte der beiden anderen angegebenen Städte Bad Lauchstädt und Schkopau sind falsch. Der nachstehende Auszug (letzte Spalte) aus der von ecostra angegebenen Quelle (MB-Research Nürnberg) verdeutlicht dies.

Gemeinde	IHK-Bezirk	Bevölkerung		Bevölkerung		Haushalte	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2017				
		01.01.2016		Prognose 2017			in Mio. Euro	Promilleanteil	Euro pro Kopf	EH-Kaufkraft-Index D = 100	
(Gebietsstand 1.1.2017)		Anzahl	Promilleanteil	Anzahl	Promilleanteil	Anzahl					
Halle (Saale), Stadt	157	IHK Halle-Dessau	236.991	2,884	238.520	2,875	138.617	1.390,83	2,547	5.831	88,6
Bad Lauchstädt, Goethestadt	157	IHK Halle-Dessau	8.817	0,107	8.802	0,106	4.362	52,90	0,097	6.010	91,3
Schkopau	157	IHK Halle-Dessau	10.935	0,133	10.949	0,132	5.221	69,48	0,127	6.346	96,4

Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern des Jahres 2017

14 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern des Jahres 2017.

Das Marktpotenzial wird auf Basis des vorhandenen Konsumentenpotenzials, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentspezifischen Kaufkraftniveaus errechnet. Da bei ecostra **falsche Kaufkraftwerte** angesetzt wurden, kann die Höhe des Marktpotenzials nicht korrekt sein.

Exkurs: Gemäß der Firma Stadt + Handel – die eine Bewertung der BBE-Auswirkungsanalyse vorgenommen hat¹⁵, sind laut diesem Büro die **Angaben zu den Kaufkraftwerten und –kennziffern des BBE-Gutachtens 2017 plausibel und nachvollziehbar und werden für die eigene Stellungnahme von Stadt + Handel übernommen.**

Im **Fazit** wird deutlich, dass ecostra bei der Berechnung des Nachfragevolumens nicht korrekt gearbeitet hat und zudem die Berechnung des Nachfragepotenzials in dem BBE-Gutachten anzweifelt. Stattdessen werden jedoch die Berechnung in dem BBE-Gutachten durch Stadt + Handel als plausibel und nachvollziehbar erklärt. Dies wird ebenfalls durch einen 2. Gutachter (BulwienGesa – vgl. Exkurs 2 auf Seite 8) bestätigt.

Zu 5.3 Umsatzerwartung (S. 92):

Ecostra gibt hier eine Umsatzprognose für das Globus SB-Warenhaus (inkl. der kleinstrukturierten Einzelhandelsbetriebe der Vorkassenzone) von 52,3 Mio. EUR an. Bei der folgenden Ermittlung der Flächenleistung wird für das Globus-Vorhaben eine falsche Verkaufsfläche (9.170 m² statt 9.860 m²) angesetzt, so dass die Berechnung der Flächenleistung von 5.700 EUR/m² falsch ist.

Von ecostra wurde keine Umsatzschätzung für die einzelnen Randsortimente des Non-Food II-Sortiments vorgenommen (vgl. ecostra Tab. 18 auf Seite 94). Somit ist fraglich, wie ecostra die Auswirkungen der einzelnen Non-Food II-Sortimente berechnen und in Folge auch bewerten will. Die **fehlende sortimentsgenaue Darstellung der Plan-Umsätze des Non-Food II** stellt einen methodischen Fehler dar, da somit nur eine nivellierende Betrachtung der Auswirkungen dieses gesamten Sortimentsbereiches möglich ist. Ecostra hat die gesamten Non-Food II-Sortimente auf lediglich **zwei Sortimentsgruppen** beschränkt!

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-Abschöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Abschöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Abschöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Abschöpfung 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 (Ferninzugsgebiet)	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

Quelle: ecostra Seite 94

15 Stellungnahme zur „Verträglichkeitsanalyse für die Verlagerung des SB-Warenhauses Globus in Halle (Saale) gem. § 11 Abs. 3 BauNVO vom 16.08.2017 durch die Firma Stadt + Handel aus Dortmund.

Auf Grund der fehlenden Umsatzplanung der einzelnen Non-Food II-Sortimente können zu einem späteren Zeitpunkt von ecostra keine konkreten Aussagen zu den Auswirkungen der einzelnen Sortimente getroffen werden. Dies wird in der Tabelle 22 deutlich, da hier nur **nivellierende Aussagen** zu den Sortimentsbereichen „zentrenrelevante Sortimente“ und „nicht zentrenrelevante Sortimente“ gemacht werden. **Konkrete Angaben zu den einzelnen Sortimenten fehlen gänzlich!**

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!

Quelle: ecostra Seite 118

Die Herleitung des Umsatzansatzes erfolgt lt. ecostra über die sog. Marktanteilsprognose. Da das **Marktpotenzial bei ecostra nicht korrekt berechnet** wurde (vgl. vorstehende Ausführungen zu Punkt 4.4), muss die Herleitung der Umsatzprognose als nicht-plausibel eingestuft werden. Zudem hat ecostra einen großen Teil des potenziellen und auch zukünftigen Marktgebietes von Globus vernachlässigt und somit bei der Umsatzprognose nicht berücksichtigt.

Unter Nichtbeachtung der vorstehenden fehlerhaften Berechnung ist jedoch einzuschätzen, dass die Gesamtumsatzschätzung von ecostra annähernd dem Umsatzwert der BBE entspricht. Ecostra führt hierzu aus Seite 95 aus:

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.

Quelle: ecostra Seite 95

Auf Seite 95 stellt ecostra fest, dass die Umsatzplanung bei BBE und ecostra mit 51,5 Mio. EUR und 52,3 Mio. EUR fast gleichlautend sind. Bei der Berechnung der Flächenproduktivität ist ecostra allerdings wieder der Fehler unterlaufen, dass eine falsche Verkaufsfläche für das Globus-Vorhaben angesetzt wurde. Die gesamte Verkaufsfläche liegt nicht bei 9.170 m², sondern bei 9.860 m².

