

Auswirkungsanalyse

Umstrukturierung von Möbel Höffner / Sconto Möbel in Erfurt

Auftraggeber:

Höffner Möbelgesellschaft GmbH & Co. KG
Am Rondell 1
12529 Schönefeld

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Silvia Horn

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	5
1.1. Ausgangssituation / Projektdaten	5
1.2. Methodische Vorgehensweise.....	9
2. Makrostandort Erfurt.....	11
3. Mikrostandort	14
4. Markt-/ Wettbewerbsanalyse.....	16
4.1. Einzugsgebiet des Projektvorhabens	16
4.2. Marktpotenzial	19
4.3. Angebotsanalyse der projektrelevanten Branchen im Einzugsgebiet	21
4.3.1. Methodische Vorgehensweise	21
4.3.2. Angebotsanalyse.....	23
5. Städtebauliche Beurteilung des Vorhabens.....	36
5.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen.....	36
5.2. Umsatzprognose.....	39
5.3. Umsatzherkunft.....	44
5.4. Wirkungsprognose.....	47
5.4.1. Methodische Vorgehensweise	47
5.4.2. Städtebauliche Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen im Kerneinzugsgebiet (Zone I/II)....	49
5.4.3. Städtebauliche Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet der Zone III	66
5.4.4. Kompatibilität des Projektvorhabens mit dem Zentrenkonzept der Stadt Erfurt.....	67
5.4.5. Kompatibilität des Projektvorhabens mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept	69
5.4.6. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens.....	70
6. Zusammenfassung.....	72

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation am Projektstandort	5
Abbildung 2: Lageskizze des Vorhabenstandortes „Im Großen Felde“ in Erfurt.....	6
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	12
Abbildung 4: Ausgewählte Zentralitätskennziffern	13
Abbildung 5: Beispiele für Möbelhäuser (Vollsortiment/Discounter) im Einzugsgebiet (Auswahl)	21
Abbildung 6: Beispiele für Spezialanbieter im Einzugsgebiet (Auswahl)	21
Abbildung 7: Beispiele für Anbieter mit relevanten Randsortimenten im Einzugsgebiet (Auswahl)	22
Abbildung 8: Möbelanbieter in Erfurt (Auswahl)	24
Abbildung 9: Möbelanbieter im Ilm-Kreis (Auswahl)	26
Abbildung 10: Möbelanbieter im Landkreis Gotha (Auswahl)	27
Abbildung 11: Möbelanbieter im Unstrut-Hainich-Kreis (Auswahl)	28
Abbildung 12: Möbelanbieter im Landkreis Sömmerda (Auswahl)	29
Abbildung 13: Möbelanbieter im Landkreis Weimarer Land und in Weimar (Auswahl).....	30
Abbildung 14: Möbelanbieter im Saale-Holzland-Kreis und in Jena (Auswahl)	32
Abbildung 15: Möbelanbieter im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt (Auswahl)	33
Abbildung 16: Möbelanbieter im Landkreis Schmalkalden-Meiningen und in Suhl (Auswahl)	34
Abbildung 17: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Möbeleinzelhandel	42
Abbildung 18: Positionierung/Merkmalsdimensionierung im deutschen Möbelfachhandel	49
Abbildung 19: Standortkriterien zur Ansiedlung von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel (lt. REK)	69

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentskonzept der beiden Möbelhäuser Höffner und Sconto.....	6
Tabelle 2: IST-Fläche der Höffner-Möbelhäuser - Einteilung nach Zentrenrelevanz 2002 / 2016.....	7
Tabelle 3: Veränderung des Sortimentskonzeptes auf Basis der Einstufung der IST-Flächen	8
Tabelle 4: Bevölkerungsentwicklung Erfurt im Vergleich	12
Tabelle 5: Marktpotenzial der Möbelbranche (inkl. Randsortimente) im Einzugsgebiet	19
Tabelle 6: Sortimentsspezifisches Marktpotenzial im Einzugsgebiet.....	20
Tabelle 7: Angebot in den projektrelevanten Branchen in Erfurt.....	24
Tabelle 8: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Ilm-Kreis	26
Tabelle 9: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Landkreis Gotha.....	27
Tabelle 10: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Unstrut-Hainich-Kreis	28
Tabelle 11: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Landkreis Sömmerda	29
Tabelle 12: Angebot in den projektrelevanten Branchen im LK Weimarer Land (inkl. Weimar).....	31
Tabelle 13: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Saale-Holzland-Kreis (inkl. Jena).....	32
Tabelle 14: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	33
Tabelle 15: Angebot in den projektrelevanten Branchen im LK Schmalkalden-Meiningen (inkl. Suhl)	35
Tabelle 16: Zusammenfassung des Angebots in den projektrelevanten Branchen im Einzugsgebiet	35
Tabelle 17: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	36
Tabelle 18: Kumulierte Umsatzprognose des projektierten Höffner-Möbelhauses	39
Tabelle 19: Umsatzprognose des Höffner-Möbelhauses nach Sortimenten.....	40

