Stellungnahme zu „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)“ vom 22.03.2018 durch die Firma Bulwiengesa aus Hamburg

Die Firma Bulwiengesa hat [redacted] eine Vorprüfung des geplanten Globus-Vorhabens[1] an der Dieselstraße vorgenommen. Ferner wurde ein sog. Plausibilitätscheck der von der BBE Handelsberatung erstellten Auswirkungsanalyse vorgenommen (ab Punkt 3), der im Folgenden bewertet wird.

Zu 3.1 Lageklassifikation des Vorhabenstandortes (S. 17):

Bulwiengesa stellt den Globus Plan-Standort an der Dieselstraße als städtebaulich nicht-integriert dar. Ferner versucht die Firma Bulwiengesa 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.

Hierbei führt Bulwiengesa an, dass für Globus eine Nahversorgungsfunktion ausscheidet, da die „angesprochenen Wohnbereiche bereits heute von drei Lebensmittelmärkten ausreichend versorgt werden“. Diese Argumentation, das sich aus der Existenz von anderen Lebensmittelmärkten für ein neues Vorhaben keine Nahversorgungsfunktion ableitet, ist sachlogisch nicht nachvollziehbar. In Bezug auf die Definition einer Nahversorgungsfunktion muss auf städtebauliche Gegebenheiten abgestellt werden, nicht auf die Existenz von anderen Handelsbetrieben.

Bulwiengesa versucht auch schon auf Seite 9 seiner Stellungnahme, aus dem Zentrenkonzept der Stadt Halle eine **Überversorgung** abzuleiten. Im Zentrenkonzept wird allerdings der Stadt Halle attestiert, dass die Ausstattung im Segment Nahrungs- und Genussmittel in Halle 0,44 m² pro Kopf beträgt und somit „im Mittel ostdeutscher Kommunen (0,4-0,5 m² EW)“ liegt.[2] Eine Überversorgung – wie diese Bulwiengesa darstellen will – ist aus dem Zentrenkonzept nicht ablesbar.

Grundsätzlich ist darauf zu verweisen, dass gerade **höherzentrale Orte** eine überdurchschnittliche Flächenausstattung aufweisen. Dies ergibt sich aus der Tatsache, dass solche Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihr Umfeld bzw. ihren Verflechtungsbereich mit übernehmen, die ebenfalls in der Landesplanung (vgl. Ziel 33 im LEP LSA[3]) verankert ist. Somit sind in diesen Orten – wie auch in Halle – höhere Flächenangebote vorzufinden.

Bulwiengesa sieht in der „quantitativ sehr guten Ausstattung“ im Bereich Nahrungs- und Genussmittel keine „Notwendigkeit“ der Ansiedlung eines weiteren Anbieters. Hierbei ist zunächst darauf zu verweisen, dass es sich um eine **Verlagerung** – bei Verkleinerung der Verkaufsfläche des SB-Warenhauses – handelt. Des Weiteren ist es für das Oberzentrum Halle wichtig, auch weiterhin eine Angebotsvielfalt – möglichst verschiedener Konzepte – zu zeigen. Insbesondere soll der Bevölkerung

1 Anmerkung: Bulwiengesa unterstellt hier, dass es sich nicht um ein SB-Warenhaus, sondern auf Grund der Shops in der Vorkassenmall um ein „zusätzliches Einkaufszentrum“ handelt. Beim Vergleich des Globus-Vorhabens mit einem Einkaufszentrum (bspw. HEP, Neustadt Centrum, Saale-Center, Südstadt-Center) dürfte auch Bulwiengesa auffallen, dass das Globus-Vorhaben kein Einkaufs- oder Shoppingcenter darstellt.

2 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Seite 72.

3 Oberzentren sind als Standorte hochwertiger spezialisierter Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen, wissenschaftlichen und politischen Bereich mit überregionaler und zum Teil landesweiter Bedeutung zu sichern und zu entwickeln. Mit ihren Agglomerationsvorteilen sollen sie sich auf die Entwicklung ihrer Verflechtungsbereiche nachhaltig auswirken. Sie sollen darüber hinaus als Verknüpfungspunkte zwischen großräumigen und regionalen Verkehrssystemen wirken.

eine breite und tiefe Angebotsvielfalt präsentiert werden. Unter diesem Aspekt möchte auch die Stadt Halle diesen langjährigen Anbieter in der Stadt halten, wobei der Planstandort in der Dieselstraße – im Gegensatz zum HEP – auch eine Nahversorgungsfunktion besitzt und deutlich wohnsiedlungsnäher liegt.