Hätte ecostra bei ihrer eigenen Umsatzplanung die tatsächlich geplante Verkaufsfläche des Globus-Vorhabens von 9.860 m² angesetzt, errechnet sich eine Raumleistung von ca. 5.300 EUR/m² Verkaufsfläche. Dieser Wert liegt unterhalb der Flächenproduktivität in dem BBE-Gutachten von 5.615 EUR/m².

Exkurs: Das Büro Stadt + Handel bewertet die BBE-Umsatzprognose von 48,05 Mio. EUR - die auf Basis des Marktanteilkonzeptes in den verschiedenen Zonen des Einzugsgebietes vorgenommen wurde - als nicht unplausibel. Demnach liegt eine korrekte Umsatzeinschätzung des SB-Warenhauses seitens der BBE vor (vgl. Stadt + Handel Seite 23). Ebenso bestätigt Stadt + Handel, dass die abgeleiteten Flächenproduktivitäten nicht unplausibel sind (vgl. Stadt + Handel Seite 24). Im Fazit wird somit die **Umsatzprognose der BBE bestätigt**.

In Bezug auf die Darstellung der Umsatzherkunft rügt ecostra auf Seite 95 seiner Ausführungen in dem BBE-Gutachten die **nicht-korrekte Darstellung** der Umsatzherkunft des geplanten Globus SB-Warenhauses:

Deshalb ist es aus fachlicher Sicht nicht nachvollziehbar, wieso auf Basis des von der BBE angesetzten Marktpotenzials nach dem Marktanteilkonzept 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.

Quelle: ecostra Seite 95

Bei der Berechnung des Marktpotenzials werden prinzipiell die Verbrauchsausgaben pro Person für die projektrelevanten Sortimentsgruppen zu Grunde gelegt. In dem BBE-Gutachten wurden die **Pro-Kopf-Gesamtausgaben (also Food + Non-Food)** angesetzt, die im Lebensmitteleinzelhandel ausgegeben werden. Dies waren zu dem Bearbeitungszeitpunkt jährlich 2.278 EUR p.P.

Ecostra vermutet, dass BBE bei der Berechnung des Marktpotenzials lediglich das Sortiment Lebensmittel berücksichtigt hat. Dies leitet sich aus der Tabellenüberschrift der Tabelle 10 in dem BBE-Gutachten ab. Da aus dem berechneten Marktpotenzial dann gemäß des Marktanteilkonzeptes der Umsatz von Globus abgeleitet wurde, wäre dieser ermittelte Umsatz jedoch lediglich der Erlös für das Segment Food. Da sich hierzu noch die Erlöse der Non-Food-Waren addieren, würde der Vorhabenumsatz deutlich über der BBE-Prognose liegen.

In der benannten Tabelle 10 wäre es redaktionell seitens der BBE richtig gewesen, die Tabellenüberschrift „**Lebensmittel (inkl. Randsortimente)**“ zu benennen. Dies resultiert aus dem Fakt, da in den benannten Verbrauchsausgaben nicht nur die Ausgaben für Food, sondern auch für

die Non-Food-Randsortimente enthalten sind. Die korrekte Bezeichnung der Verbrauchsausgaben wurde zwar bereits in dem Text vor der benannten Tabelle 10 eingefügt,¹⁶ hätte jedoch auch in der Tabellenüberschrift stehen sollen.

rechnet. Dieses ergibt sich aus der Multiplikation der jeweiligen Einwohnerzahl mit der sortimentspezifischen Ausgabe pro Person, wobei der sortimentspezifische Kaufkraftindex je Ort¹⁶ berücksichtigt wurde. Innerhalb der einzelnen Zonen ist mit folgender Nachfrage nach **Lebensmitteln (inkl. Randsortimente)** zu rechnen.

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

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentspez. Kaufkraftindex ⁶⁵	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.		Mio. EUR p.a.
Zone I	93.400		91,1	193,83
Zone II	143.500	2.278	91,2	298,13
Zone III	24.900		96,8	54,91
Summe	261.800			546,87

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

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

Quelle: BBE Seite 41

Das es sich um einen **redaktionellen Fehler** handelt, wird in der nachstehenden Darstellung der Pro-Kopf-Umsätze für die Branche Lebensmittel nochmals deutlich. Seitens BBE wurde der branchenbezogene Ausgabewert von 2.278 EUR p.P. angesetzt, der sich aus den Ausgaben für Food (1.891 EUR) und Non-Food (387 EUR) zusammensetzt.

Im **Lebensmittelhandel**¹ betrug das gesamte **Umsatzvolumen** im Jahr 2012 in Deutschland **rund 185,3 Mrd. Euro**. Darin enthalten sind etwa 31,1 Mrd. Euro aus den Non-Food-Sortimenten. Der Anteil des Distanzhandels an Lebensmitteln liegt bei knapp 1,0 %; dies entspricht einem Wert von 1,85 Mrd. Euro. Aus dem bereinigten Umsatzvolumen ergibt sich ein **Pro-Kopf-Verbrauch** von **2.278 Euro/ Jahr**.

Der Pro-Kopf-Verbrauch teilt sich wie folgt in Food und Non-Food-Artikel auf:

- 387 Euro Non-Food-Sortimente
- 1.891 Euro Food-Sortimente, davon entfallen 284 Euro auf Getränke.

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, Struktur- und Technologie, Marktdaten im Einzelhandel 2013

¹⁶ Es wurde in dem BBE-Gutachten auch auf Seite 36 darauf hingewiesen, dass bei der Berechnung des Nachfragepotenzials die auf den Lebensmitteleinzelhandel entfallenden Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt wurden. Die Umsätze der branchenfremder Anbieter wurden aus der Betrachtung ausgeklammert:

„Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für die jeweils projektrelevante Branche bestimmt. Bei diesen branchenspezifischen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping, Online-Handel/E-Commerce und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben für den stationären Einzelhandel der **projektrelevanten Branche Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Randsortimente für Non-Food)** ausgewiesen sind.“ vgl. BBE Gutachten Seite 36.

