

Anlage zur Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale) vom 30. November 2017

hier: Ergänzende Ausführungen zum „Gutachten zur Prüfung und Bewertung der Aussagen im Auswirkungsgutachten der BBE zum Vorhaben Globus-SB-Warenhaus in der Dieselstraße in Halle (Saale) und zum Plausibilitätsgutachten Lademann & Partner“ von Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung vom 27.11.2017

Präambel: Die BBE Handelsberatung hat eine Auswirkungsanalyse für die Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße in Halle (Saale) erstellt. Die Erarbeitung der Auswirkungsanalyse und die Abstimmung mit den Planungsbehörden der Stadt Halle erfolgten von April bis September 2016. Im Oktober 2017 hat die Stadt Halle das Büro Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung mit der Erstellung eines Plausibilitätsgutachtens beauftragt. In diesem Gutachten¹ wurden vor dem Hintergrund der Sicherung einer rechtssicheren Bewertungs- und Planungsgrundlage die Aussagen und Inhalte der BBE Auswirkungsanalyse geprüft und der aus Sicht des Büros Dr. Acocella bestehende Präzisierungs-, Ergänzungs- bzw. Änderungsbedarf des BBE-Gutachtens aufgezeigt.²

Die Aussagen in dieser gutachterlichen Prüfung wurden seitens der BBE aufgenommen, so dass im November 2017 eine punktuelle Überarbeitung des BBE-Gutachtens vorgenommen wurde. Die erfolgten Einarbeitungen wurden dabei unter dem Punkt 1 in der BBE-Auswirkungsanalyse dargestellt.

Im Rahmen einer im Oktober 2018 erfolgten Abstimmung über die Einarbeitung der von Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung angesprochenen Punkte wurden seitens dieses von der Stadt Halle beauftragten Gutachterbüros noch Präzisierungen gewünscht. Diese werden nachstehend dargestellt, wobei die folgenden Ausführungen grundsätzlich im Zusammenhang mit der von der BBE erstellten Auswirkungsanalyse³ zu sehen sind.

Nachfolgend wird zu den angesprochenen Punkten des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung Stellung genommen:

- Zusammenfassende Darstellung des Ansiedlungsvorhabens
- Verringerung der Umsatzumlenkungen gegenüber dem Globus-Altstandort HEP
- Auswirkungen des Globus-Verlagerungsvorhabens auf die verbrauchernahe Versorgung im Umfeld des Projektstandortes Dieselstraße
- Ausweisung von Umsatzumverlagerungen im Segment Non-Food I sowie separate Darstellung der Umsatzumlenkungen differenziert nach Food und Non-Food I
- Erläuterung der Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen gegenüber dem Globus-Altstandort HEP

1 Büro Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung, Gutachten zur Prüfung und Bewertung der Aussagen im Auswirkungsgutachten der BBE zum Vorhaben Globus-SB-Warenhaus in der Dieselstraße in Halle (Saale) und zum Plausibilitätsgutachten Lademann & Partner, 27.11.2017.

2 Anmerkung: Die WCM Handelsmärkte XV B.V., Eigentümerin des Kaufland-Centers am Südstrang in Halle, hat die Firma Dr. Lademann & Partner aus Hamburg ebenfalls mit einer Plausibilitätsprüfung des BBE-Gutachtens beauftragt (Verlagerung von Globus in Halle (Saale) - Plausibilitätsprüfung der BBE Auswirkungsanalyse aus Mai 2017 zur geplanten Verlagerung von Globus in Halle (Saale), Juni 2017). Die Aussagen in dieser Ausarbeitung sind aus Sicht der BBE jedoch teilweise nicht objektiv begründet und führen zu fälschlichen Annahmen, was u.a. auch in der gutachterlichen Stellungnahme von dem Büro Dr. Acocella bestätigt wird. Aus diesem Grund konnte die Ausarbeitung der Hamburger Firma Dr. Lademann & Partner leider nicht berücksichtigt werden.

3 BBE Handelsberatung, Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale) vom 30. November 2017.

Das Büro Dr. Acocella hat für das Projektvorhaben eine **überblicksartige Darstellung des Gesamtvorhabens** inklusive der gemäß B-Plan maximal zulässigen Verkaufsflächen gewünscht. In der folgenden Tabelle wird nach den geplanten Verkaufsflächen gemäß dem Globus-Sortimentskonzept und den Verkaufsflächen mit einem Flexibilisierungsansatz⁴ (zulässig nur bei Non-Food II) unterschieden. Ferner werden die Umsätze bei einer Ausschöpfung der maximalen Verkaufsflächen dargestellt, wie diese auch bei der sortimentspezifischen Berechnung der Auswirkungen angesetzt wurden.

4 Durch die Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen im Segment Non-Food II wird dem Betreiber Globus eine gewisse Flexibilität zubilligt, so dass bei einer notwendigen Änderung der Sortimentsstruktur des Non-Food II keine Änderung des B-Plan notwendig ist oder die Genehmigung einer Freistellung beantragt werden muss. Den einzelnen Sortimentsgruppen des Non-Food II wurde ein flächenseitiger Zuschlag von jeweils rd. 20 % aufgerechnet, wobei die Non-Food-Sortimente insgesamt nur auf einer maximalen Gesamtfläche von 4.240 m² Verkaufsfläche zulässig sind.

Tabelle 1: PLAN-Fläche des Globus SB-Warenhauses sowie maximal zulässige Verkaufsflächen gemäß B-Plan

	PLAN-VK ohne Flexibilisierungsansatz	PLAN-VK mit Flexibilisierungsansatz gemäß B-Plan	Planumsätze gemäß der max. möglichen Verkaufsfläche
	m ²	m ²	Mio. EUR
Nahrungs- und Genussmittel	5.020	5.020	36,80
Tiernahrung	240	240	0,95
Drogerie	580	580	3,00
Haushaltwaren/Elektrogeräte	740	840	
davon Elektrogeräte		(300)	1,32
davon Haushaltwaren inkl. Glas und Porzellan		(650)	2,28
Papier-/Büro-/Schreibwaren/Bücher	640	720	
davon Papier-/Büro-/Schreibwaren		(550)	1,05
davon Bücher		(250)	0,60
Spielwaren/Sport/Camping	520	600	
davon Spielwaren		(350)	0,67
davon Sport/Camping		(400)	0,80
Foto/Uhren/Schmuck/Accessoires	160	180	0,54
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren/Heimtextil	1.100	1.260	
davon Bekleidung		(700)	1,96
davon Schuhe/Lederwaren		(360)	0,68
davon Heimtextilien		(360)	0,40
Autozubehör/Fahrräder	260	300	0,54
Non-Food	4.240	max. 4.240	
Summe SB-Warenhaus Gesamt	9.260	9.260	
Bäcker/Metzger	100	100	0,67
Apotheke	250	250	1,75
Kiosk (Zeitschriften/Bücher/Lotto/Tabak)	100	100	0,64
davon Tabakwaren	(30)	(30)	(0,36)
davon Zeitschriften/Bücher	(70)	(70)	(0,28)
Mobilfunkshop (Elektrogeräte)	50	50	0,39
Blumen	100	100	0,35
Summe Vorkassenzone	600	600	
GESAMT	9.860	9.860	

Anmerkung: In der „PLAN-VK ohne Flexibilisierungsansatz“ wurde das geplante Sortimentskonzept von Globus abgebildet, wobei Globus bei der eigenen Planung nach den Sortimentsgruppen Food, Non-Food I und II sowie den „sonstigen Flächen“ (Kassenzone, Infostand, Vorbereitungsflächen) unterscheidet. Da diese „sonstigen Flächen“ der Verkaufsfläche zuzuordnen sind, wurden diese bei der „PLAN-VK ohne Flexibilisierungsansatz“ auf die beiden relevanten Sortimentsgruppen Food und Non-Food aufgesplittet.

Die dargestellten Umsätze der einzelnen Sortimente bilden in Summe nicht den Gesamtumsatz des SB-Warenhauses ab, da dieser je nach flächenseitiger Zusammensetzung innerhalb der einzelnen Non-Food II-Sortimente in seiner Gesamthöhe variieren kann.

Das Büro Dr. Acocella hat in seiner Stellungnahme angeregt, im Rahmen der Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen die **Umsatzumverlagerungen gegen den Altstandort von Globus (HEP) um 10 %** zu reduzieren. Dem wird Folge geleistet, wobei in der nachstehenden modellhaften Berechnung eine Veränderung in dem Segment Food/Non-Food I erfolgt und die zu erwartenden Umsatzumlenkungen gegenüber dem Sonderstandort HEP bzw. gegenüber dem fiktiven SB-Warenhaus im HEP um 10 % herabgesetzt werden.

Somit werden sich naturgemäß gegenüber anderen Standorten erhöhte Umsatzumverteilungsquoten ergeben. Für die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet der Zone I wären mit Ausnahme des NZ Südstadt Umsatzumverlagerungen zu erwarten, die unterhalb des 10 %-igen Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit liegen würden. Dies trifft auch für die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone II zu, so dass selbst bei den erhöhten Umsatzverlusten schädliche Auswirkungen auf diese Bereiche nicht anzunehmen sind.

Die umseitig eingefügte Tabelle zeigt die veränderten Umsatzumverlagerungsquoten im Segment Food/Non-Food I⁵ im Vergleich zu der ursprünglichen Berechnung.

5 Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der Non-Food II-Sortimente wurden an dieser Stelle nicht erneut geprüft, da selbst bei einer um 10 % erhöhten Umsatzumlenkung auf die relevanten Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen und auch außerhalb dieser Bereiche keine Beeinträchtigung von bestehenden Handelsbetrieben zu erwarten ist. Die berechneten Umsatzumlenkungsquoten befinden sich lagespezifisch mit einem hohen Sicherheitsabstand unterhalb des 10 %-Abwägungsschwellenwertes.
vgl. Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale), 30.11.2017, Anlage 8 auf den Seiten 118-128.

Tabelle 2: Prognostizierte Umsatzumlenkungen (Food/ Non-Food I) des Globus SB-Warenhauses/ Nachberechnung der Auswirkungen bei Verringerung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen⁶ gegenüber dem fiktiven SB-Warenhaus im HEP um 10 %⁷

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung IST		Umsatzumlenkung Nachberechnung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	%
zVB Südstadt (NZ)	33,88	2,64	7,8	3,43	10,1
zVB Ammendorf (NVZ)	10,52	0,48	4,6	0,62	5,9
zVB Vogelweide (NVZ)	5,04	0,30	6,0	0,39	7,7
zVB Silberhöhe (NVZ)	8,79	0,23	2,6	0,30	3,4
zVB Diesterwegstraße (NVZ)	4,63	0,18	3,9	0,23	5,0
zVB Büschdorf (NVZ)	6,26	0,08	1,3	0,10	1,6
Sonstige Lagen Zone I (außerhalb zVB)	153,92	33,69	21,9	31,79	20,7
(davon HEP)	(51,40)	(29,73)	(57,8)	(26,76)	(52,1)
(davon restliche Lagen außer HEP)	(102,52)	(3,96)	(3,9)	(5,03)	(4,9)
Zone I Gesamt	223,04	37,60	16,9	36,86	16,5
zVB Altstadt (HZ)	21,03	0,13	0,6	0,17	0,8
zVB Neustadt (NZ)	34,93	0,24	0,7	0,31	0,9
zVB Reileck (NVZ)	2,39	0,02	0,8	0,03	1,3
zVB Hubertusplatz (NVZ)	6,62	0,04	0,6	0,05	0,8
zVB Heide-Nord (NVZ)	7,23	0,03	0,4	0,04	0,6
Sonstige Lagen Zone II (außerhalb zVB)	251,55	1,94	0,8	2,51	1,0
Zone II Gesamt	323,75	2,40	0,7	3,11	1,0
Überörtliches Einzugsgebiet	15,85	0,11	0,7	0,14	0,9
Gesamt	562,64	40,11	7,1	40,11	7,1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die neu berechnete Umsatzumlenkungsquote würde für den zentralen Versorgungsbereich Südstadt bzw. auch den hier befindlichen Magnetanbieter Kaufland geringfügig über dem Schwellenwert von rd. 10 % liegen. Demnach wäre ein „Anfangsverdacht“ auf eine mögliche Schädigung dieses Bereiches zu erwarten.

Die berechneten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sind allerdings prinzipiell als ein Anhaltspunkt, jedoch nicht als alleiniges Kriterium der Verträglichkeit zu werten. Deshalb muss eine städtebauliche Charakterisierung des zentralen Versorgungsbereiches vorgenommen werden, da neben der Höhe der zu erwartenden Umsatzverluste ebenfalls die Stabilität dieses Bereiches, dessen Attraktivität und Positionierung bzw. auch mögliche Vorschädigungen im Rahmen einer qualifizierten Bewertung eine Rolle spielen. Nur so können die zu erwartenden monetären Auswirkungen des Globus-Verlagerungsvorhabens unter Berücksichtigung städtebaulicher Gesichtspunkte eingeschätzt werden. Hierzu kann folgende Einschätzung gegeben werden:

⁶ vgl. Wirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale), 30.11.2017, Tab. 19.