Weiterhin interpretiert Bulwiengesa auch die Leitziele des Hallenser Zentrenkonzeptes, zitiert diese aber nur rudimentär. Es werden nur die „passenden" Leitziele wiedergegeben. Ein wesentliches Leitziel ist aber das erste Ziel: **Erhalt und Stärkung der oberzentralen Funktion der Stadt Halle (Saale)** sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebotes (qualitativ wie quantitativ) in der Stadt Halle (Saale). Hätte sich Bulwiengesa mit diesem Ziel auseinandergesetzt, wäre diesem Büro zweifelsohne zu dem Schluss gekommen, dass das Globus-Projektvorhaben dieser Zielstellung entspricht.

Des Weiteren hätte Bulwiengesa auffallen müssen, dass der Kriterienkatalog zur Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel außerhalb zentraler Versorgungsbereiche gemäß den „Grundsätzen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Halle" für das Vorhaben nicht anwendbar ist. Im **Zentrenkonzept** werden im Abschnitt 7.2 auch „absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume" aufgeführt. Hier heißt es unter anderem:

- *Auf der anderen Seite können größere Vorhaben, eventuell auch bei Überschreiten der aufgezeigten Spielräume, an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten sowie bei der Wahl der „richtigen Sortimente" zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes in Halle (Saale) führen. Im günstigsten Fall kann dies auch zu Lasten weniger geeigneter Standorte erfolgen und damit insgesamt zur besseren räumlichen Gliederung des Einzelhandels im Stadtgebiet beitragen.*
- *Bei weiteren möglichen räumlichen Verlagerungsabsichten bestehender Betriebe ist es in den konkreten, hier nicht darstellbaren, Fällen notwendig, die betrieblichen Interessen den aufgezeigten Zielen der Einzelhandelsentwicklung gegenüberzustellen und gegen- und miteinander abzuwägen.*

Darüber hinaus wird im Zentrenkonzept wegen der hohen Dynamik der im Einzelhandel ablaufenden Prozesse empfohlen, eine Aktualisierung des Konzeptes bei Erfordernis, spätestens aber nach 5 Jahren vorzunehmen. Im Zeitraum seit der Erstellung des Konzeptes (die Bestandsaufnahme Einzelhandel, die dem Konzept zugrunde liegt, erfolgte bereits im Februar / März 2010) haben sich im Halleschen Einzelhandel in Teilbereichen deutliche Änderungen vollzogen (z.B. Wegfall von Einzelhandelsstandorten oder Ansiedlungsvorhaben an Standorten, die im Zentrenkonzept bisher nicht vorgesehen waren).

Darüber hinaus haben sich seitdem auch allgemeine, einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen geändert (z.B. deutlich positivere demografische Entwicklung, Stabilisierung von Kaufkraft und Nachfrage). Dementsprechend hat der Stadtrat der Stadt Halle (Saale) in seiner Sitzung am 31.05.2017 die Aktualisierung des EZK inkl. der kompletten Neuerhebung des Einzelhandelsbestandes beschlossen (Beschluss Nr. VI/2017/02764). In der Neufassung des Konzeptes soll gemäß Aufgabenstellung auch das Vorhaben der Ansiedlung des SB-Warenhauses an der Dieselstraße seinen Niederschlag finden.

Die Auffassung von Bulwiengesa, dass es sich um einen dezentralen Standort, eine „**siedlungsstrukturell randständige, autokundenorientierte, nicht integrierte Gewerbegebietslage**" handelt, die „**keinen unmittelbaren Siedlungsbezug zu Wohnsiedlungsbereichen**" aufweist (vgl. Bulwiengesa S. 8), kann seitens der BBE 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."[4]

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".[5] Im Textilteil 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".[6] 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.

Im direkten Umfeld des Projektstandortes wurden verschiedene Lebensmittelmärkte (u.a. Lidl, Netto Marken-Discount, NP [bereits geschlossen[7]]) 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."[8] 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 Nahversorgungsfunktion[9] zu attestieren, wenngleich die Versorgungsfunktion von Globus (oder auch anderer großflächiger Lebensmittelmärkte in Halle) bezüglich der Flächengröße meist über den fußläufigen Nahbereich hinaus reicht.