Im **Fazit** ergibt sich, dass von BBE der korrekte Wert der Verbrauchsausgaben angesetzt wurde, so dass ebenfalls das Marktpotenzial und Folge auch der Plan-Umsatz richtig ermittelt wurden. In der vorstehend aufgeführten Tabelle 10 hätte jedoch der Zusatz „inkl. Randsortimente“ benannt werden sollen, da es sich hierbei um die branchenspezifischen Ausgaben im Lebensmittelhandel (Food + Randsortiment Non-Food) handelt.

Zu 5.4.1 Methodische Grundlagen der Kaufkraftbewegung (S. 96):

Die Firma ecostra geht im Vorfeld der Berechnungen der Umsatzumverteilungen davon aus, dass die Fläche des derzeitigen Globus-Marktes im HEP nachbelegt wird, wobei ecostra eine kleinere Verkaufsflächendimensionierung voraussagt. Die bei ecostra gemachten Angaben hinsichtlich des zu erwartenden Umsatzes bzw. der Umsatzbindung von 60 % bzw. 30 % sind nicht nachvollziehbar, da ein nachvollziehbarer **methodischer Ansatz zur Begründung dieser Werte grundsätzlich fehlt**.

Ferner wurde überhaupt keine Angabe zu der **Größe der nachbelegten Fläche** gemacht. Dieser Ansatz, einen fiktiven Lebensmittelmarkt ohne eine konkrete Flächengröße zu unterstellen, ist methodisch falsch.

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).

Quelle: ecostra Seite 97

Des Weiteren wird bei ecostra nicht erklärt, was mit dem **verbleibenden Umsatzanteil von 10 %** geschieht (60 + 30 = 90)! Es liegt die Vermutung nahe, dass hier ecostra ein **grober Rechenfehler** unterlaufen ist, wobei jedoch gerade die verbleibenden 10 % einen nicht unerheblichen Umsatzanteil ausmachen können. Dieser Fehler führt demnach in Folge zu einem falschen Rechenergebnis, gerade bei der Bewertung der Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Globus-Vorhabens!

Die bei ecostra dargestellten Werte der Umsatzumverlagerung von 31,1 Mio. EUR (vgl. ecostra Tab. 19) sind weder rechnerisch nachvollziehbar abgeleitet noch methodisch erklärt, sondern werden auf Basis des pauschal festgelegten (verbleibenden) Umsatzes im HEP von 24,4 Mio. EUR – der zudem falsch berechnet wurde (s. vorherigen Absatz) – festgelegt!

Insbesondere sind die **IST-Werte des Globus-Umsatzes nach Food/Non-Food nicht dargestellt**, so dass sich die „abgeleiteten“ Werte von 60 % und 30 % (bzw. auch die fehlenden 10 %) nicht erklären lassen. Die Ableitung ist auch unter dem Aspekt zweifelhaft, da ecostra für seine Berechnungen zudem die **falsche Verkaufsfläche des bestehenden Globus-Marktes** für die Food- und Non-Food-Sortimente angesetzt hat (vgl. Seite 2).¹⁷

Die pauschale Aussage des „Umsatzverbleibs“ von 24,4 Mio. EUR des Globus-Umsatzes ist für den Leser **nicht nachvollziehbar**. Auf Grund der Kenntnis des IST-Umsatzes von Globus im HEP durch den Unterzeichner wird von ecostra ein Verbleib der Globus-Erlöse im HEP von ca. 54 % angesetzt! (Anmerkung: Dieser dürfte höher liegen, da bei der ecostra-Berechnung ein Umsatz von 10 % unterschlagen wurde.). Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass Globus lediglich ca. 46 % seines Umsatzes – nicht einmal die Hälfte – mit an den neuen Standort Dieselstraße „mitnehmen“ würde. Dieser geringe Ansatz der Kunden- und Umsatzmitnahme ist definitiv **nicht realistisch** und wird in der Praxis deutlich höher liegen.

Nachfolgend wurde überprüft, auf **welche Flächendimensionierung** die von ecostra gemachten Umsatzangaben eines fiktiven Lebensmittelmarktes im HEP herauslaufen würden. Hierzu wurde der von ecostra pauschal angesetzte Umsatz von 24,4 Mio. EUR nach Food (15,9 Mio. EUR) und Non-Food (8,5 Mio. EUR)¹⁸ aufgeteilt und durch die spezifische Flächenleistung von Verbrauchermärkten geteilt, so dass sich die tatsächliche Verkaufsfläche für das HEP errechnet.

Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebsformen

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.
SB-Warenhäuser			
nur Food-Abteilung	6.600	7.100	7.600
nur Non-Food-Abteilung	2.000	2.500	3.000
Verbrauchermärkte			
nur Food-Abteilung	5.100	5.600	6.100
nur Non-Food-Abteilung	1.500	2.000	2.500
Große Supermärkte (ab 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	4.000	4.300
Supermärkte (bis 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	3.600	4.100
Discounter	3.800	4.800	5.800
SB-Märkte	3.600	4.100	4.600
City-Supermärkte	3.800	4.300	4.900
Metzgereien	6.800	7.300	7.800
Bäckereien	4.500	5.000	5.500
Getränkemärkte	1.400	1.600	1.800

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie
Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017

17 Ecostra hat für Globus - wie auch teilweise für andere Lebensmittelmärkte - die falsche Verkaufsfläche im HEP angegeben. Laut ecostra verfügt Globus über eine Verkaufsfläche von 9.320 m², tatsächlich sind dies 10.250 m² Verkaufsfläche. Die Abweichung beträgt 930 m². Ebenso werden die falschen Verkaufsflächen für Food und Non-Food des Globus-Marktes im HEP bei ecostra verwendet.