⁷ Die monetären Auswirkungen wurden für das HEP von 29,73 Mio. EUR um 10 % auf 26,79 Mio. EUR abgesenkt.

Das ausgewiesene Nebenzentrum Südstadt liegt *verkehrsgünstig* und sehr gut einsehbar im Kreuzungsbe-
reich 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 ebenfalls *sehr gute ÖPNV-Anbindung*, da Straßenbahn- und Buslinien direkt
vor dem Kauflandcenter halten. Westlich befindet sich zudem der S-Bahnhof Südstadt. Die *fußläufige Er-
reichbarkeit* ist aus den nördlich und östlich liegenden Wohnquartieren über ampelgeregelte Fußgänger-
überwege über die vorstehend genannten, vielbefahrenen Straßenzüge direkt möglich, da sich das definierte
Nebenzentrum nicht in einer siedlungsintegrierten Lage befindet.

Der Umgriff des Südstadt-Center gliedert sich (mit Ausnahme der Tankstelle) in zwei Standortbereiche. Der
Hauptgeschäftsbereich umfasst das attraktive zweigeschossige Kauflandcenter, das als klassisches Ein-
kaufcenter 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 befindli-
chen Wohnbebauung. Bezüglich der direkt angrenzenden, hoch verdichteten Wohnquartiere, die aus mehr-
geschossigen Zeilenbauten bestehen, kann das Nebenzentrum trotz der südlichen Zäsur des Bahngleiskör-
pers 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 Kauf-
landcenter keine direkten Austauschbeziehungen ausbilden und wurden auch nicht in einer direkten Funkti-
onseinheit zu dem Kauflandcenter konzipiert.

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

Als Magnet fungiert das SB-Warenhaus Kaufland, das als hoch attraktiver Anbieter einzustufen ist. Weiterer,
insbesondere filialisierter Handel (v.a. Textil- und Schuhanbieter, UE-Fachmarkt Medi Max) führt aus Kun-
densicht insgesamt zu einem *leistungsfähigen und breiten Gesamtangebot*, das eine hohe Strahlkraft entwi-
ckelt. Die Attraktivität des Centers für Handelsbetriebe zeigt sich auch in der Ansiedlung des Kleinkaufhau-
ses 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 Handels-
standort.

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 deut-
lich, 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 Klein-
gastronomen vorhanden, während im 2. und 3. Obergeschoss u.a. Büros, Dienstleister und weitere Nutzun-
gen (Sport, Freizeit, Stadtteilbibliothek, Ärzte) vorhanden sind. Somit ist für den Bereich eine gewisse Multi-
funktionalität zu konstatieren.

Im Kauflandcenter ist lediglich eine Leerstandsfläche vorhanden, so dass nicht von einem strukturellen *Leer-
stand* 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.

Im *Fazit* sind für die Lebensmittelanbieter im ausgewiesenen Nebenzentrum Südstadt auf Grund der vorstehend skizzierten Standortqualität auch bei Wirksamwerden der prognostizierten Umsatzverluste 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, das hierzu folgendes ausgeführt hat:

*„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.“*⁶

Im *Fazit* der vorstehenden Diskussion wird deutlich, dass eine Schädigung des Nebenzentrums Südstadt auch bei einer erhöhten Umsatzumlenkungsquote nicht zu erwarten ist. Dies leitet sich insbesondere aus der hohen Leistungsfähigkeit und der sehr guten Standortqualität dieser Einzelhandelsdestination ab.

Das Büro Dr. Acocella hat im Rahmen seiner Stellungnahme auf mögliche **Auswirkungen auf die verbraucherernahe Versorgung** hingewiesen. Es wurden mögliche schädliche Auswirkungen auf die naheliegenden Lebensmittelmärkte Netto Marken-Discount (Dieselstraße) und Lidl (Merseburger Straße) angesprochen, da gemäß den Berechnungen im BBE-Gutachten für diese Märkte Umsatzverluste zu erwarten sind, die oberhalb des Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit von ca. 10 % liegen.⁹ Auf Grundlage der Bewertung durch die BBE wurden diese Umsatzumverlagerungen jedoch für beide Großfilialisten als „verträglich“ eingestuft.

Grundsätzlich ist bundesweit kein Trend zu erkennen, dass Discounter oder Supermärkte in räumlicher Nähe zu SB-Warenhäusern ihre Filialen flächendeckend schließen. Dies zeigt sich auch in Halle, da in unmittelbarer Nähe zu bestehenden SB-Warenhäusern/Verbrauchermärkten ebenfalls auch andere Betriebsformen des Lebensmittelhandels angesiedelt sind. Beispiele sind Globus – Aldi (HEP Leipziger Straße), Kaufland – Lidl (Kauflandcenter Südstadtring), real – Aldi (Neustadt Centrum An der Magistrale), E-Center – Aldi (Hermes-Areal Hermesstraße) oder real – Aldi (Halle Center in Peißen).

Die verhältnismäßig geringen Überschneidungen ergeben sich insbesondere aus der andersartigen Sortimentsausrichtung eines SB-Warenhauses im Vergleich zu einem Discounter wie Lidl oder Netto. Dies resultiert aus dem Fakt, dass ein Discounter grundsätzlich nur ein preisorientiertes Warenssegment abdeckt und im Gegensatz zu einem SB-Warenhaus wie Globus eine deutlich niedrigere Artikelzahl (vgl. Anlage 2) und nur einen geringen Anteil an Markenwaren führt.

Das Angebot des Discounters ist auf ausgewählte Bereiche bzw. Lebensmittelteilsortimente und vorwiegend auf sogenannte „Schneldreher“ begrenzt. Der Discounter ist somit auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumschlag ausgerichtet und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discountniveau an. Demgegenüber offeriert ein SB-Warenhaus ein breites und umfassendes Angebot (Vollsortiment), welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis legt. Dies wird auch bei Betrachtung des bestehenden Globus SB-Warenhauses im Vergleich zu einem Discounter deutlich. Die Angebotsbreite und -tiefe liegt dabei grundsätzlich deutlich über der von Discountern (vgl. Anlage 2).

Die beiden Betriebstypen SB-Warenhaus und Discounter sprechen zum Teil auch unterschiedliche Kundengruppen an bzw. initiieren unterschiedliche Kaufanlässe. Während bei einem Discounter meist preisorientiert der Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt wird, werden bei einem Besuch in einem SB-Warenhaus vorwiegend Frischeprodukte und qualitativ höherwertige Lebensmittel sowie auch Non-Food-Waren nachgefragt.

⁸ vgl. Gutachten des Büros Dr. Acocella vom 27.11.2017, Seite 28

⁹ BBE Handelsberatung, Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale) vom 30. November 2017, Seite 68.

Beide Betriebstypen stehen zwar grundsätzlich in Konkurrenz zueinander, haben aber auf Grund des Preisniveaus und der Sortimentstiefe zum Teil unterschiedliche Zielgruppen bzw. Kaufimpulse. Somit findet der Wettbewerb vorwiegend unter systemgleichen Anbietern statt, da ein höherpreisiges und serviceorientiertes SB-Warenhaus durch seine hohe Auswahlbreite mit typähnlichen Betrieben stärker als mit discountorientierten oder preisaggressiven Anbietern wie Lidl oder Netto in Konkurrenz tritt.

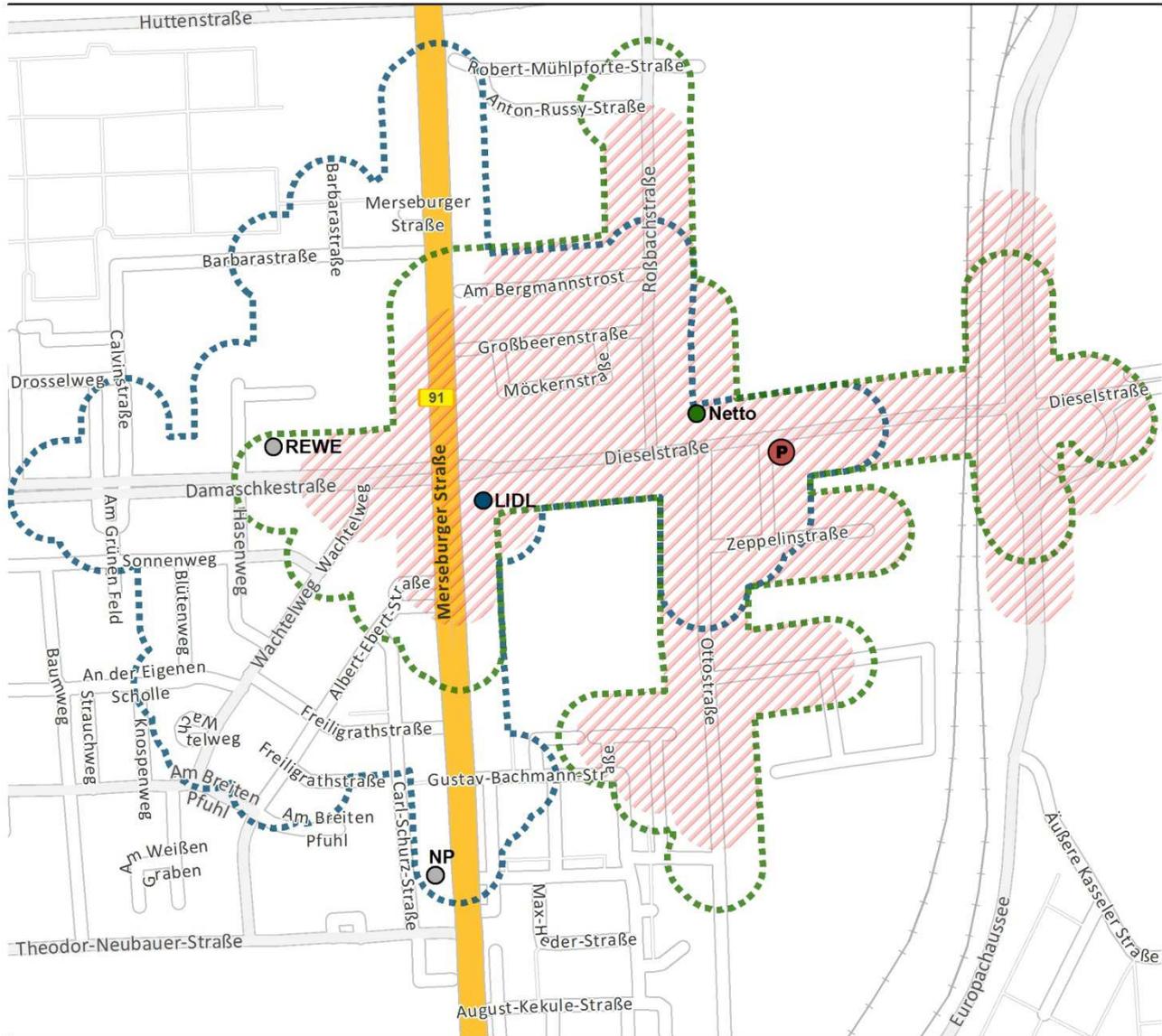
Sollte sich dennoch einer dieser Lebensmittelmärkte oder beide Märkte¹⁰ absiedeln, so wird sich in diesem Bereich (östlich der Merseburger Straße) keine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung ergeben. Dies resultiert aus der Nähe der drei Anbieter zueinander, da die Entfernung von Globus zu Lidl über 400 m und zu Netto knapp 200 m beträgt. Demnach könnte der geplante Globus-Markt die Nahversorgungsfunktion dieser beiden Standorte mit übernehmen, so dass die Nahversorgung in diesem Bereich grundsätzlich aufrechterhalten wird.

In der folgenden Karte wird die Überschneidung der fußläufigen Bereiche sichtbar, wobei in Bezug auf den Nahbereich ein Laufweg von 600 m angesetzt wurde.¹¹

10 Ein Rückzug beider Märkte ist unwahrscheinlich, da sich bei einer Schließung eines Marktes der Umsatz dieses Betreibers auf die Anbieter im direkten Umfeld verteilen würde. Somit wäre für den jeweils anderen Markt von einer deutlich höheren Potenzial- bzw. Umsatzbasis auszugehen.

11 Im Einzelhandelskonzept der Stadt Halle wird als fußläufiger Nahbereich von Lebensmittelmärkten ein Radius von 600 m ausgewiesen. Für die Abbildung eines Nahbereichs ist jedoch die Verwendung von tatsächlichen Laufwegen im Vergleich zu Radien deutlich besser, da so auch bestehende städtebauliche oder natürliche Barrieren bzw. Zäsuren mit berücksichtigt werden.