Grundsätzlich sind **integrierte Lagen** i.S. Ziel 48.2 LEP LSA solche innerhalb des verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen. Der relevante Siedlungszusammenhang bezieht sich dabei nicht nur auf das unmittelbare Plangebiet, sondern es ist der siedlungsräumliche Zusammenhang, in dem es liegt zu betrachten. Denn anderenfalls wären Planungen für Einzelhandelsgroßbetriebe nie integriert, da sich Bebauungspläne hierfür, also das Plangebiet nur auf dieses Vorhaben beziehen dürften, in dem Wohnsiedlungen in aller Regel nicht enthalten sind. Also muss auch auf die angrenzenden Bereiche abgestellt werden.

Hier ist – in Übereinstimmung mit Bulwiengesa – festzustellen, dass im Nahbereich des Plangebiets Wohnsiedlungsbereiche mit einer hohen Einwohnerdichte vorhanden sind. Nicht erklärlich ist, warum Bulwiengesa einen Einzugsbereich von 500 m nicht als fußläufig ansieht. In aller Regel werden Radien von 500 bis 1.000 m als wohnortnah angesehen und auch das EHZK Halle (S.76) sieht einen wohnräumlichen Nahversorgungsbezug innerhalb dieser Radien (600 m für Nachbarschaftsläden). Unter Berücksichtigung dieser Annahmen sind in dem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang auch wesentliche Wohnanteile vorhanden, sodass von einer integrierten Lage i.S.d. LEP ausgegangen werden kann.

4 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Seite 18/19.
5 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Glossar des Einzelhandelskonzeptes auf Seite 284.
6 vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 07.08.2013, Seite 19.
7 In der Handelsimmobilie, die vormals NP-Discount belegt hat, sind mit einem Zoofachmarkt (Fressnapf) und einem Angelfachmarkt jeweils großformatige Fachmarktanbieter verortet.
8 Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Halle (Saale), 7. August 2013, Seite 74.
9 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.

Zu 3.2 Einzugsgebiet und Marktpotenzial (S. 18):

Laut BulwienGesa ist die von 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.

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

Oberhalb der bei Bulwiengesa dargestellten BBE-Tabelle 10 (von Bulwiengesa nicht dargestellt) wurde beschrieben, dass es sich bei den benannten Verbrauchsausgaben nicht nur um die Ausgaben für Food, sondern auch für die Non-Food-Randsortimente handelt. Dies wurde ebenfalls in dem BBE-Gutachten auf Seite 36[10] bereits dargestellt.

Beim vollständigen Lesen hätte Bulwiengesa auffallen müssen, dass es sich hierbei um die gesamten Verbrauchsausgaben in Lebensmittelbranche handelt, nicht nur den Ausgabebeträgen für das Sortiment Lebensmittel. Allerdings hätte in der BBE-Tabelle 10 die korrekte Bezeichnung der Verbrauchsausgaben, d.h. **Lebensmittel (inkl. Randsortimente)** stehen müssen.

schen Ausgabe pro Person, wobei der sortimentsspezifische Kaufkraftindex je Ort[64] 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.	sortimentsspez. Kaufkraftindex[65]	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.		Mio. EUR p.a.
Zone I	93.400	2.278	91,1	193,83
Zone II	143.500		91,2	298,13
Zone III	24.900		96,8	54,91
Summe	**261.800**			**546,87**