18 Die bei ecostra fehlenden 10 % wurden jeweils hälftig auf Food- und Non-Food aufgeschlagen.

Demnach würde sich bei einer durchschnittlichen Flächenleistung von 5.600 EUR/m² für Food und 2.000 EUR/m² für Non-Food eine **summierte Verkaufsfläche von ca. 7.090 m²** (Food: 2.840 m² / Non-Food: 4.250 m²) errechnen. Aus diesem Verhältniswert wird an dieser Stelle sichtbar, dass die Food-Fläche deutlich über der Non-Food-Fläche liegen würde. Aus diesem Verhältniswert kann abgeleitet werden, dass der pauschal dargestellte Umsatzverbleib von 60 % bzw. 30 % nicht realistisch sein kann! Wäre eine realitätsnahe Berechnung erfolgt, hätten die Flächen für Food deutlich über den Non-Food-Flächen liegen müssen.

In Bezug auf die berechnete Gesamtfläche bedeutet dies im Umkehrschluss, dass lediglich eine Teilfläche von ca. 7.090 m² des derzeitigen Globus-Marktes (10.250 m²) im HEP genutzt werden könnte. Da auf Grund des Flächenzuschnitts des Globus-Marktes diese Fläche nicht vollständig auf einer Ebene verfügbar ist, müsste neben der vollständigen Nutzung der Erdgeschossfläche auch noch eine Teilfläche im Obergeschoss belegt werden. Grundsätzlich ist jedoch nur die Nutzung einer **zusammenhängenden Fläche** durch einen Betreiber realistisch, wobei eine Fläche von ca. 7.090 m² zusammenhängend auf einer Ebene im HEP nicht verfügbar ist. Bei einer realitätsnahen Betrachtung ist somit lediglich die Belegung einer kleineren Teilfläche wahrscheinlich. Diese Option wurde jedoch von ecostra nicht untersucht.

Da eine zweigeschossige Nutzung seitens aller Betreiber – nicht nur von Globus – unrealistisch ist, ist gerade die von ecostra definierte Umsatzprognose nicht nachvollziehbar. Eine **realistische bzw. ortsbezogene Umsatzschätzung**, die bspw. auf den lokalen Marktgegebenheiten, der örtlichen Kaufkraft, der Standortqualität, der Wettbewerbsanspannung oder des bestehenden Nachfragepotenzials beruht, wird von ecostra jedenfalls nicht erstellt.

Grundsätzlich ist der Ansatz von ecostra, für die Globus-Fläche des HEP **einen fiktiven Lebensmittelmarkt „zu konstruieren“** – der zudem in der Realität gar nicht vorhanden ist – methodisch falsch. Vielmehr ist modelltheoretisch von einem bestehenden SB-Warenhaus in der ursprünglichen Größe des Globus-Marktes auszugehen, da bei der zu erwartenden Absiedlung von Globus aus dem HEP baurechtlich eine Nachnutzung des Standortes mit Lebensmitteleinzelhandel weiter möglich ist, zumal auch mit der bloßen Betreiberaufgabe die entsprechende bauplanungsrechtliche Zulässigkeit für einen Lebensmittelmarkt in gleicher Größe nicht unwirksam wird.

Dieser **Ansatz liegt dem BBE-Gutachten** zugrunde: Der Umzug des Globus SB-Warenhauses von dem Standort HEP in die Dieselstraße wurde nicht als „reine“ Verlagerung betrachtet. Demzufolge wurde die Verlagerung methodisch als Neuansiedlung behandelt, wobei zu unterstellen ist, dass die Globus-Verkaufsfläche im HEP durch ein vergleichbar großes Lebensmittelkonzept belegt bleibt. Hierbei wurde bei der Modellrechnung der BBE angenommen, dass die Umsätze des Globus-Marktes weiterhin am Standort HEP verbleiben bzw. durch einen vergleichbaren (fiktiven) Anbieter generiert werden. Dieser Ansatz wurde von ecostra nicht aufgenommen, da für das HEP ein nicht-flächenseitig definierter Lebensmittelmarkt mit einem pauschalen Umsatz von 24,4 Mio. EUR unterstellt wurde. Demzufolge können die Ergebnisse der berechneten Umsatzumverlagerungen auf die anderen Lebensmittelhändler in Halle hinsichtlich ihrer monetären Höhe nicht korrekt ausfallen.

Im **Fazit** ist zu dem vorstehenden Kapitel zu konstatieren, dass der Ansatz eines pauschalen und nicht begründeten Umsatzverbleibs in einem fiktiven, kleineren Lebensmittelmarkt im HEP methodisch falsch ist. Da – neben einem Rechenfehler zum Umsatzverbleib im HEP – ferner auch der Plan-Umsatz von Globus mit 52,3 Mio. EUR (vgl. ecostra Tab. 19) überbewertet wurde, sind die zu erwartenden Umsatzumverlagerungswerte schon an dieser Stelle keinesfalls als realistisch einzustufen.

Zu 5.4.2 Analyse der Kaufkraftbewegungen im Untersuchungsraum (S. 97):

Die unter diesem Punkt ermittelten Kaufkraftbewegungen bzw. Umsatzumverlagerungen können aus gutachterlicher Sicht nicht seriös bewertet werden, da **maßgebliche Faktoren zu deren Berechnung seitens ecostra falsch eingeschätzt wurden**. Die nicht korrekt bewerteten Faktoren, die vorstehend detailliert diskutiert wurden, sind bereits auf der Seite 1 dieser Stellungnahme zusammengefasst dargestellt.

Als maßgeblicher Faktor, der u.a. zu einer Fehleinschätzung führt, ist an dieser Stelle nochmals der nicht-begründete Ansatz von ecostra zur Annahme eines pauschalen Umsatzverbleibs von 60 % (Food) bzw. 30 % (Non-Food) der Globus-Umsätze im HEP (bei einer fehlenden Differenz von 10 %!) zu nennen. Für diesen Umsatzansatz wurde von ecostra kein Betriebstyp beschrieben und keine Flächenangabe gemacht, so dass die Existenz eines entsprechenden Anlagetyps fraglich ist bzw. von ecostra nicht beantwortet werden konnte.