Karte 1: 600 m-Laufweg der Lebensmittelmärkte im Standortbereich Merseburger Straße/ Dieselstraße



fußläufiger Nahbereich (600 m Radius)

LIDL Netto Globus

Projektstandort (Globus)



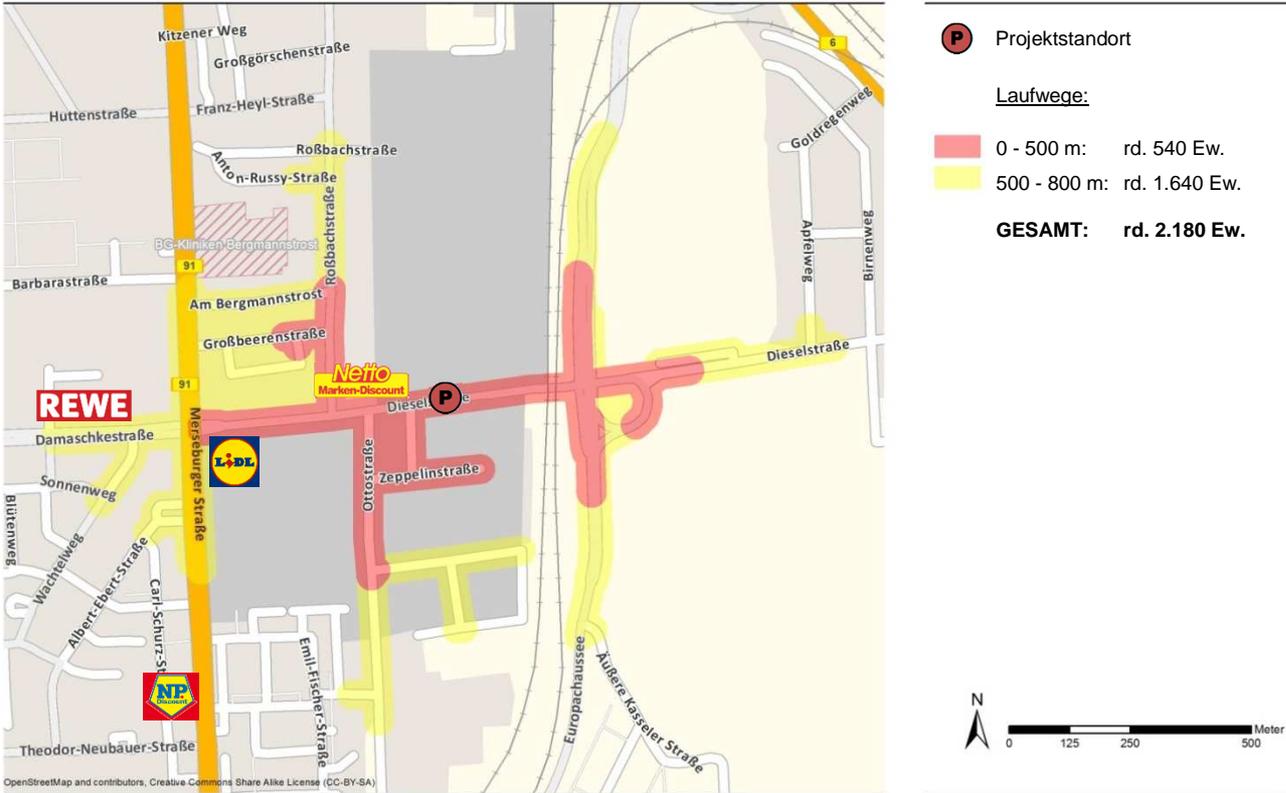
Kartengrundlage: © Nexiga GmbH, 2006-2012

Sollte es zu einer – nicht anzunehmenden – Absiedlung von Lidl und/oder Netto kommen, so werden auch die beiden umliegenden Märkte von REWE und von NP die Nahversorgung für diesen Standortbereich weiter darstellen können. Insbesondere für die Bewohner des Bereichs westliche Merseburger Straße / Damaschkestraße wird es nicht zu einer Einschränkung der Nahversorgung kommen, da die beiden genannten Märkte und auch Globus die Nahversorgung für diesen Bereich sicherstellen können. Dies wird auch in der Darstellung der fußläufigen Radien aller Lebensmittelmärkte in diesem Bereich sichtbar (vgl. Anlage 1).

Für den Bereich östliche Merseburger Straße / Dieselstraße wird der Globus-Markt perspektivisch eine wichtige Nahversorgungsfunktion einnehmen und kann insbesondere die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf einem hohen Qualitätsniveau sicherstellen.

Nachfolgend wird der fußläufige Nahbereich von Globus – jedoch differenziert nach einem Laufweg von 500 und von 800 m – dargestellt, wobei die fußläufige Erreichbarkeit für die Bewohner im direkten Umfeld von Netto und von Lidl bzw. aus dem Gebiet östlich der Merseburger Straße prinzipiell barrierefrei möglich ist.

Karte 2: Fußläufiger Nahbereich des Globus-Standortes im Kontext zu bestehenden Lebensmittelmärkten



Im Fazit würden sich nach der Verlagerung von Globus an die Dieselstraße auch bei einer Absiedlung eines naheliegenden Lebensmittelmarktes, d.h. von Lidl oder von Netto, keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung in diesem Gebiet ergeben. Einerseits stellt Globus eine Nahversorgungsfunktion für sein umliegendes Stadtquartier auf einer deutlich höheren Attraktivitätsstufe dar; andererseits sind mit REWE und NP zwei weitere Lebensmittelmärkte im näheren Umfeld vorhanden. Ein Verlust der wohnortnahen Versorgung ist in diesem Gebiet somit nicht möglich.

Bei der Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen wurden in dem BBE-Gutachten die **Bereiche Food und Non-Food I** zusammen betrachtet. Dies resultiert aus dem Fakt, dass Konsumenten i.d.R. die Waren des Non-Food I (d.h. Drogeriewaren, Tiernahrung) in Kombination mit dem Lebensmittelsortiment nachfragen, da enge Kopplungen zwischen beiden Sortimenten – gerade in Bezug auf die Nachfragehäufigkeit – bestehen. Somit werden die Einkäufe von Drogeriewaren und Tiernahrung überwiegend zu Lasten anderer Lebensmittelanbieter generiert und gehen weniger zu Lasten von Drogerie- oder Zoofachmärkten.¹²

¹² Dies wird auch in der gemeinsamen Belegung von Standorten von größeren Lebensmittelmärkten und Drogeriemärkten deutlich, da die Synergien und Kopplungen deutlich höher als die gegenseitigen Kannibalisierungseffekte sind. In Halle existieren solche Standortverbünde derzeit bspw. im HEP (Globus/Rossmann), im Südstadtcenter (Kaufland/dm), im Neustadtcenter (real/Rossmann) und im NVZ Büschdorf (REWE/dm).

Das Büro Dr. Acocella hat hierzu ausgeführt, dass „diese Kopplungen von Einkäufen in der Tat von einem Teil der Verbraucher vollzogen“ wird, hat jedoch eine differenzierte Betrachtung der Auswirkungen angeregt. Hierzu werden in Folge die Umsätze betrachtet, die von dem geplanten Globus SB-Warenhaus mit Drogeriewaren (3,00 Mio. EUR) und mit Tiernahrung (0,95 Mio. EUR, vgl. BBE-Gutachten Anlage 4) erzielt werden. Nach dem Abzug von Streuumsätzen werden sich auf den relevanten Wettbewerb in Halle Umsatzumlenkungen in diesen beiden Sortimenten von ca. 3,80 Mio. EUR (vgl. BBE-Gutachten Tab. 18) ergeben.

Die höchsten Umsatzverluste in diesen beiden Non-Food I-Sortimenten, die durch die Verlagerung des Globus-Marktes und die damit einhergehende Umsatzmitnahme entstehen werden, wird der derzeitige Bestandsstandort Hallescher Einkaufspark (HEP) mit dem fiktiven SB-Warenhaus zu verkraften haben. Des Weiteren werden auch andere Lebensmittelmärkte, die diese Sortimente neben Lebensmitteln mit führen, gewisse Umsatzverluste hinnehmen müssen. Prinzipiell ist auf Grund der vorstehenden benannten Kopplungseffekte zwischen beiden Sortimenten davon auszugehen, dass der Großteil der Umsatzverluste (ca. 90 %, d.h. 3,40 Mio. EUR) zu Lasten des Lebensmittelhandels gehen wird.

Die Umsatzumverlagerungen, die von den bestehenden Drogeriemärkten und Zoo- bzw. Tierfuttermärkten (ca. 0,40 Mio. EUR) zu tragen wären, sind hinsichtlich der nur marginalen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf einzelne Lagen bzw. auch Betriebe nicht nachweisbar. Dies ergibt sich aus der Tatsache, dass für die insgesamt 15 Drogeriemärkte und die 5 Tierfuttermärkte in Halle jeweils einzelbetrieblich keine monetäre Nachweisbarkeit möglich ist.

In der umseitig eingefügten Tabelle werden die Umsatzumlenkungen gegenüber den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen dargestellt, wobei hier jeweils lagespezifisch der Bestand an relevante Drogeriemärkten¹³ und Zoomärkten¹⁴ berücksichtigt wurde.

Tabelle 3: Prognostizierte Umsatzumlenkungen (Non-Food I) des Globus-Warenhauses nach Lagen - nur gegenüber Drogerie-/ Zoofachmärkten

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
Drogeriewaren				
zVB Südstadt (NZ) – Drogerie	3,30		0,05	n.n.
zVB Ammendorf (NVZ) – Drogerie	3,04		0,05	n.n.
zVB Büschdorf (NVZ) – Drogerie	2,94		0,03	n.n.
zVB Altstadt (HZ) – Drogerie	20,08		0,07	n.n.
zVB Neustadt (NZ) – Drogerie	4,22		0,01	n.n.
zVB Reileck (NVZ) – Drogerie	1,65		0,01	n.n.
Sonstige Lagen (außerhalb zVB) – Drogerie	12,36		0,09	n.n.
Tiernahrung				
zVB Südstadt (NZ) – Tiernahrung	2,00		0,02	n.n.
Sonstige Lagen (außerhalb zVB) – Tiernahrung	3,34		0,07	n.n.
Gesamt	52,93		0,40	0,8

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = Umsatzumlenkungen nicht nachweisbar, da diese unter 0,10 Mio. EUR liegen¹⁵

¹³ Hier wurden die Drogeriemärkte in Halle subsummiert, d.h. Müller, Rossmann (8 +1 geplante Filiale im NVZ Ammendorf) und dm (5 Filialen).

¹⁴ Hier wurden die Tierfuttermärkte in Halle subsummiert, d.h. Fressnapf (2 Filialen), Zoo & Co (2 Filialen) und Das Futterhaus.

¹⁵ Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

Grundsätzlich liegen die zu erwartenden Umsatzumverlagerungen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen – teilweise deutlich – unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze¹⁶ von 0,10 Mio. EUR, so dass unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine einzelbetrieblichen monetären Auswirkungen nachweisbar sind. Demnach sind für die Drogeriemärkte und die Zoofachmärkte in den zentralen Versorgungsbereichen und auch in den sonstigen Lagen in Halle definitiv keine spürbaren Ertragsausfälle zu erwarten. Stattdessen werden die Erlösrückgänge im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzschwankung liegen und können nicht zu Ertragseinbrüchen der betroffenen Betriebe führen. Ein Rückzug von den genannten Betrieben ist auf Grund der geringen Umsatzumlenkungsbeträge daher auszuschließen.

Da auf die beiden genannten Branchen und insbesondere auf einzelne Betriebe bzw. Handelslagen mit der Hilfe der prognostischen Marktforschung keine Umsatzumlenkungen berechnet werden können, wurden die gesamten Umsatzumlenkungen von Food (ca. 36,31 Mio. EUR) und von Non-Food I (3,80 Mio. EUR, in Summe 40,11 Mio. EUR / vgl. BBE-Gutachten Tab. 18/19) im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung auf die Anbieter des Lebensmittelhandels projiziert. Demnach stellen die Berechnungen der Umsatzumlenkungsquoten auf den Lebensmittelhandel die maximalen Auswirkungen des Globus-Verlagerungsvorhabens dar.

Im Fazit der vorstehenden Ausführungen sind auf die relevanten Drogeriemärkte und Zoo-/ Tierfuttermärkte keine monetär nachweisbaren Auswirkungen zu erwarten. Aus diesem Grund wurden diese Umsatzumlenkungsbeträge dieser beiden Branchen im Sinne einer Worst-Case-Berechnung auf die Betriebe des Lebensmittelhandels projiziert.