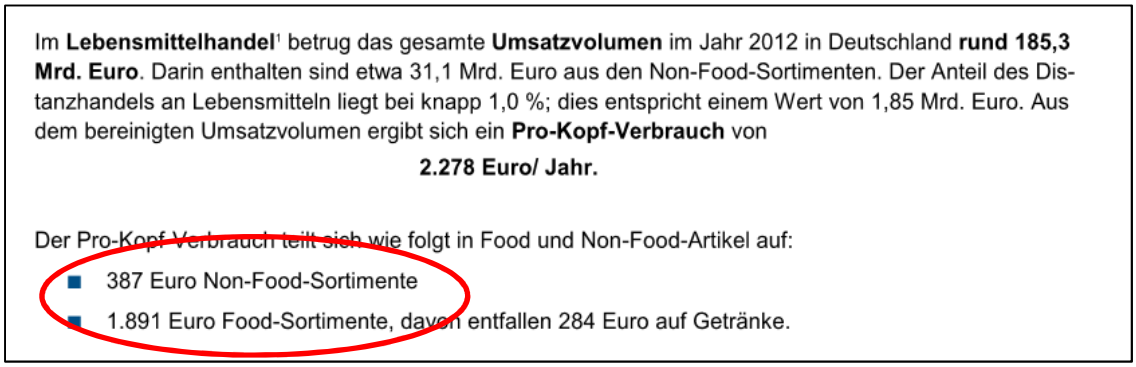
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen (vgl. Methodik unter Pkt. 3.4.3)

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

Quelle: BBE Seite 41

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

10 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 **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

Die BBE-Umsatzprognose wurde somit von dem korrekten, branchenbezogenen Nachfragepotenzial abgeleitet. Dies zeigt sich auch in der Bewertung von **zwei weiteren Gutachterbüros**, die die BBE-Prognose als plausibel einstufen (vgl. auch folgende Seite 6).[11]

Bulwiengesa hat in seiner Stellungnahme auf Grund des angeblichen „methodischen Fehlers“ bei BBE eine **eigene Prognose** abgegeben, die im Segment Food bei 48,05 Mio. EUR liegen sollte (vgl. Bulwiengesa Seite 19). Bei der Berechnung der Flächenleistung hätte Bulwiengesa auffallen müssen, dass sich hieraus ein Wert von ca. 9.600 EUR/m² errechnet.[12]

Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebsformen

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m² p.a.	€/m² p.a.	€/m² 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

11 vgl. 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, Seite 18.
vgl. 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), Seite 13ff.

12 Die Flächenleistung errechnet sich aus dem Verhältnis Umsatz zu Verkaufsfläche. Bei dem Plan-Umsatz von Bulwiengesa von 48,05 Mio. EUR ergibt sich auf einer Food-Verkaufsfläche von 5.020 m² eine Flächenleistung von ca. 9.600 EUR/m².

Der Vergleich der Flächenleistung mit branchenüblichen Werten zeigt, dass die Flächenleistung der Bulwiengesa-Prognose von ca. 9.600 EUR/m² vollständig unrealistisch ist! Eine Verprobung dieses von Bulwiengesa herausgegebenen Umsatzwertes ist nicht geschehen, ansonsten wäre der Firma der fehlende Bezug zur Realität aufgefallen.

Im Fazit ergibt sich, dass von BBE der korrekte Wert der Verbrauchsausgaben angesetzt wurde. In der vorstehend aufgeführten Tabelle 10 hätte jedoch trotzdem zur Vermeidung von Unklarheiten der Zusatz „Lebensmittel (inkl. Randsortimente)“ benannt werden sollen, da es sich hierbei um die branchenspezifischen Ausgaben im Lebensmittelhandel (Food + Randsortiment Non-Food) handelt.

Zu 3.3 Umsatzprognose (S. 18):

Bulwiengesa bestätigt, dass die Umsatzprognose über die sog. Marktanteilsprognose methodisch in Ordnung ist. Bulwiengesa hatte jedoch vermutet (siehe vorstehende Ausführungen), dass BBE bei der Berechnung des Marktpotenzials lediglich das Sortiment Lebensmittel berücksichtigt hat. Dies ergibt sich aus der Tabellenüberschrift der Tabelle 10 (siehe vorstehend) in dem BBE-Gutachten, wenngleich vor dieser Tabelle an zwei Stellen beschrieben wurde, dass die **Non-Food-Randsortimente in diesen Verbrauchsausgaben** mit enthalten sind.

Da aus dem berechneten Marktpotenzial dann gemäß des Marktanteilskonzepts 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.

Dieser von Bulwiengesa vermutete Fakt ist nicht eingetreten, da in der Marktanteilsprognose die **gesamten branchenbezogenen Verbrauchsausgaben für die Lebensmittelbranche** (also Food und Non-Food) enthalten sind. Die folgenden Ausführungen von Bulwiengesa sind daher größtenteils obsolet.