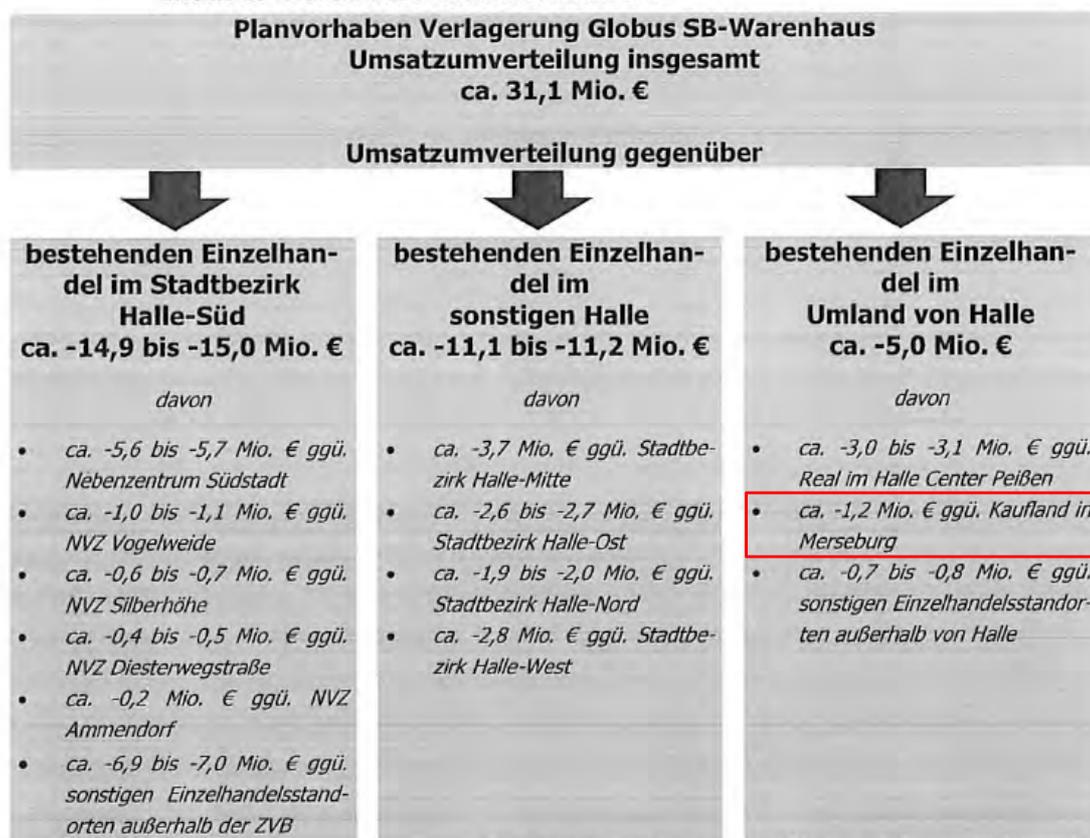
Im Fazit ist es dem Unterzeichner auf Basis der auf Seite 1 zusammengefassten Punkte nicht möglich, eine Bewertung der zu erwartenden Kaufkraftumlenkungen und der zu erwartenden Auswirkungen vorzunehmen.

In Bezug auf die von ecostra gemachten **qualitativen Aussagen** unter Punkt 5.4.2 sind folgende Auffälligkeiten zu beobachten:

1. Umsatzumverlagerungen in Merseburg

Ecostra stellt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der nachstehenden Abbildung überblicksartig dar:

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



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

Quelle: ecostra Seite 98

Betrachtet man die Umsatzumverlagerungen gegenüber dem Kaufland-Markt in Merseburg, so werden lt. ecostra von diesem Markt ca. 1,2 Mio. EUR nach Halle umverlagert. Unterstellt man einen durchschnittlichen Einkaufsbetrag von ca. 28,00 EUR je Einkauf in einem Verbrauchermarkt, so errechnen sich knapp 42.900 Kunden p.a., die jährlich von Merseburg nach Halle zum Einkauf von Lebensmitteln fahren.

Dieser Wert ist unrealistisch, da Lebensmittel i.d.R. wohnortnah eingekauft werden. Ferner verfügt Merseburg selbst über einen ansprechenden und attraktiven Mix an Lebensmittelmärkten, so dass Kaufkraftabflüsse in diesem Segment nach Halle nicht plausibel zu erklären sind. Ferner orientiert sich ein Großteil der Merseburger Kunden beim Einkauf grundsätzlich in das verkehrsgünstig liegende Shoppingcenter Nova Eventis.

Da sich der Globus-Markt flächenseitig nicht vergrößern wird und Merseburg nicht im Einzugsgebiet von Globus liegt, werden demnach Merseburger Kunden zukünftig ins HEP zum Einkauf von Lebensmitteln fahren. Da sich im HEP vermutlich die Ansiedlung eines Kaufland-Marktes abzeichnet (vgl. Mitteldeutsche Zeitung vom 19.06.2018), werden Merseburger Kunden lt. ecostra nicht den Kaufland-Markt in Merseburg zum Einkauf nutzen, sondern zum Teil ins HEP tendieren!

Warum zum Lebensmitteleinkauf deutlich erhöhte Fahrzeiten in Kauf genommen werden – zumal ein angebotsgleicher Kaufland-Markt auch in Merseburg vorhanden ist – ist sachlogisch nicht nachvollziehbar (Anmerkung: Die vorstehenden Ausführungen gelten auch für andere potenzielle Nutzer im HEP wie REWE oder Edeka. Beide Unternehmen sind ebenfalls bereits in Merseburg etabliert.). Aus Sicht der BBE dürfte auf die Stadt Merseburg keine wesentlichen Auswirkungen zu erwarten sein.