Das Büro Dr. Acocella hat in seiner Stellungnahme darauf hingewiesen, dass durch die Bildung von Sortimentsgruppen die tatsächlichen Auswirkungen einzelner Sortimente nicht berechnet worden sind. Dies gilt für die Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel (Food) sowie Drogeriewaren und Tiernahrung (Non-Food I), die in dem BBE-Gutachten zusammengefasst worden sind.¹⁷

Diese zusammenfassende Betrachtung wurde seitens der BBE gewählt, da die Umsatzumlenkungen dieser drei Sortimentsbereiche maßgeblich von dem Lebensmittelhandel zu verkraften sind. Hierbei spielen die Auswirkungen auf die einzelnen Warengruppen keine maßgebende Rolle, da jeweils der Umsatzverlust des Gesamtbetriebes für dessen weitere Existenz relevant ist.¹⁸

Nachstehend wird auf Anregung des Büros Dr. Acocella eine differenzierte Betrachtung vorgenommen, wobei innerhalb der sog. nahversorgungsrelevanten Sortimente (also Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung) eine separate Betrachtung erfolgt. Hierzu wurden die Umsätze in den jeweiligen Betrieben bzw. Versorgungslagen nach diesen Warengruppen separiert und den zu erwartenden Umsatzabflüssen – ebenfalls nach den drei Warengruppen getrennt – gegenübergestellt. Somit errechnen sich die sortimentspezifischen Umsatzabflussquoten, die durch das Globus-Vorhaben ausgelöst werden.

Ferner werden zu den Umsatzumlenkungen von Food- und Non-Food I ebenfalls die Non-Food II-Sortimente in die folgende Betrachtung mit eingeschlossen. Da die sortimentspezifischen Umsatzumlenkungen auf die Anbieter des Lebensmittelhandels fast ausnahmslos unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR liegen, wurden diese Umsatzumlenkungen in der BBE-Auswirkungsanalyse im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung auf die Non-Food-Anbieter in dem Einzugsgebiet dargestellt, um somit – gerade für die Non-Food-Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen – den maximalen Umsatzverlust darzustellen. Dies ist insbesondere mit dem Blickwinkel der Schädigung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches von Bedeutung, da schädliche Auswirkungen auf diesen Bereich nicht hinnehmbar wären.

¹⁶ Die ausgewiesenen Umsatzumlenkungen von 0,40 Mio. EUR verteilen sich auf insgesamt 20 Betriebe (15 Drogeriemärkte, 5 Zoomärkte), so dass der durchschnittliche Umsatzverlust von 0,02 Mio. EUR je Betrieb deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze (0,10 Mio. EUR) liegt.

¹⁷ BBE Handelsberatung, Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Dieselstraße in Halle (Saale) vom 30. November 2017, Tabelle 19.

¹⁸ Beispielsweise kann ein überdurchschnittlicher Umsatzverlust in einer Warengruppe ausgewiesen werden, die jedoch lediglich einen geringen Anteil am Gesamtumsatz einnimmt. Somit wären zwar schädliche Auswirkungen auf diese Warengruppe zu erwarten, wobei der Gesamtbetrieb jedoch in seiner Existenz nicht gefährdet wäre. Somit zeigt eine nivellierende Berechnung eher eine Existenzgefährdung eines Handelsbetriebes an, da die Beeinträchtigung des Gesamtbetriebes – und nicht nur einzelner Sortimente – deutlich wird.

Nunmehr werden diese Umsatzumlenkungen partiell auf die Lebensmittelanbieter in dem Untersuchungsgebiet projiziert, wobei vor allem Supermärkte (der Non-Food II-Anteil liegt meist bei ca. 3 %) und Discounter (nur Aktionswaren, keine Non-Food-Standardsortimente wie bei Globus) nur unterdurchschnittlich bzw. zum Teil gar nicht von diesem Sortiment des Globus SB-Warenhauses betroffen werden.¹⁹ Die maßgeblichen Umsatzverluste wird – wie im Lebensmittelbereich – das fiktive SB-Warenhaus im HEP zu verkraften haben. Nachstehende Übersicht zeigt die summierten Umsatzumlenkungen auf die Betriebe des Lebensmittelhandels in dem Marktgebiet des Globus SB-Warenhauses.

Tabelle 4: Prognostizierte Umsatzumlenkung des Globus-Warenhauses gesamt nach Sortimentsgruppen

	VK	RL	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	m ²	TEUR/m ²	Mio. EUR	Mio. EUR	%
zVB Südstadt (NZ)	8.080	4,2	33,88	2,81	8,3
davon Lebensmittel	6.560	4,3	28,05	2,38	8,5
davon Drogeriewaren	560	4,1	2,30	0,19	8,3
davon Tiernahrung	170	4,0	0,68	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	790	3,6	2,85	0,18	6,3
zVB Ammendorf (NVZ)	3.300	3,2	10,52	0,49	4,7
davon Lebensmittel	2.920	3,2	9,33	0,43	4,6
davon Drogeriewaren	220	3,1	0,69	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	80	3,1	0,25	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	80	3,1	0,25	<0,10	n.n.
zVB Vogelweide (NVZ)	1.530	3,3	5,04	0,31	6,2
davon Lebensmittel	1.330	3,4	4,46	0,27	6,1
davon Drogeriewaren	130	3,1	0,40	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	40	3,0	0,12	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	30	2,0	0,06	<0,10	n.n.
zVB Silberhöhe (NVZ)	2.580	3,4	8,79	0,24	2,7
davon Lebensmittel	2.280	3,4	7,84	0,21	2,7
davon Drogeriewaren	210	3,2	0,68	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	50	3,2	0,16	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	40	2,8	0,11	<0,10	n.n.
zVB Diesterwegstraße (NVZ)	1.510	3,1	4,63	0,19	4,1
davon Lebensmittel	1.320	3,1	4,09	0,16	3,9
davon Drogeriewaren	130	2,8	0,37	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	40	2,8	0,11	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	20	3,0	0,06	<0,10	n.n.
zVB Büschdorf (NVZ)	1.720	3,6	6,26	0,09	1,4
davon Lebensmittel	1.510	3,7	5,59	<0,10	n.n.
davon Drogeriewaren	130	3,4	0,44	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	60	3,0	0,18	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	20	2,5	0,05	<0,10	n.n.

¹⁹ Durch eine Verteilung der Umsatzumlenkungen auf die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet würden sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Non-Food II-Anbieter minimieren.

Sonstige Lagen Zone I (außerhalb zVB)	37.640	4,1	153,92	35,77	23,2
davon Lebensmittel	29.130	4,5	131,98	30,50	23,1
(davon HEP)	5.120	7,9	40,46	26,91	66,5
(davon restliche Lagen außer HEP)	24.010	3,8	91,52	3,59	3,9
davon Drogeriewaren	2.440	4,0	9,65	2,43	25,2
(davon HEP)	690	5,0	3,42	2,14	62,6
(davon restliche Lagen außer HEP)	1.750	3,6	6,23	0,29	4,7
davon Tiernahrung	770	3,6	2,80	0,76	27,1
(davon HEP)	260	4,1	1,06	0,68	64,2
(davon restliche Lagen außer HEP)	510	3,4	1,74	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	5.300	1,8	9,49	2,08	21,9
(davon HEP)	4.310	1,5	6,47	2,03	31,4
(davon restliche Lagen außer HEP)	990	3,1	3,02	<0,10	n.n.
Zone I Gesamt	56.360	4,0	223,04	39,90	17,9
davon Lebensmittel	45.050	4,2	191,34	34,05	17,8
davon Drogeriewaren	3.820	3,8	14,53	2,71	18,7
davon Tiernahrung	1.210	3,6	4,30	0,85	19,8
davon Non-Food II	6.280	2,0	12,87	2,32	18,0
zVB Altstadt (HZ)	5.280	4,0	21,03	0,14	0,7
davon Lebensmittel	4.980	4,0	19,90	0,12	0,6
davon Drogeriewaren	180	3,9	0,71	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	60	3,5	0,21	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	60	3,5	0,21	<0,10	n.n.
zVB Neustadt (NZ)	8.730	4,0	34,93	0,25	0,7
davon Lebensmittel	7.060	4,1	28,80	0,22	0,8
davon Drogeriewaren	740	3,9	2,90	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	240	3,7	0,89	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	690	3,4	2,34	<0,10	n.n.
zVB Reileck (NVZ)	500	4,8	2,39	0,02	0,8
davon Lebensmittel	490	4,9	2,38	<0,10	n.n.
davon Drogeriewaren	<10	1,0	0,01	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung			0,00	<0,10	n.n.
davon Non-Food II			0,00	<0,10	n.n.
zVB Hubertusplatz (NVZ)	1.770	3,7	6,62	0,04	0,6
davon Lebensmittel	1.590	3,8	6,01	<0,10	n.n.
davon Drogeriewaren	120	3,6	0,43	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	20	3,0	0,06	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	40	3,0	0,12	<0,10	n.n.

zVB Heide-Nord (NVZ)	1.910	3,8	7,23	0,03	0,4
davon Lebensmittel	1.700	3,8	6,51	<0,10	n.n.
davon Drogeriewaren	140	3,6	0,50	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	40	3,0	0,12	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	30	3,3	0,10	<0,10	n.n.
Sonstige Lagen Zone II (außerhalb)	60.440	4,2	251,55	2,01	0,8
davon Lebensmittel	52.930	4,2	221,11	1,76	0,8
davon Drogeriewaren	3.990	4,2	16,58	0,14	0,8
davon Tiernahrung	1.190	4,1	4,93	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	2.330	3,8	8,93	<0,10	n.n.
Zone II Gesamt	78.630	4,1	323,75	2,49	0,8
<i>davon Lebensmittel</i>	<i>68.750</i>	<i>4,1</i>	<i>284,71</i>	<i>2,17</i>	<i>0,8</i>
<i>davon Drogeriewaren</i>	<i>5.180</i>	<i>4,1</i>	<i>21,13</i>	<i>0,17</i>	<i>0,8</i>
<i>davon Tiernahrung</i>	<i>1.550</i>	<i>4,0</i>	<i>6,21</i>	<i><0,10</i>	<i>n.n.</i>
<i>davon Non-Food II</i>	<i>3.150</i>	<i>3,7</i>	<i>11,70</i>	<i><0,10</i>	<i>n.n.</i>
Überörtliches Einzugsgebiet	3.600	4,4	15,85	0,12	0,8
davon Lebensmittel	3.220	4,4	14,27	0,10	0,7
davon Drogeriewaren	260	4,3	1,11	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	40	4,0	0,16	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	80	3,9	0,31	<0,10	n.n.
GESAMT	138.590	4,1	562,64	42,52	7,6
davon Lebensmittel	117.020	4,2	490,32	36,32	7,4
davon Drogeriewaren	9.260	4,0	36,77	2,89	7,8
davon Tiernahrung	2.800	3,8	10,67	0,90	8,4
davon Non-Food II	9.510	2,6	24,88	2,41	9,7

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / VK = Verkaufsfläche / RL = Raumleistung / n.n. = Umsatzzumlenkungen nicht nachweisbar, da diese unter 0,10 Mio. EUR liegen²⁰ / Rundungsdifferenzen möglich

Anmerkung: Der Gesamtwert der Umsatzzumverlagerung stimmt in dieser Tabelle 4 nicht mit dem Wert in der BBE-Auswirkungsanalyse (Tab. 19) überein, da in dieser vorliegenden Tabelle im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung ebenfalls die Umsatzzumlenkungen des Non-Food II betrachtet wurden, wobei sich diese Umsatzzumverlagerungen maßgeblich auf den Standort HEP beziehen.

In der vorstehenden Tabelle wird deutlich, dass die sortimentsspezifischen Umsatzzumlenkungsquoten und auch die Umlenkungsquoten der Gesamtbetriebe in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen unterhalb des Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit von rd. 10 % liegen werden. Somit ist im Fazit für diese Handelslagen weder eine schädliche Beeinträchtigung der Gesamtbetriebe noch innerhalb der dargestellten nahversorgungsrelevanten Sortimente zu erwarten.

²⁰ Umsatzzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

Im Hinblick auf einen rechtssicheren Bebauungsplan hat das Büro Dr. Acocella darauf verwiesen, den seitens der BBE bereits betrachteten worst-case noch einmal zu verstärken und für die Food-Abteilung des geplanten Globus SB-Warenhauses an der Dieselstraße eine **erhöhte Flächenleistung** anzusetzen. Diese soll gemäß Dr. Acocella 7,9 TEUR/m² betragen und liegt somit über der von BBE angesetzten Flächenleistung von 7,3 TEUR/m² (vgl. BBE-Gutachten Tab. 16). Hinsichtlich der Höhe dieser Food-Flächenleistung ist zu konstatieren, dass diese oberhalb des bundesdeutschen Maximalwertes von 7,6 TEUR/m² (vgl. BBE-Gutachten Anlage 5) liegt.