Exkurs: Gemäß der Firma Stadt + Handel – die eine Bewertung der BBE-Auswirkungsanalyse vorgenommen hat[13], 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 ergibt sich, das von BBE der korrekte Wert der Verbrauchsausgaben angesetzt wurde, so dass ebenfalls das Marktpotenzial und Folge auch der Plan-Umsatz richtig ermittelt wurden.

Die Anmerkung von Bulwiengesa über das Fehlen der Umsätze der **Apotheke** und des **Blumenladens** sind richtig und von der BBE gewollt, da dieses Sortiment nicht in dem SB-Warenhaus geführt wird. Die Auswirkungen dieser beiden Kleinflächen wurde von der BBE keinesfalls vernachlässigt, sondern unter dem Punkt 5.4.5 („Städtebaulichen Auswirkungen der geplanten Handelsnutzungen in der Shopzone“) untersucht. Beim Weiterlesen des Gutachtens hätte dies Bulwiengesa unzweifelhaft auffallen müssen.

Zu 3.4 Umsatzherkunft (S. 20):

Bulwiengesa bestätigt hier die durch die BBE verneinte Rückholung von Kaufkraftabflüssen und den 4 prozentigen Umsatzanteil an Streukunden.

13 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, Seite 18.

Die Aussage von Bulwiengesa, dass die **Streuumsätze in den Non-Food-Segmenten** seitens der BBE vollständig ignoriert werden, ist überholt. Vorstehend wurde erläutert, dass bei der Berechnung des Nachfragepotenzials auch die Non-Food-Segmente bereits enthalten sind. Demnach liegt der von Bulwiengesa vermutete methodische Mangel nicht vor.

Zu 3.5 Auswirkungsanalyse (S. 21):

Bulwiengesa führt hier aus, dass die ausgewiesenen Umsatzumlenkungen nicht nachprüfbar sind. Hierbei ist auf die Ausführungen in dem BBE-Gutachten zu verweisen, in dem die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in Summe und auch für **die einzelnen zentralen Versorgungsbereiche** und sogar für **einzelne Märkte** prognostiziert wurden. Warum diese Auswirkungen nicht nachvollziehbar sein sollen, wird bei Bulwiengesa nicht beschrieben. Auf Grund des Fehlens von detaillierten Angaben von Bulwiengesa können seitens BBE hierzu keine weiteren Angaben gemacht werden.

Die nachfolgende „neue" Umsatzannahme durch Bulwiengesa ist obsolet, da die Berechnung des Marktpotenzials seitens der BBE korrekt erfolgt ist. Dementsprechend kann hier die von Bulwiengesa neu abgeleitete Umsatzprognose für die Bewertung des Vorhabens nicht herangezogen werden.

Exkurs 1: Das Büro Stadt + Handel[14] bewertet die BBE-Umsatzprognose von 48,05 Mio. EUR - die auf Basis des Marktanteilskonzeptes 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**.

Exkurs 2: Das Büro Dr. Acocella[15] bewertet die BBE-Umsatzprognose ebenfalls als plausibel. Das Büro diskutiert umfänglich die Umsatzprognose und kommt zu dem Schluss, dass die **Anforderungen an den Worst-Case-Ansatz** hinsichtlich der Gesamtflächenleistung erfüllt sind.

Im Fazit liegt keine fehlerhafte Umsatzschätzung seitens der BBE vor, zumal die BBE-Prognose ebenfalls von zwei anderen Gutachterbüros bestätigt wurde.

Zu 3.6 Umverteilungsquoten im Kernsortiment (Food + Non-Food I) (S. 22):

Bulwiengesa thematisiert hier die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen und vermutet auf Grund der eigenen erhöhten Umsatzprognose – gegenüber den Ausführungen in dem BBE-Gutachten – deutlich höhere Umsatzumlenkungen. An dieser Stelle ist nochmals darauf zu verweisen, dass **Bulwiengesa eine falsche Interpretation** der BBE-Umsatzprognose vorgenommen hat. Im Gegenzug hat Bulwiengesa keine eigene Umsatzschätzung – bspw. auf Basis einer Marktanteilsprognose – vorgenommen, sondern wiederholt permanent den vorstehend genannten falschen Ansatz.