2. Umsatzumverlagerungen im Nebenzentrum Südstadt

Ecostra beziffert die Umsatzumlenkungen für das Nebenzentrum Südstadt auf 14,9 bis 15,0 Mio. EUR:

- 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

Quelle: ecostra Seite 100

Die Umsatzumverteilung kann nach dem Studium der ecostra-Ausführungen in dem Nebenzentrum Südstadt **nicht bei 14,9 – 15,0 Mio. EUR** liegen. Dies würde bedeuten, dass dieser zentrale Versorgungsbereich auf Basis der ecostra-Berechnung fast 50 % der gesamten Umsatzumverlagerungen (31,1 Mio. EUR, vgl. ecostra Seite 97) zu verkraften hätte. Demnach scheint es sich hier wiederum vermutlich um **einen Rechenfehler** zu handeln. Demensprechend ist jedoch eine gesicherte Bewertung der Auswirkungen gerade auf diesen Bereich leider nicht möglich.

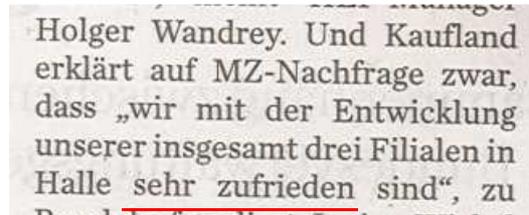
3. Städtebauliche Bewertung des Kaufcenters in der Südstadt

Ecostra versucht auf den Seiten 100/101 wiederum städtebauliche Vorschädigungen dieses Versorgungsbereiches bzw. des Magnetmieters Kaufland zu thematisieren.

... Städtebauliche Bewertung des Kaufcenters in der 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

Quelle: ecostra Seite 100

Der Mitarbeiter von ecostra hat die Wirtschaftlichkeit von Kaufland als befriedigend eingestuft. Dem widerspricht die Firma Kaufland, wie in der lokalen Presse zu lesen ist.



Holger Wandrey. Und Kaufland erklärt auf MZ-Nachfrage zwar, dass „wir mit der Entwicklung unserer insgesamt drei Filialen in Halle sehr zufrieden sind“, zu

Quelle: Mitteldeutsche Zeitung, 19.06.2018

Aus den beiden gegensätzlichen Aussagen ist ablesbar, dass ecostra die Wirtschaftlichkeit von Kaufland falsch eingeschätzt hat. Dies wird auch in der Fehleinschätzung zu der Modernisierung des Kaufland-Marktes deutlich, die ecostra auf Grund der anscheinenden „konzeptionellen Schwächen“ gefährdet sieht:

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 hin-

Quelle: ecostra Seite 101

Die von ecostra in Frage gestellten Investitionen in die Kaufland-Filiale wurden – trotz Kenntnis der Globus-Verlagerungspläne – von Kaufland nicht in Frage gestellt, sondern bereits umgesetzt. Kaufland hat diese Filiale bereits umfassend modernisiert und setzt sein neuestes Layout auch hier um.

Bei einer intensiveren Analyse müsste ecostra auffallen, dass der Kaufland-Markt als hoch attraktiver Anbieter einzustufen ist, was auch in der sehr hohen Frequentierung und Kundenakzeptanz dieses Marktes in Halle-Süd deutlich wird. Da von ecostra keine umfassende und tiefergehende städtebauliche Bewertung dieses zentralen Versorgungsbereiches vorgenommen wurde, wird dies seitens der BBE an dieser Stelle ergänzt:

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

Das Nebenzentrum besitzt eine optimale ÖPNV-Anbindung, da Straßenbahn- und Buslinien direkt vor dem Kaufcenter halten. Westlich befindet sich zudem der S-Bahnhof Südstadt. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus den nördlich und östlich liegenden Wohnquartieren über ampelgeregelt

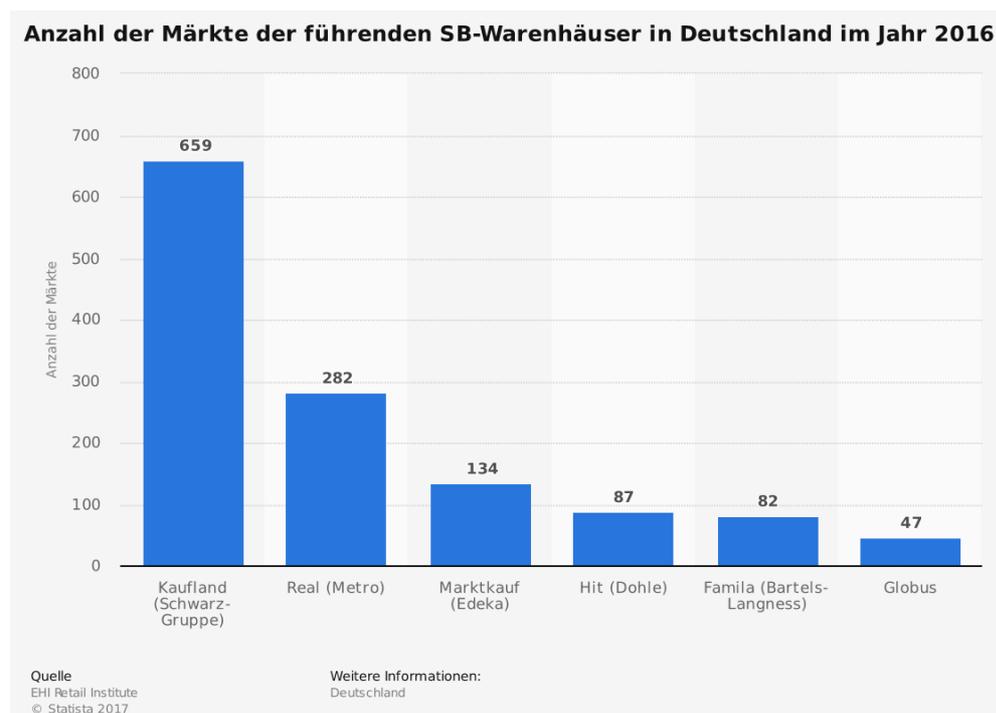
Fußgängerüberwege über die vorstehend genannten, vielbefahrenen Straßenzüge direkt möglich, da sich das definierte Nebenzentrum nicht in einer siedlungsintegrierten Lage befindet.