Diese Flächenleistung von 7,9 TEUR/m² ist aus Sicht der BBE an dem Standort nicht erzielbar. Dies beruht insbesondere auf der Angebotssituation, da neben dem geplanten Globus SB-Warenhaus ein weiteres (fiktives) SB-Warenhaus im HEP angenommen wurde. Da sich unter diesem Blickwinkel dann insgesamt (zzgl. Kaufland im Südstadtcenter) drei SB-Warenhäuser im südlichen Stadtgebiet von Halle befinden würden, wären auf Grund dieses Überbesatzes insbesondere für das (theoretisch) neu hinzutretende Globus SB-Warenhaus ein deutlich geringerer Umsatz anzunehmen. Der hohe und marktübliche Umsatz von Globus von 7,3 TEUR/m² ergibt sich lediglich aus dem Fakt, dass es sich tatsächlich um eine Verlagerung des Bestandsmarktes handelt, wobei hier die Food-Verkaufsfläche von Globus vergrößert wird.²¹

Da bereits zu dem bestehenden Food-Umsatz von Globus in der BBE-Auswirkungsanalyse ein Umsatzzuwachs geplant wurde, werden sich durch die jetzt erhöhte und mit 7,9 TEUR/m² überdurchschnittliche Raumleistung verstärkte absatzwirtschaftliche Effekte auf die umliegenden Lebensmittelanbieter ergeben. Die von Dr. Acocella gewünschte erhöhte Flächenleistung von 0,6 TEUR/m² bedeutet bei ca. 5.020 m² Food-Verkaufsfläche²² einen weiteren Mehrumsatz von ca. 3,01 Mio. EUR.

Nach Abzug von zu erwartenden Streuumsätzen von ca. 4 % (vgl. BBE-Gutachten Tab. 18) ergibt sich demnach ein zusätzlicher umverteilungsrelevanter Food-Umsatz von ca. 2,89 Mio. EUR. Dieser wurde in der nachstehenden Tabelle auf die einzelnen Lagen im Einzugsgebiet projiziert, so dass sich im Vergleich zu den Berechnungen in der vorstehenden Tabelle 4 erhöhte absatzwirtschaftliche Auswirkungen ergeben. Diese werden im Segment Lebensmittel in dem skizzierten worst-case bei 39,20 Mio. EUR liegen.

Tabelle 5: Prognostizierte Umsatzumlenkung des Globus-Warenhauses gesamt nach Sortimentsgruppen worst-case

	VK m ²	RL TEUR/m ²	Bestandsumsatz Mio. EUR	Umsatzumlenkung Mio. EUR	%
zVB Südstadt (NZ)	8.080	4,2	33,88	3,01	8,9
davon Lebensmittel	6.560	4,3	28,05	2,58	9,2
davon Drogeriewaren	560	4,1	2,30	0,19	8,3
davon Tiernahrung	170	4,0	0,68	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	790	3,6	2,85	0,18	6,3
zVB Ammendorf (NVZ)	3.300	3,2	10,52	0,52	4,9
davon Lebensmittel	2.920	3,2	9,33	0,46	4,9
davon Drogeriewaren	220	3,1	0,69	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	80	3,1	0,25	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	80	3,1	0,25	<0,10	n.n.

21 Im (Lebensmittel-)Einzelhandel entwickelt sich bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mit, sondern sinkt tendenziell ab. Dies ist durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer meist gleichbleibenden Artikelanzahl anbieten. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter). Daher kann insbesondere für sehr große Handelsflächen – wie dies bspw. bei Globus der Fall ist – keine Raumleistung eines flächenseitig kleineren Betriebes angesetzt werden, da dieser meist eine höhere Produktivität erzielt.

22 In dieser Fläche sind bspw. auch Vorbereitungs-/ Produktionsflächen von rd. 320 m² enthalten, auf denen kein Verkauf stattfindet und somit kein Umsatz generiert wird; die jedoch rechtlich zur Verkaufsfläche zu zählen sind. Allein auf Grund des Einbezugs solcher nicht-produktiven Flächen ist eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Flächenleistung – insbesondere auch unter Berücksichtigung der Standortrahmendaten in Halle – nicht erzielbar.

zVB Vogelweide (NVZ)	1.530	3,3	5,04	0,33	6,5
davon Lebensmittel	1.330	3,4	4,46	0,29	6,5
davon Drogeriewaren	130	3,1	0,40	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	40	3,0	0,12	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	30	2,0	0,06	<0,10	n.n.
zVB Silberhöhe (NVZ)	2.580	3,4	8,79	0,25	2,8
davon Lebensmittel	2.280	3,4	7,84	0,22	2,8
davon Drogeriewaren	210	3,2	0,68	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	50	3,2	0,16	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	40	2,8	0,11	<0,10	n.n.
zVB Diesterwegstraße (NVZ)	1.510	3,1	4,63	0,21	4,5
davon Lebensmittel	1.320	3,1	4,09	0,18	4,4
davon Drogeriewaren	130	2,8	0,37	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	40	2,8	0,11	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	20	3,0	0,06	<0,10	n.n.
zVB Büschdorf (NVZ)	1.720	3,6	6,26	0,10	1,6
davon Lebensmittel	1.510	3,7	5,59	<0,10	n.n.
davon Drogeriewaren	130	3,4	0,44	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	60	3,0	0,18	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	20	2,5	0,05	<0,10	n.n.
Sonstige Lagen Zone I (außerhalb zVB)	37.640	4,1	153,92	38,21	24,8
davon Lebensmittel	29.130	4,5	131,98	32,94	25,0
(davon HEP)	5.120	7,9	40,46	29,06	71,8
(davon restliche Lagen außer HEP)	24.010	3,8	91,52	3,88	4,2
davon Drogeriewaren	2.440	4,0	9,65	2,43	25,2
(davon HEP)	690	5,0	3,42	2,14	62,6
(davon restliche Lagen außer HEP)	1.750	3,6	6,23	0,29	4,7
davon Tiernahrung	770	3,6	2,80	0,76	27,1
(davon HEP)	260	4,1	1,06	0,68	64,2
(davon restliche Lagen außer HEP)	510	3,4	1,74	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	5.300	1,8	9,49	2,08	21,9
(davon HEP)	4.310	1,5	6,47	2,03	31,4
(davon restliche Lagen außer HEP)	990	3,1	3,02	<0,10	n.n.
Zone I Gesamt	56.360	4,0	223,04	42,63	19,1
davon Lebensmittel	45.050	4,2	191,34	36,75	19,2
davon Drogeriewaren	3.820	3,8	14,53	2,71	18,7
davon Tiernahrung	1.210	3,6	4,30	0,85	19,8
davon Non-Food II	6.280	2,0	12,87	2,32	18,0

zVB Altstadt (HZ)	5.280	4,0	21,03	0,15	0,7
davon Lebensmittel	4.980	4,0	19,90	0,13	0,7
davon Drogeriewaren	180	3,9	0,71	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	60	3,5	0,21	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	60	3,5	0,21	<0,10	n.n.
zVB Neustadt (NZ)	8.730	4,0	34,93	0,26	0,7
davon Lebensmittel	7.060	4,1	28,80	0,23	0,8
davon Drogeriewaren	740	3,9	2,90	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	240	3,7	0,89	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	690	3,4	2,34	<0,10	n.n.
zVB Reileck (NVZ)	500	4,8	2,39	0,02	0,8
davon Lebensmittel	490	4,9	2,38	<0,10	n.n.
davon Drogeriewaren	<10	1,0	0,01	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung			0,00	<0,10	n.n.
davon Non-Food II			0,00	<0,10	n.n.
zVB Hubertusplatz (NVZ)	1.770	3,7	6,62	0,04	0,6
davon Lebensmittel	1.590	3,8	6,01	<0,10	n.n.
davon Drogeriewaren	120	3,6	0,43	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	20	3,0	0,06	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	40	3,0	0,12	<0,10	n.n.
zVB Heide-Nord (NVZ)	1.910	3,8	7,23	0,03	0,4
davon Lebensmittel	1.700	3,8	6,51	<0,10	n.n.
davon Drogeriewaren	140	3,6	0,50	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	40	3,0	0,12	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	30	3,3	0,10	<0,10	n.n.
Sonstige Lagen Zone II (außerhalb)	60.440	4,2	251,55	2,16	0,9
davon Lebensmittel	52.930	4,2	221,11	1,91	0,9
davon Drogeriewaren	3.990	4,2	16,58	0,14	0,8
davon Tiernahrung	1.190	4,1	4,93	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	2.330	3,8	8,93	<0,10	n.n.
Zone II Gesamt	78.630	4,1	323,75	2,66	0,8
<i>davon Lebensmittel</i>	<i>68.750</i>	<i>4,1</i>	<i>284,71</i>	<i>2,34</i>	<i>0,8</i>
<i>davon Drogeriewaren</i>	<i>5.180</i>	<i>4,1</i>	<i>21,13</i>	<i>0,17</i>	<i>0,8</i>
<i>davon Tiernahrung</i>	<i>1.550</i>	<i>4,0</i>	<i>6,21</i>	<i><0,10</i>	<i>n.n.</i>
<i>davon Non-Food II</i>	<i>3.150</i>	<i>3,7</i>	<i>11,70</i>	<i><0,10</i>	<i>n.n.</i>
Überörtliches Einzugsgebiet	3.600	4,4	15,85	0,13	0,8
davon Lebensmittel	3.220	4,4	14,27	0,11	0,8
davon Drogeriewaren	260	4,3	1,11	<0,10	n.n.
davon Tiernahrung	40	4,0	0,16	<0,10	n.n.
davon Non-Food II	80	3,9	0,31	<0,10	n.n.

GESAMT	138.590	4,1	562,64	45,43	8,1
davon Lebensmittel	117.020	4,2	490,32	39,20	8,0
davon Drogeriewaren	9.260	4,0	36,77	2,88	7,8
davon Tiernahrung	2.800	3,8	10,67	0,90	8,4
davon Non-Food II	9.510	2,6	24,88	2,41	9,7

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / VK = Verkaufsfläche / RL = Raumleistung / n.n. = Umsatzumlenkungen nicht nachweisbar, da diese unter 0,10 Mio. EUR liegen²³ / Rundungsdifferenzen möglich

Unter Berücksichtigung eines maximalen Umsatzes der Food-Verkaufsfläche von 7,9 TEUR/m², die in der Realität unter Berücksichtigung aller Standortrahmendaten nicht realistisch ist, werden die sortimentspezifischen Umsatzumlenkungsquoten in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen unterhalb des Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit von rd. 10 % liegen.

Das Büro Dr. Acocella hat die Vermutung formuliert, dass die **Auswirkungen auf den Altstandort HEP** im Verhältnis zu anderen betroffenen Lebensmittelanbietern zu hoch ausfallen. Hierzu wurde in der vorstehenden Tabelle 2 eine Worst-Case-Berechnung durchgeführt, in der die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen gegen den Altstandort von Globus (HEP) um 10 % reduziert wurden, so dass sich die Umsatzverluste für die anderen Anbieter in dem Untersuchungsgebiet erhöht haben. In der Tabelle 5 wurde auf Wunsch von Dr. Acocella eine weitere Worst-Case-Berechnung eingefügt, in welcher der Food-Umsatz bzw. die Flächenleistung erhöht wurden. Grundsätzlich bezieht sich der Großteil der Umsatzumlenkungen auf den Standort HEP, in dem auf der Globus-Fläche ein fiktives SB-Warenhaus angenommen wurde.

Aus Sicht der BBE sind die Umsatzumlenkungen gegen den Altstandort HEP – auch in der Höhe – plausibel und nachvollziehbar. Die berechneten Umsatzumverlagerungen wurden auf Grundlage eines Gravitationsmodells ermittelt, das auf Basis des Modells von D.L. HUFF ("Defining and Estimating a Trading Area") die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die einzelnen betroffenen Betriebe ausweist. Das eingesetzte Gravitationsmodell ist ein ökonomisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Verbraucher. Es berücksichtigt u.a. die Attraktivität der Einkaufsstätten, die Standortqualität, die Zeit-Wege-Distanz zum Projektstandort oder die Wettbewerbsbeziehungen zu dem Projektvorhaben.

Das Modell wurde auf Grundlage der örtlichen Hallenser Einzelhandels- und Umsatzstrukturen und des geplanten Globus-Marktes kalibriert. Nach der Eingabe der Eingangswerte in das verwendete Gravitationsmodells wurden im Nachgang sechs einzelne Faktoren – die aus Sicht der BBE²⁴ zu einer unterschiedlichen Wettbewerbsbeeinflussung führen – jeweils einzeln bewertet (s. nachstehenden beispielhaften Ausschnitt).

Anbieter	Standortkategorie	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in T€	Marktführung / Sortimentsvielfalt	Attraktivität der Betriebsanlage	Agglomerations-effekte	Verkehrslage / Erreichbarkeiten	Zeit-Wege-Distanz zum Vorhaben	Wettbewerbs-beziehung ggü. Vorhaben
xxxxxx	zVB Südstadt	xxx	xxx	sehr attraktiv	leistungsfähig	sehr hoch	sehr zentral	durchschnittlich	sehr intensiv
xxxxxx	zVB Ammendorf	xxx	xxx	durchschnittlich	sehr leistungsfähig	durchschnittlich	durchschnittlich	gering	durchschnittlich
xxxxxx	sonstige Lagen	xxx	xxx	nicht attraktiv	wenig leistungsfähig	sehr gering	nicht zentral	sehr hoch	nicht intensiv

Nach der Kalibrierung des Modells werden in der Auswertung dann Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen geliefert, die durch das Vorhaben von Globus ausgelöst werden. Diese kön-

23 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

24 Das von der BBE eingesetzte Gravitationsmodell wurde bereits in unzähligen Auswirkungsanalysen eingesetzt und hat sich in der Praxis bewährt.

nen für einzelne Betriebe und auch zusammengefasst für definierte Bereiche (bspw. zentrale Versorgungsbereiche) abgerufen werden (s. nachstehenden beispielhaften Ausschnitt).