Bulwiengesa formuliert in diesem Absatz auf Seite 23, dass der Ans**atz der Umsatzmitnahme durch Globus** geteilt wird und so ein **typengleicher und räumlich naheliegender Systemwettbewerber** tendenziell stärker von Umsatzumlenkungen betroffen sein wird als ein typfremder Wettbewerber.

14 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, Seite 23.

15 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), Seite 13ff.

Somit wird dieser Grundsatz der BBE auch von Bulwiengesa geteilt. Jedoch ist das Gefälle für Bulwiengesa „zu steil“.

Aus Sicht der BBE kann diese pauschale und **nicht-unterlegte Aussage von Bulwiengesa** nicht geteilt werden. Die – im Vergleich zu anderen Handelslagen – hohen Umsatzverluste des HEP ergeben sich aus folgenden Fakten:

- Bei dem SB-Warenhaus handelt es sich um den einzigen Markt von Globus in Halle, so dass dieser Anbieter ein gewisses 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 meisten Teil seiner Kunden zu dem naheliegenden Projektstandort in der Dieselstraße „mitnehmen“.
- Primär steht das Vorhaben im Wettbewerb zu betriebstypengleichen Lebensmittelanbietern. Durch die Sortimentszusammensetzung des SB-Warenhauses werden absatzwirtschaftlich in erster Linie Anbieter mit einem vergleichbaren bzw. adäquaten Betreiberkonzept kannibalisiert. Es werden also vornehmlich Lebensmittelanbieter betroffen sein, die als sog. Systemwettbewerber – das heißt insbesondere SB-Warenhäuser sowie in Folge auch größere Verbrauchermärkte, Supermärkte und Discounter – einzustufen sind. Somit werden sich die mit Abstand höchsten Umsatzumverlagerungen gegen ein flächen- und angebotsgleiches SB-Warenhaus im HEP ergeben, das zudem noch in räumlicher Nähe zu dem Planstandort in der Dieselstraße mit einer Fahrstrecke von knapp 5 Minuten liegt. Ein anderes vergleichbares SB-Waren dieser Größenordnung – oder auch in einer kleineren Konfiguration – existiert in Halle nicht.
- Die hohen Umsatzverluste des fiktiven bzw. angebotsgleichen SB-Warenhauses resultieren auch aus der Einzugsgebietsüberlagerung beider Standorte. Das HEP (bzw. der aktuelle Globus-Markt) zielt als ausschließlich autokundenorientierter Standort auch auf den „neuen“ Nahbereich des Globus-Marktes in dem Stadtviertel Damaschkestraße bzw. den umliegenden Gebieten ab.

  Die Kunden, die derzeit den Globus-Markt aus dem südlichen Stadtgebiet anfahren, werden perspektivisch zum größten Teil zum Einkauf von Lebensmitteln nicht mehr in das HEP tendieren, da der neue Globus-Standort gerade aus diesem Stadtgebiet nicht nur verkehrlich, sondern auch fußläufig und mit dem ÖPNV günstiger erreichbar ist. Bezüglich der signifikanten Einzugsgebietsüberlagerung beider Standorte reicht das Nachfragevolumen im Nahbereich und auch im weiteren Umfeld des HEP nicht für den Betrieb eines weiteren SB-Warenhauses aus.
- Die Ansiedlung eines weiteren SB-Warenhauses ist in Halle bezüglich der hohen Angebotsdichte nicht realistisch. Die betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte des Bereiches SB-Warenhaus/ Verbrauchermarkt liegt in Halle im Vergleich zum Bundesdurchschnitt um 54 % (Auswirkungsanalyse der BBE Handelsberatung Tab. 6) höher, d.h. in Halle ist eine hohe Dichte mit Betrieben dieser Vertriebsform vorzufinden.

  Die hohe Flächendichte innerhalb dieses Betriebstyps wird auch in der Tatsache deutlich, dass Globus sein neues SB-Warenhaus mit einer um knapp 1.000 m² geringeren Verkaufsfläche plant. Zudem liegt an der nordöstlichen Gemarkungsgrenze von Halle mit real ein weiteres SB-Warenhaus. Somit ist die Ansiedlung eines weiteren Betriebes in diesem Segment nicht zu erwarten, zumal diese Betriebsform in den letzten Jahren an Marktanteilen und somit an Bedeutung verloren hat.