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

Westlich des Kauflandcenters sind in einer Agglomeration verschiedene Fachmärkte angesiedelt. Die Märkte können untereinander auf Grund der Weitläufigkeit und auch der unattraktiven Wegebeziehung zum Kauflandcenter keine direkten Austauschbeziehungen ausbilden, wobei diese bei der Ansiedlung der Fachmärkte nicht geplant war (Anmerkung: Die Fachmärkte wurden an der Zufahrtsstraße zum Kaufcenter angesiedelt, um von den hohen Frequenzen dieses Einkaufszentrums mit zu profitieren.).

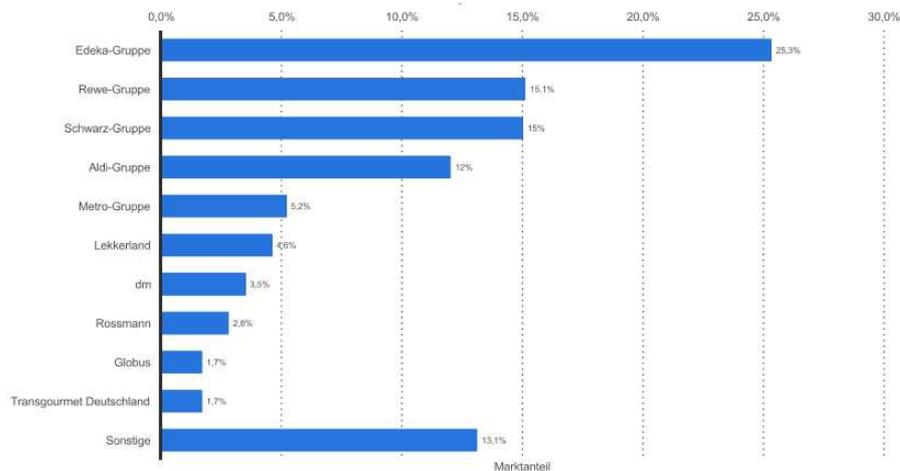
Der *Einzelhandel* im Kauflandcenter belegt rd. 15.700 m², so dass zuzüglich des Bestands in den angrenzenden Fachmärkten ein flächenseitig attraktives Gesamtangebot von ca. 19.000 m² vorhanden ist. Das Kauflandcenter ist durch meist großformatige Gewerbeeinheiten belegt, wobei auch kleinteilige Handelsnutzungen und Komplementäre für einen attraktiven Angebotsmix sorgen.

Als Magnet fungiert das bereits modernisierte SB-Warenhaus Kaufland, das als hoch attraktiver Anbieter einzustufen ist. Dies wird auch in der sehr hohen Frequentierung und Kundenakzeptanz dieses Marktes deutlich. Somit handelt es sich um einen überaus ansprechenden Markt, zumal der Großfilialist Kaufland in dem Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus eindeutig die Marktführerschaft auf dem deutschen Markt übernimmt (vgl. folgende beiden Abbildungen).



Marktanteile der führenden Unternehmen im Lebensmittelhandel in Deutschland 2016

Marktanteile der führenden Unternehmen im Lebensmittelhandel in Deutschland im Jahr 2016



Hinweis: Deutschland

Weitere Angaben zu dieser Statistik, sowie Erläuterungen zu Fußnoten, sind auf [Seite 143](#) zu finden.

Quelle: TradeDimensions [ID 4916](#)



Weiterer, insbesondere filialisierter Handel (v.a. Textil- und Schuhanbieter, UE-Fachmarkt Medi Max) führt aus Kundensicht insgesamt zu einem leistungsfähigen und breiten Gesamtangebot in dem Einkaufszentrum, das eine hohe Strahlkraft entwickelt. Die Attraktivität des Centers für Handelsbetriebe zeigt sich auch in der Ansiedlung des Kleinkaufhauses Woolworth, da dieser Anbieter im Jahr 2016 auf einer vormaligen Leerstandsfläche eine Filiale mit rd. 1.200 m² eröffnet hat. Ferner hat auch in der 2. Etage vor dem Kaufland-Markt ein großflächiger TEDI-Markt eröffnet. Demnach besteht auch eine Nachfrage seitens des Handels nach diesem attraktiven Handelsstandort. Der Handel im Kauflandcenter wird durch die angrenzenden Fachmärkte zielgerecht abgerundet. Mit Lidl, Dänischem Bettenlager, Futterhaus und Pfennigpfeiffer bestehen weitere kundenattraktive Anbieter. Die Attraktivität des gesamten Nebenzentrums wird auch anhand der durchschnittlichen Geschäftsgröße deutlich, die mit rd. 630 m² VK je Anbieter aus Kundensicht auf eine hohe Leistungsfähigkeit schließen lässt.

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

Im Kauflandcenter war zum Zeitpunkt der Erstellung der Auswirkungsanalyse durch die BBE Handelsberatung lediglich eine Leerstandsfläche vorhanden, so dass nicht von einem strukturellen *Leerstand* gesprochen werden kann. Die Handelsflächen in der 2. Etage, in der sich Kaufland befindet, sind voll vermietet. Die Flächen in der westlichen Fachmarkttagglomeration sind vollständig belegt. Eine Ausweitung des Leerstands ist auf Grund der guten Standortqualität und auch der verkraftbaren Umsatzumlenkungen durch Kaufland bzw. durch Lidl nicht zu erwarten.