Standort	Bestandsstrukturen		Umverteilung	
	Verkaufsflächen	Bestandsumsätze	in T€	in % der Bestandsumsätze
Standortlagen innerhalb des Kerneinzugsbereichs (= wirtschaftl. EZG)				
zVB Südstadt	8.080	33,88	2,64	7,8%
zVB Ammendorf	3.300	10,52	0,48	4,6%

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

Gemäß dem eingesetzten Gravitationsmodell werden dabei die mit Abstand höchsten Umsatzumlenkungen gegenüber dem Standortbereich HEP ausgewiesen, was auch sachlogisch aus folgenden Gründen resultiert:

- Für den HEP-Standort wurde nach der Verlagerung von Globus ein angebotsgleiches SB-Warenhaus angenommen, dass in Bezug auf die Sortimentszusammensetzung bzw. den Betriebstyp völlig identisch mit Globus SB-Warenhaus ist. Auf Grund der gleichartigen Ausrichtung sind für diesen Anbieter die höchsten Umsatzverluste zu erwarten, zumal die Entfernung vom HEP zu dem Globus-Planstandort in der Dieselstraße nur ca. 4 Fahrminuten beträgt. Dies beruht u.a. auch auf dem sog. Systemwettbewerb, da adäquat positionierte Lebensmittelanbieter innerhalb ihrer jeweiligen Betriebsform die höchsten bzw. intensivsten Wettbewerbsbeziehungen eingehen.

So wird beispielweise der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend bei Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bspw. bei Discountern, der Einkauf von Bio-Produkten in Bio-Märkten oder der sog. „Wochenendeinkauf“ / „Vorratskauf“ vorwiegend bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt. Somit haben bei einem Marktzutritt eines neuen Betriebes vergleichbare bzw. konzeptionell ähnlich ausgerichtete Anbieter in der Praxis den maßgeblichen Teil der Umsatzumlenkungen zu verkraften.

Alle Betriebsformen des Lebensmittelhandels stehen zwar grundsätzlich in Konkurrenz zueinander, wobei auf Basis der jeweiligen betriebsstypenspezifischen Positionierung eine unterschiedliche Konkurrenzintensität besteht. Dies erklärt sich neben der preislichen Positionierung u.a. auch aus der Sortimentszusammensetzung der einzelnen Betriebstypen hinsichtlich ihrer Artikelzahl (vgl. Anlage 2), da hier hohe Unterschiede in Bezug auf die Auswahlbreite und -tiefe bestehen. So kann bspw. ein Discounter oder Supermarkt bei Weitem nicht die gleiche Sortimentsbreite wie ein SB-Warenhaus²⁵ anbieten; ebenso wie die Artikelzahl bei Globus bspw. deutlich über der eines Kaufland-Verbrauchermarktes liegt. Da sich so bspw. innerhalb von einzelnen Warengruppen auf Grund des unterschiedlichen Angebots naturgemäß keine direkten Konkurrenzbeziehungen ergeben können, sind jeweils differenzierte Auswirkungen auf andere Betriebstypen oder flächenseitig kleinere Märkte die Folge. Dies wird auch in der Praxis deutlich, da sich bspw. Discounter auch in unmittelba-

25 Ein Discounter führt durchschnittlich ca. 2.300 Artikel, ein SB-Warenhaus durchschnittlich fast 49.000 Artikel (vgl. Anlage 2). Die Firma Globus präsentiert ca. 70.000 bis 80.000 Artikel, Kaufland in der Regel zwischen 50.000 bis 60.000 Artikel. Die Auswahlvielfalt hängt dabei von der Größe des jeweiligen Marktes bzw. den Standortvoraussetzungen ab.

rer Nähe zu SB-Warenhäusern befinden und hier standortsichernde Erlöse erwirtschaften können (vgl. Ausführungen auf Seite 7).

- Für die beiden naheliegenden Standorte HEP und den Planstandort Dieselstraße ist eine signifikante Überschneidung der Einzugsbereiche zu konstatieren. Das HEP bzw. auch der aktuelle Globus-Markt zielen als ausschließlich autokundenorientierter Standort auf den „neuen“ Nahbereich des Globus-Marktes in der Dieselstraße ab, der sich maßgeblich über den Bezirk Süd erstreckt. Die Globus-Kunden aus dem südlichen Hallenser Stadtgebiet, die derzeit mit dem Pkw den Globus-Markt im HEP anfahren, werden zukünftig bei der unterstellten Existenz eines angebotsgleichen SB-Warenhauses im HEP den Globus-Planstandort in der Dieselstraße präferieren, da dieser zügiger – auch mit dem ÖPNV – zu erreichen ist.
- Für ein fiktives SB-Warenhaus im HEP sind überdurchschnittlich hohe Umsatzverluste auch aus den mikroörtlichen Standortvoraussetzungen abzuleiten. Nach dem geplanten Neubau des Globus-Marktes an der Dieselstraße wird hier ein aktuelles und modernes Vertriebskonzept gezeigt, wobei sich auch die immobilienseitigen Voraussetzungen diese neugebauten Marktes attraktiv darstellen werden. Dies ist für ein mögliches SB-Warenhaus im HEP nicht anzunehmen, was auf die bestehende und teilweise verschlissene Bausubstanz bzw. den augenscheinlich bestehenden Investitionsstau, Attraktivitätsmängel (bspw. Stilllegung des Parkdecks im Oberschoss), Leerstand (gerade im Obergeschoss stehen zahlreiche Mietflächen leer), Trading-Down-Tendenzen (Leerstand und diverse einzelhandelsfremde Nutzungen) und einen Mangel der potenzielle Mietfläche (Verteilung der Verkaufsfläche über 2 Etagen) zurückzuführen ist. Somit sind für die Nachnutzungsfläche suboptimale Standortvoraussetzungen festzustellen, die zu einer geringeren Kundenakzeptanz und somit zu deutlich höheren Umsatzverlusten für den fiktiv unterstellten Lebensmittelmarkt führen werden.
- Die in dem Gravitationsmodell ausgewiesenen hohen Umsatzumlenkungen sind auch in der Praxis nachvollziehbar, da es in Deutschland keinen Anbieter gibt, der die bestehende Globus-Verkaufsfläche im HEP von ca. 10.200 m² nutzen kann (vgl. Anlage 3). Es besteht kein Anlagentyp, der diese Fläche mit einem vergleichbaren SB-Warenhaus wiederbelegen würde.²⁶ Dies resultiert insbesondere aus der Tatsache, dass ein rentabler Betrieb dieser großformatigen und auf zwei Etagen verteilten Fläche – auch nicht durch Globus²⁷ – möglich ist.
Demnach ist auch auf Grund der fehlenden Betreiberverfügbarkeit eine Nachbelegung der Gesamtfläche des derzeitigen SB-Warenhauses nicht realistisch, so dass bei einer möglichen Nutzung einer Teilfläche und der dann deutlich geringeren Umsätze eines solchen Marktes die hohen Kaufkraftabflüsse zu dem naheliegenden Planstandort von Globus an der Dieselstraße realistisch sind.
- In der Praxis wird der Globus-Markt nach seiner Verlagerung bzw. dem Komplettumzug den Großteil seiner Kunden an den naheliegenden Planstandort in der Dieselstraße „mitnehmen“. Dies ergibt sich insbesondere aus einem gewissen Alleinstellungsmerkmal, das die Firma Globus ausgeprägt hat. Einerseits ist dies auf die Fläche zurückzuführen, da Globus einzelbetrieblich die mit Abstand größte Verkaufsfläche im deutschen Lebensmittelhandel betreibt (vgl. Anlage 3).
Andererseits handelt es sich um den einzigen Globus-Markt in Halle, so dass dieser Anbieter ein lokales Alleinstellungsmerkmal besitzt. Der Großteil der „Globus-Kunden“ wird den neuen Markt auch weiterhin besuchen, was aus der hohen Kundenakzeptanz und des hohen Stammkundenanteils von Globus resultiert. Somit wird Globus den größten Teil seiner Kunden zu dem naheliegenden Projektstandort in der Dieselstraße „mitnehmen“.
- Diese Umsatzmitnahme ergibt sich aus der konzeptionellen Positionierung des Marktes, da sich Globus insbesondere durch eine hohe Auswahlbreite und -tiefe bei Lebensmitteln, ein hohes Maß an Frische (gerade bei Fleisch-/ Wurstwaren, Backwaren), einen hohen Anteil an selbstgefertigten Produk-

26 Der nächst größere Nutzer dieser Fläche wäre die Firma Kaufland, wobei eine Nutzung eine deutlich reduzierte Fläche (weniger als die Hälfte des derzeitigen Globus-Fläche) betreffen würde (vgl. Anlage 3).

27 Globus reduziert die Fläche des SB-Warenhauses an der Dieselstraße im Vergleich zum HEP um ca. 1.000 m².

ten und die Regionalität der vertriebenen Waren auszeichnet. Da ein großer Teil der Frischeprodukte – im Gegensatz zu anderen Hallenser Lebensmittelmärkten – selbst gefertigt wird und Handelswaren maßgeblich aus der ostdeutschen Region bezogen werden, führt dies – auch unter Beachtung des preislichen Aspekts – zu einer hohen Attraktivität des Globus-Marktes für Kunden.

Die vorstehenden Aussagen spiegeln sich auch in regelmäßigen Befragungen wider, in denen Globus überdurchschnittliche Akzeptanzwerte erzielt. So hat Globus in einer aktuellen Befragung 2018 in Bezug auf die Globalzufriedenheit mit einer Durchschnittsnote von 1,79 den Spitzenplatz eingenommen (vgl. Anlage 4). Demnach ist auf Grund der hohen Kundenzufriedenheitswerte zu unterstellen, dass Verbraucher auch einen leicht veränderten Anfahrtsweg in Kauf nehmen werden.

Auf Grund der räumlichen Nähe zum HEP bzw. der deutlich besseren Erreichbarkeit aus dem Hallenser Kernstadtgebiet ist dabei nicht grundsätzlich von einem höheren Anfahrtsweg auszugehen, da der neue Standort an der Dieselstraße deutlich wohnortnäher gelegen ist und gegenüber dem HEP insbesondere aus dem südlichen Kernstadtbereich über Erreichbarkeitsvorteile verfügt. Lediglich für die Einwohner im überörtlichen südöstlichen Einzugsbereich (bspw. Kabelsketal) werden sich geringfügig höhere Fahrzeiten von ca. 3 bis 4 Minuten ergeben.

Die hohe Kundenzufriedenheit wird nicht nur in der Befragung der Globalzufriedenheit, sondern auch bei einzelnen betrieblichen Faktoren deutlich (vgl. Anlage 5). Demnach ist der hohe Anteil der Kundenmitnahme bzw. der in Folge überdurchschnittliche Umsatzverlust eines fiktiven ca. 10.200 m² großen Lebensmittelmarktes im HEP plausibel.

Der vorstehende Aspekt der hohen Kundenmitnahme leitet sich auch aus dem Globus-Kundenbindungsprogramm („Mein Globus“, Einkaufskarte ähnlich Payback) ab. Im Schnitt werden über alle Globus-Standorte ca. 30 % des Umsatzes durch Karteninhaber generiert. Der Hallenser Globus-Markt hat aktuell mit ca. 43 % den zweithöchsten Wert über alle Globus SB-Warenhäuser.²⁸ Dies zeigt nochmals die besonders hohe kundenseitige Identifikation mit Globus im Einzugsgebiet von Halle, so dass die hohe Kundenmitnahme auch unter dem Aspekt der bereits bestehenden Kundenbindung untermauert wird.

Im Fazit der vorstehenden Diskussion ist abzuleiten, dass unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten mit der geplanten Verlagerung des Globus-Marktes auch eine hohe Umsatzmitnahme erfolgen wird. Demnach ist die Wiederansiedlung eines neuen SB-Warenhauses im HEP unrealistisch, was dann auch mit der hohen Ansiedlungsdichte dieses Betriebstyps in dem südlichen Kernstadtbereich zu begründen wäre. Grundsätzlich wäre lediglich die Wiederansiedlung eines deutlich kleineren Lebensmittelmarktes im HEP realistisch, zumal der derzeit bestehende Anlagentyp in einer Größe von ca. 10.200 m² Verkaufsfläche in Deutschland – mit Ausnahme von Globus – nicht existiert. Diese mögliche Wiederansiedlung wurde auch bereits in der BBE-Auswirkungsanalyse thematisiert.