  Auf der anderen Seite ist die Neuansiedlung eines größeren Supermarktes möglich, da dieser Betriebstyp in Halle hinsichtlich der Flächenausstattung mit einem Dichteindex von 74 deutlich unterrepräsentiert ist (vgl. Auswirkungsanalyse der BBE Handelsberatung Tab. 6).

Versorgungsstrukturell genügt für die Ausstattung des HEP ein größerer Supermarkt, da dieser Standort keine Nahversorgungsfunktion besitzt und nicht der verbrauchernahen Versorgung dient. Ferner ist im HEP mit Aldi bereits ein Lebensmittelmarkt ansässig.

- Es existiert derzeit kein potenzieller Betreiber, der ein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für die bestehende Großfläche von rd. 10.250 m² besitzt. Auf Grund der fehlenden Betreiberverfügbarkeit ist eine Nachbelegung der Gesamtfläche des derzeitigen SB-Warenhauses nicht realistisch, so dass die Kaufkraft perspektivisch zum großen Teil an diesem Standort nicht mehr gebunden werden kann.

  Die Flächengröße potenzieller Betreiber liegt derzeit zwischen 3.500 bis maximal 5.000 m², so dass ein Verbrauchermarkt auf der Erdgeschossfläche im HEP etabliert werden könnte.

- Der aktuelle Globus-Standort verfügt über suboptimalen Standortvoraussetzungen, die u.a. aus der Teilung der Verkaufsfläche über 2 Etagen resultiert. Somit stellt sich die Attraktivität der Gesamtverkaufsfläche – nicht nur für Globus – für einen potenziellen Betreiber gering dar. Demzufolge ist lediglich die Ansiedlung eines deutlich kleineren Lebensmittelverbraucher- oder Supermarktes realistisch. Die Fläche des derzeitigen Globus-Marktes im Erdgeschoss ist hierfür prädestiniert.

Im Fazit der vorstehenden Ausführungen ist festzustellen, dass ein angebotsgleiches SB-Warenhaus mit ca. 10.250 m² im HEP die mit **Abstand höchsten Umsatzverluste** zu tragen hätte.

Auf Seite 23 und 24 beschreibt Bulwiengesa die Auswirkungen bei Ansiedlung eines neuen Lebensmittelmarktes im HEP. Hier wird die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes mit 5.000 m² und eines SB-Warenhauses mit 10.250 m² dargestellt. Entsprechend werden hier sog. "**Umsatzdelta**" ausgewiesen, die bei den Ansiedlungen vermutlich zu erwarten wären.

Welche **konkreten monetären Auswirkungen** diese Ansiedlungen auf den bestehenden Handel in Halle haben werden, wird nicht ausgeführt. Insbesondere erfolgt keine Berechnung der üblichen Umsatzumlenkungen. Somit können diese Aussagen bei der Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen leider nicht herangezogen werden.

Das diese vorstehenden Ausführungen vermutlich nur modellhafter Art sind, verdeutlicht die Darstellung der Ansiedlung eines neuen SB-Warenhauses mit 10.250 m². Dieser Anlagetyp in dieser Größenordnung existiert derzeit nur bei der Fa. Globus, so dass die **Nachbelegung durch einen vergleichbar großen Markt** in der Praxis nicht erfolgen kann. Da aber auch hier seitens von Bulwiengesa keine Berechnung der zu erwartenden Auswirkungen erfolgt, kann diese Vermutung in Bezug auf die zu erwartenden Auswirkungen seitens der BBE nicht bewertet werden.

Zu 3.7 Städtebauliche Auswirkungen im Segment Non-Food II (S. 25):

Bulwiengesa formuliert hier die Ergebnisse der BBE-Auswirkungsanalyse nach und versucht dann, die **Nachnutzung der „Restflächen"** des vormaligen SB-Warenhauses Globus mit anderen zentrenrelevanten Sortimenten zu thematisieren. Laut Bulwiengesa steht dabei in jedem Fall ein Nachmieter für die Erdgeschossfläche des HEP bereit.

Somit hätte gemäß Bulwiengesa eine Untersuchung der „nicht benötigten Obergeschoss-VKF von etwa 5.000 qm mit gemäß Baurecht zulässigen zentrenrelevanten Sortimenten" erfolgen sollen! Inwieweit die Flächen des Obergeschosses überhaupt mit einem Mieter nachbelegt werden können, ist auf Grund der eingeschränkten Attraktivität dieser gesamten Etage äußerst fraglich.