Für die Lebensmittelanbieter im ausgewiesenen Nebenzentrum Südstadt sind Umsatzverluste zu prognostizieren, die nicht zu einem Rückzug der betroffenen Lebensmittelmärkte führen werden, so dass keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Insbesondere ist dies auch aus der hohen

Stabilität dieser Versorgungsdestination abzuleiten, die in Bezug auf die Standortqualität (Erreichbarkeit, ÖPNV-Anbindung, Parkplätze, Fernwirkung/Sichtbarkeit, Einwohner im Nahbereich) und den Handelsbesatz (Großflächenanbieter, Filialisten, Komplementäre) eine hohe Stabilität besitzt. Dies wird auch in dem Plausibilitätsgutachten des Büros Dr. Acocella bestätigt.¹⁹

4. Verkaufsflächenangaben bei großformatigen Lebensmittelmärkten

Bei der qualitativen Einschätzung der Auswirkungen werden von ecostra wiederum die falschen Verkaufsflächendaten verwendet. Da diese meist gegenüber den tatsächlichen Bestandsdaten niedriger ausfallen, wird ein Bild einer verminderten Leistungsfähigkeit dieser Betriebe vermittelt.

5. Non-Food II-Sortimente

In dem ecostra-Gutachten werden keine detaillierten Aussagen zu den Auswirkungen in den einzelnen Non-Food-II Warengruppen gemacht. Es erfolgt eine pauschale Zusammenfassung unter „zentrenrelevanten Sortimenten“ und „nicht zentrenrelevanten Sortimenten“. Somit fehlen detaillierte Aussagen zu den städtebaulichen Auswirkungen der einzelnen Non-Food II-Sortimente.

6. Nahversorgungszentrum Ammendorf

Auf Seite 104 werden die Auswirkungen auf das NVZ Ammendorf dargestellt. Da hier bereits die Erweiterung dieses zentralen Versorgungsbereiches (Neubau eines Supermarktes und eines Drogeriemarktes) im Gange ist, hätte eine Bewertung unter Berücksichtigung der geplanten Ansiedlungsvorhaben erfolgen müssen. Die bereits angemerkte Vernachlässigung der Planprojekte durch ecostra wird an dieser Stelle deutlich.

7. Ausweisung der Umsatzverluste einzelner Lebensmittelanbieter

Wie vorstehend bereits thematisiert, ist die Flächenaufnahme diverser Lebensmittelmärkte nicht korrekt erfolgt (vgl. Seiten 3/4), wodurch sich auch ein deutlich veränderter Umsatz der einzelnen Betriebe ergibt.

Auf der anderen Seite werden bei ecostra die Umsatzverluste mit einer Dezimalstelle ausgewiesen. Der einerseits nicht-korrekten Flächenaufnahme bzw. Umsatzschätzung steht somit die Ausweisung detaillierter Umsatzrückgänge gegenüber, so dass diese Werte aus gutachterlicher Sichtweise eine Scheingenauigkeit vorspielen. Eine verlässliche Aussage zu den tatsächlichen monetären Auswirkungen kann hieraus nicht abgeleitet werden, so dass die prognostizierten Werte allenfalls als Trendwerte einzustufen wären.

¹⁹ vgl. Gutachten des Büros Dr. Acocella vom 27.11.2017, Seite 28
„Hinsichtlich der Ausführungen von Dr. Lademann & Partner zu den Vorschädigungen des Nebenzentrums Süd ist anzumerken, dass eine signifikante Vorschädigung des Kaufcenters Südstadtring im Rahmen einer eigenen vor-Ort-Begehung am 14.09.2017 weder im funktionalen noch im städtebaulich-architektonischen Sinne festgestellt werden konnte.“

8. Ausweisung der Umsatzverluste am Sonderstandort HEP

Ecostra beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auch auf den Standort HEP. Auf den Seiten 96/97 stellt ecostra dar, das im HEP ein pauschaler Umsatz des Globus-Marktes von 60 % bzw. 30 % des jeweiligen Sortimentsbereichs – bei einem fehlenden Umsatzanteil von 10 % (!) – verbleibt. Der allgemeine Wert des Umsatzverbleibs wurde von ecostra auf 24,4 Mio. EUR festgelegt.

Folgerichtig wäre gemäß den Ausführungen von ecostra nun gewesen, den fiktiven Lebensmittelmarkt mit dem Umsatz von 24,4 Mio. EUR in die Berechnungen mit einzubeziehen. Wie der nachstehende Auszug aus dem Gutachten von ecostra zeigt, ist dies nicht geschehen, da als Einzelbetrieb lediglich Aldi berücksichtigt wurde:

...ung von ca. 1,0 – 1,1 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von insgesam 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 wich-

Quelle: ecostra Seite 109

• Sonderstandort HEP insgesamt	47,2
• Aldi Nord, Leipziger Chaussee	k.A.
• Sonstige Anbieter Lebensmitteleinzelhandel	3,4
• Sonstige Anbieter Drogeriewaren	k.A.
• Sonstige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente	35,0

Quelle: ecostra Seite 117

Da der fiktive Bestandsbetrieb im HEP bei ecostra nicht berücksichtigt wurde, erhöhen sich logischerweise die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die anderen Handelslagen.

Diese Nichtbetrachtung des von ecostra fiktiv angenommenen Lebensmittelmarktes im HEP stellt einen klaren methodischen Fehler bei der Berechnung der monetären Auswirkungen dar. Da dieser Anbieter bei der Berechnung bzw. bei den Bestandsumsätzen nicht berücksichtigt wird, erhöhen sich naturgemäß die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die anderen Bestandsstandorte, insbesondere auch auf den zentralen Versorgungsbereich Südstadt. **Demzufolge werden die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen gerade auf diesen zentralen Versorgungsbereich von ecostra überschätzt.**

Im Gesamtfazit sind die Ausführungen in dem Gutachten von ecostra

- im methodischen Ansatz und auch
- auf Basis der fehlerhaften Ermittlung der Basisdaten (v.a. der Bestandsdaten des Lebensmittelhandels, des Einzugsgebiets und der Kaufkraftwerte, der Umsätze eines fiktiven Lebensmittelmarktes im HEP, des Fehlens dieses Marktes bei der Berechnung der Umsatzumlenkungen)

nicht für einen Nachweis der potenziellen Auswirkungen des Projektvorhabens geeignet. Die einzelnen Faktoren, die zu dieser Einschätzung führen, wurden vorstehend auf den Seiten 12/13 zusammenfassend dargestellt.

Mathias Vlcek

Erfurt, 10.08.2018