Unter dem Aspekt der bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit ist die Nachnutzung des Standortes im HEP mit einem neuen Lebensmittelmarkt prinzipiell möglich, da eine entsprechende Zulässigkeit mit der Betriebsaufgabe des Globus-Marktes nicht unwirksam wird. Demzufolge wurde die Verlagerung in der BBE-Auswirkungsanalyse methodisch als Neuansiedlung bewertet, wobei in der Modellrechnung für die Globus-Verkaufsfläche im HEP die Belegung durch ein sortimentsgleiches Konzept eines fiktiven SB-Warenhausanbieters unterstellt wurde.

Auch unter diesem Gesichtspunkt ist mit sehr hohen Umsatzumlenkungen gegenüber dem Standort HEP zu rechnen, da ein fiktives SB-Warenhaus – dass flächenseitig adäquat dem Globus-Markt aufgestellt wäre – überdurchschnittliche Umsatzverluste hinzunehmen hätte. Dies leitet sich aus den vorstehend genannten Gründen ab, wobei insbesondere

²⁸ Quelle: Auswertung des Kundenbindungsprogramms „Mein Globus“.

- die hohe und überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit von Globus,
- das attraktive Globus-Sortimentskonzept und die hohe Kundenzufriedenheit (auch im Vergleich mit anderen Lebensmittelanbietern, die theoretisch einen Markt im HEP eröffnen könnten),
- die Erreichbarkeitsvorteile des neuen Standortes Dieselstraße (gegenüber dem HEP) insbesondere aus dem südlichen Hallenser Kernstadtgebiet und
- die bestehende Vorschädigung des Standortes HEP in Bezug auf bauliche Aspekte und bestehende Attraktivitätsmängel bzw. auch die zweigeschossige und nicht-zeitgemäße Globus-Fläche

zu dem beschriebenen überdurchschnittlich hohen Umsatzverlust des Standortes HEP führen wird. Unter Berücksichtigung der vorstehenden qualitativen Aspekte sind demnach die in dem Gravitationsmodell ausgewiesenen Umsatzumlenkungen gegenüber dem Standort HEP mit ca. 58 % aus gutachterlicher Sicht als plausibel einzustufen.

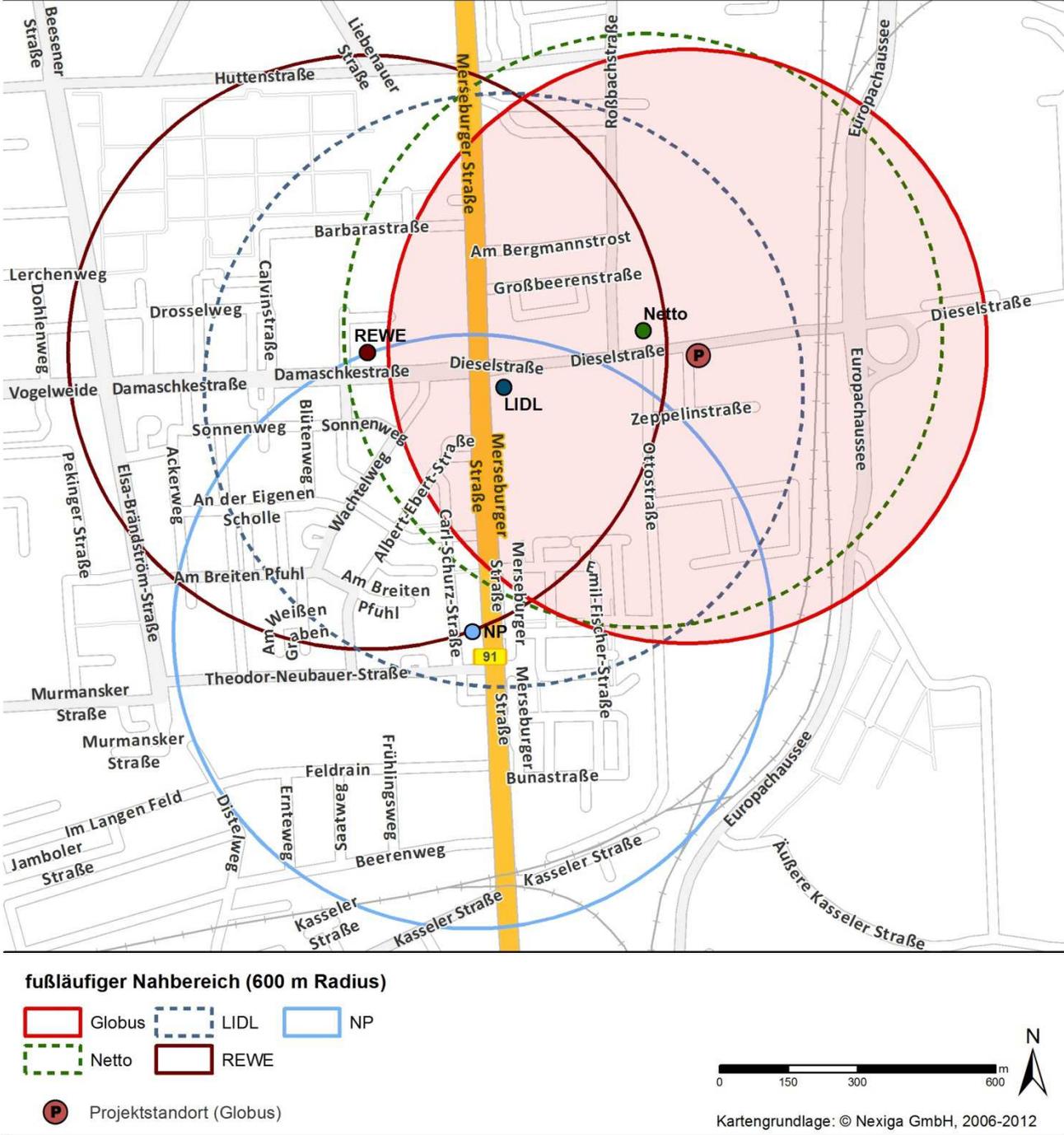
Vorstehende Ausführungen sind im Zusammenhang mit der benannten BBE-Auswirkungsanalyse zu sehen und stellen eine Ergänzung dieses Gutachtens dar.

i.V. Mathias Vlcek

BBE Handelsberatung GmbH

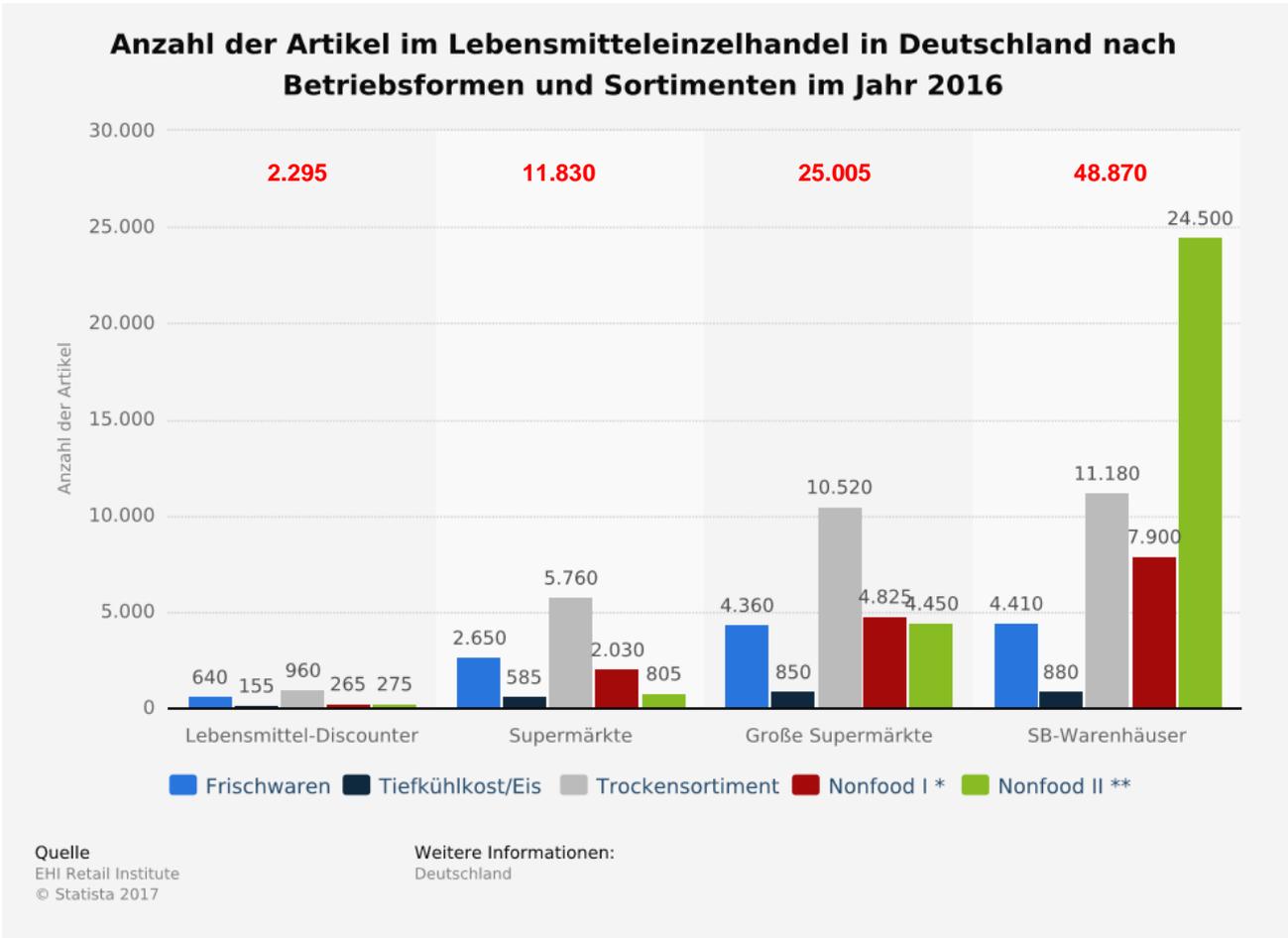
Erfurt, 26.11.2018

Anlage 1: 600 m-Radius²⁹ der Lebensmittelmärkte im Standortbereich Merseburger Straße/ Dieselstraße

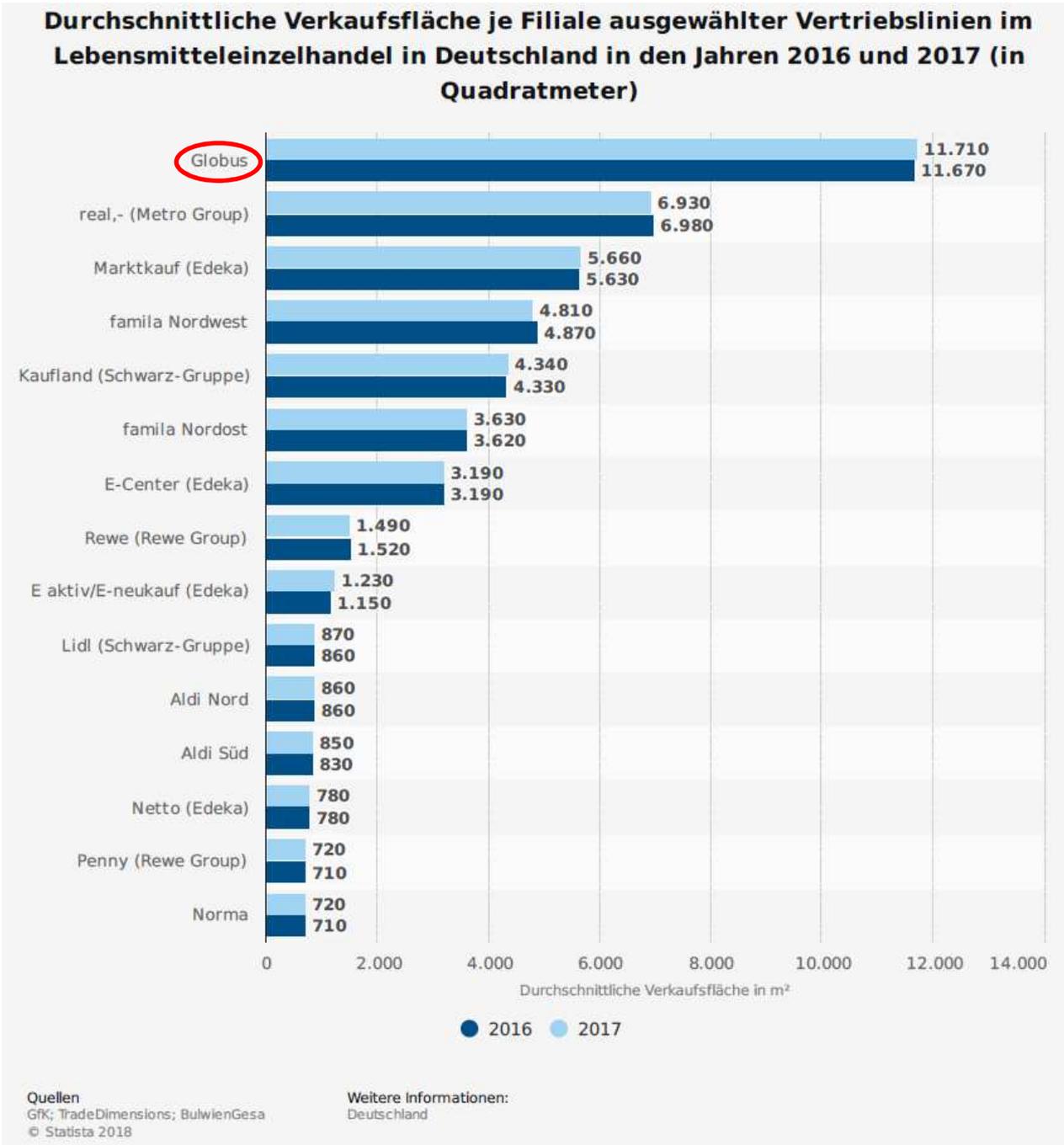


29 Im Einzelhandelskonzept der Stadt Halle wird als fußläufiger Nahbereich von Lebensmittelmärkten ein Radius von 600 m ausgewiesen.