In Folge erstellt dann Bulwiengesa eine „modelhafte Flächenkonzeption" für eine Verkaufsfläche von 3.350 m². Warum gerade diese Fläche gewählt wird, ist nicht ersichtlich.

Modellhafte Nachbelegung der per Saldo zusätzlichen Verkaufsfläche für Non-Food II im HEP

Branche	Anbieter z.B.	VKF total qm ca.	Flächenleistung* Euro/qm VKF p. a.	Umsatz Mio. Euro p. a.
Bekleidung/Modekaufhaus	Modepark Röther, C&A, AWG	1.800	2.500	4,5
Sportfachmarkt	Intersport, Decathlon	950	2.100	2,0
Spielwaren-/Babybedarf	BabyOne, BR, Spiele Max	600	2.100	1,3
Gesamt		**3.350**	**2.315**	**7,8**

Quelle: Berechnungen bulwiengesa AG; * BBE / IFH Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017

Quelle: Bulwiengesa Seite 26

Nach der Darstellung dieser modellhaften Nachbelegung des Bulwiengesa-Mitarbeiters aus Hamburg – die unter Kenntnis der Marktbedingungen in Halle im Obergeschoss des HEP keinesfalls eine Realisierungschance hat – beendet Bulwiengesa die Ausführungen, ohne mögliche Auswirkungen dieses Bulwiengesa-Konzeptes darzustellen und zu diskutieren. Demzufolge können aus Sicht der BBE aus diesem nebulösen Konzept[16] keine Aussagen zu möglichen Auswirkungen abgeleitet werden.

Prinzipiell ist für eine **Belegung dieser und auch anderer Leerstandsflächen**, die gerade in dem Obergeschoss vorhanden sind, folgendes anzumerken:

Die Belegung von Mietflächen ist im HEP mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich möglich. Somit können nicht nur auf der freiwerdenden Globus-Fläche Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten angesiedelt werden, sondern bspw. auch auf den derzeit bestehenden Leerflächen. Sollte bspw. ein Mieterwechsel erfolgen, so kann bspw. nach Rückzug eines Altmieters mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment die Gewerbefläche neu an einen Mieter mit zentrenrelevanten Sortimenten abgegeben werden.

Eine grundsätzliche Steuerung der Ansiedlung erfolgt über einen gültigen Bebauungsplan, in dem die Gesamtfläche (26.000 m²) und insbesondere die Fläche für innenstadtrelevante Sortimente bis zu einer Obergrenze von maximal 18.300 m² zulässig ist.[17] Durch diese Festsetzung einer zulässigen Obergrenze der Verkaufsfläche und der Limitierung der innenstadtrelevanten Sortimente werden grundsätzlich die Belange der Stadtentwicklung der Stadt Halle berücksichtigt.

Daher ist bauplanungsrechtlich grundsätzlich – nicht nur auf der Globus-Fläche – die Ansiedlung von weiteren zentrenrelevanten Sortimenten möglich. Eine Untersuchung dieser Auswirkungen ist dabei nicht notwendig, da durch die erfolgte Limitierung auf 18.300 m² bereits die Berücksichtigung der städtebaulichen Belange der Stadt Halle ausgedrückt wird. Daher sind die umfänglich formulierten Forderungen von Bulwiengesa auf Seite 26 prinzipiell obsolet.

Zu 3.7 Fazit (S. 28):

Bulwiengesa formuliert hier in zusammengefasster Form die vorstehend bereits diskutierten Punkte. Neue Erkenntnisse in Bezug auf zu erwartende Auswirkungen können hier bzw. auch aus den vorstehenden Ausführungen nicht entnommen werden, ebenso wie sich aus den **Bulwiegesa-Ausführungen keine Notwendigkeit zur Änderung der BBE-Auswirkungsanalyse** ableiten lässt.

Mathias Vlcek

Erfurt, 13.08.2018

16 Bulwiengesa berücksichtigt hierbei überhaupt nicht, dass die genannten Firmen gewisse Marktzutrittsgrößen besitzen. Diese liegen bspw. bei Modepark Röther oder Decathlon über den von Bulwiengesa genannten Flächen.

17 vgl. Stadt Halle, Bebauungsplan Nr. 24 (2006).