Anlage 2: Durchschnittliche Artikelzahl im deutschen Lebensmittelhandel



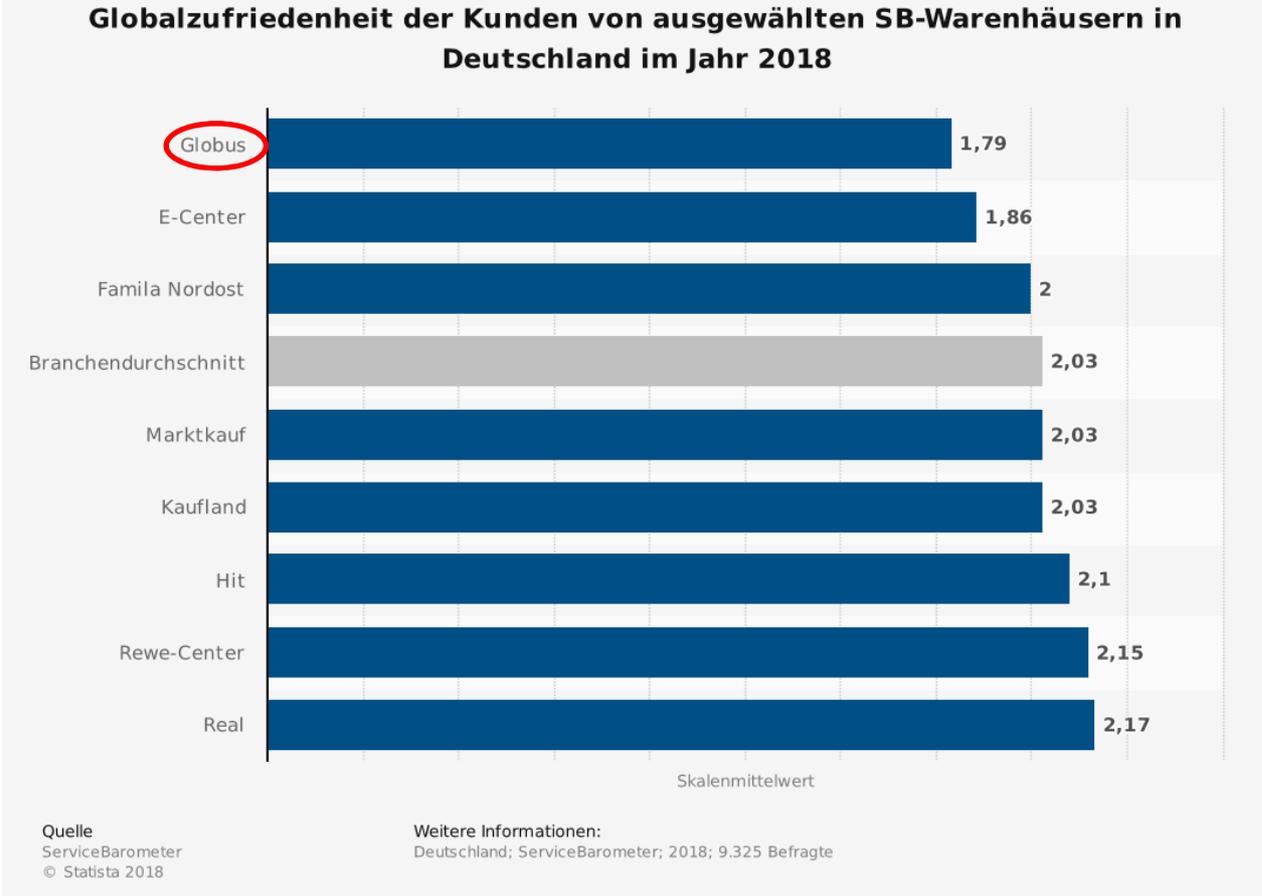
Anlage 3: Durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale von Betreibern im Lebensmittelhandel



Anmerkung:

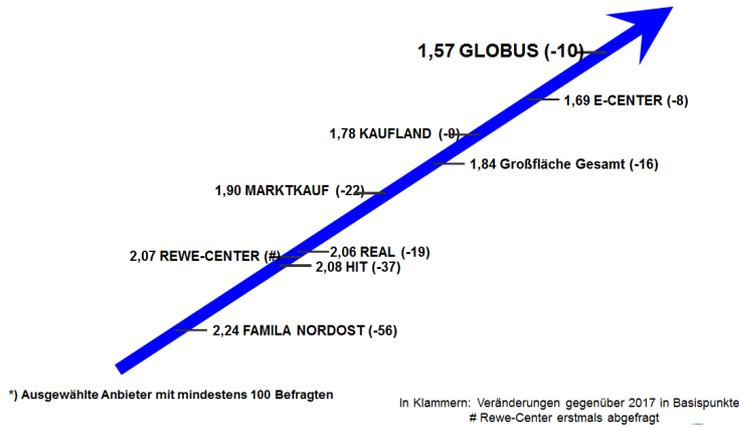
- Die Handelskette real steht derzeit zum Verkauf, die Expansion ist eingestellt.
- Marktkauf expandiert schon seit seiner Sanierung nicht mehr.
- Die Stadt Halle liegt deutlich außerhalb des Marktbereichs bzw. des Vertriebsgebiets von famila, dass sich vorwiegend auf die nördlichen und zum Teil auch nordöstlichen Bundesländer erstreckt. Eine Ausweitung des Marktgebietes auf die Stadt Halle ist somit nicht realistisch.

Anlage 4: Globale Kundenzufriedenheit bei Globus im Vergleich zum Wettbewerb



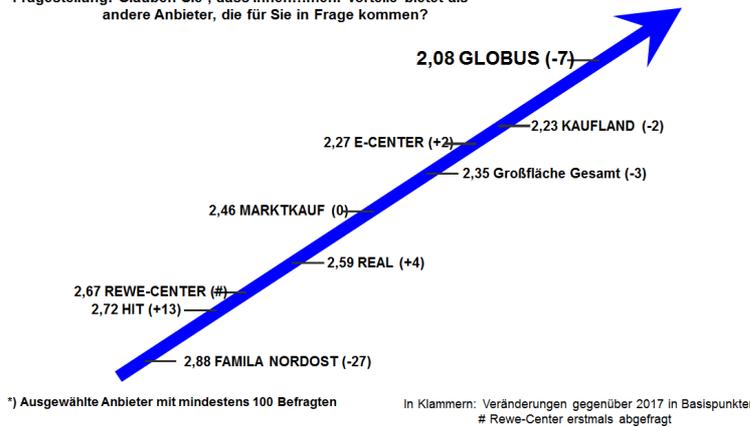
Anlage 5: Kundenzufriedenheit bei Globus im Vergleich zum Wettbewerb bei ausgewählten Faktoren

Weiterempfehlungsabsicht



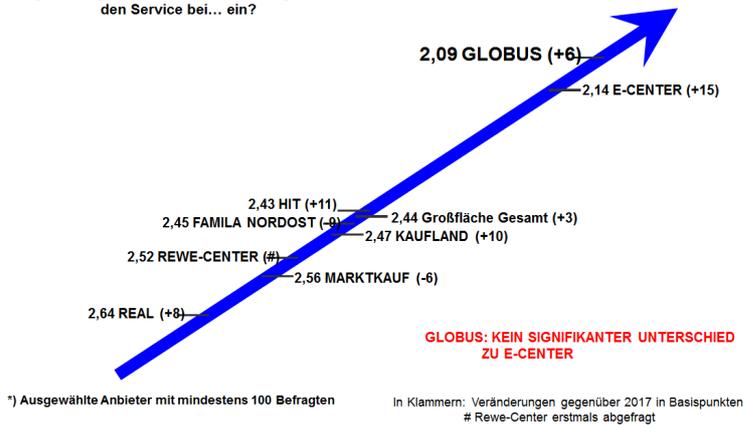
Wettbewerbsvorteile

Fragestellung: Glauben Sie, dass Ihnen...mehr Vorteile bietet als andere Anbieter, die für Sie in Frage kommen?

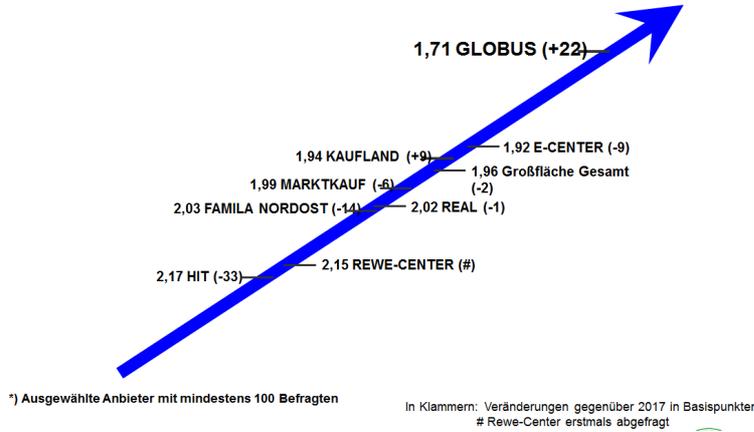


Wettbewerbsvergleich: Service

Fragestellung: Wie schätzen Sie im Vergleich zum Wettbewerb den Service bei... ein?

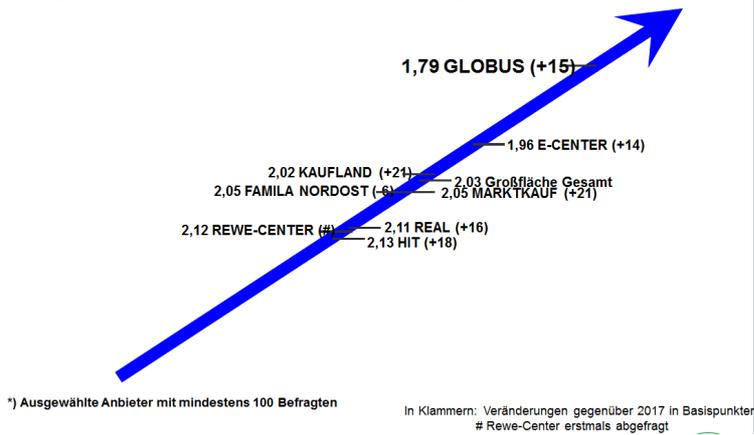


Auswahl insgesamt

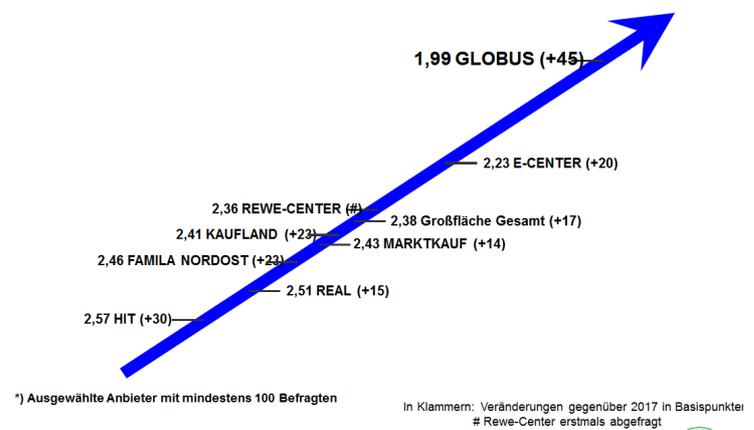


Aussagen zum Anbieter: Begeisterung

Aussage zur Bewertung: Dieser Anbieter schafft es, mich zu begeistern.



Auswahl und Angebotsvielfalt an Produkten mit regionaler Herkunft



Quelle: Kundenmonitor Deutschland 2018 (<https://www.servicebarometer.net/kundenmonitor/de/>)