Tabelle 20: Kumulierte Umsatzprognose des projektierten Sconto-Möbeldiscounters	40
Tabelle 21: Umsatzprognose des Sconto-Möbeldiscounters nach Sortimenten	41
Tabelle 22: Prospektive Raumleistung der beiden projektrelevanten Möbelhäuser	42
Tabelle 23: Umsatzherkunft des projektierten Höffner-Möbelhauses	44
Tabelle 24: Umsatzherkunft des projektierten Sconto-Möbeldiscounters	45
Tabelle 25: Prognostizierte Umsatzverlagerungen nach Sortimenten und Zonen	48
Tabelle 26: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Projektvorhabens im Einzugsgebiet	50
Tabelle 27: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Erfurt	51
Tabelle 28: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Ilm-Kreis.....	54
Tabelle 29: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Landkreis Gotha	55
Tabelle 30: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Unstrut-Hainich-Kreis	57
Tabelle 31: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Landkreis Sömmerda	58
Tabelle 32: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Landkreis Weimarer Land (inkl. Weimar)	59
Tabelle 33: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Saale-Holzland-Kreis (inkl. Jena)	61
Tabelle 34: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt	63
Tabelle 35: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im LK Schmalkalden-Meiningen (inkl. Suhl).....	64
Tabelle 36: Zentrenrelevanz der Sortimente der beiden Möbelhäuser Höffner und Sconto.....	68

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Mittelthüringen (Ausschnitt)	11
Karte 2: Skizzierung Mikrostandort „Im Großen Felde“	14
Karte 3: Relevante Angebotsstandorte im Umfeld und Erreichbarkeitsisochronen	17
Karte 4: Zonierung des Einzugsgebiets der projektrelevanten Höffner-Möbelhäuser in Erfurt.....	18
Karte 5: Angebot strukturprägender Möbelanbieter im Kerneinzugsgebiet der Höffner-Möbelhäuser	23

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Überblick über die Angebotssituation des Möbeleinzelhandels in Thüringen	74
Anlage 2: Betriebstypen des stationären Möbeleinzelhandels.....	75
Anlage 3: Projektrelevanter Einzelhandel im Ilm-Kreis (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)	76
Anlage 4: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Gotha (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)	77
Anlage 5: Projektrelevanter Einzelhandel im Unstrut-Hainich-Kreis (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)	78
Anlage 6: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Sömmerda (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen) .	79
Anlage 7: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Weimarer Land und Weimar (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)	80
Anlage 8: Projektrelevanter Einzelhandel im Saale-Holzland-Kreis und Jena (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)	81
Anlage 9: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Saalfeld-Rudolstadt (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)	82
Anlage 10: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Schmalkalden-Meiningen und Suhl (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)	83

1. Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die **Höffner Möbelgesellschaft** betreibt langjährig in Erfurt am Standort „Im Großen Felde“ ein Möbelvollsortimentshaus (Möbel Höffner), einen Möbelmitnahmemarkt (Sconto Möbel) und ein Küchenstudio (Sconto Küchenstudio). Das Höffner-Möbelhaus besitzt eine Verkaufsfläche von rd. 27.520 m². Sconto Möbel betreibt inklusive des Sconto-Küchenstudios eine Verkaufsfläche von rd. 7.310 m². Die aktuelle Fläche von rd. 34.830 m² ist über einen B-Plan¹ abgedeckt, in dem eine Gesamtverkaufsfläche von maximal 35.000 m² festgesetzt ist.

Abbildung 1: Objektsituation am Projektstandort



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Zuge einer Umstrukturierung soll die Verkaufsfläche des Höffner Möbelhauses um rd. 14.170 m² auf 41.690 m² erhöht werden. Die Flächenerweiterung des Höffner-Hauses erfolgt über einen mehrgeschossigen Anbau an der Westfassade des Möbelhauses, wo eine Vorhaltefläche für Stellplätze überbaut werden soll. Der Sconto-Mitnahmemarkt soll durch die Hinzunahme des derzeitigen (räumlich getrennt liegenden) Küchenstudios an seinem Standort erweitert werden. Es sind der Abbruch des bestehenden Küchenstudios und die bauliche Erweiterung des Sconto-Marktes in nördlicher und östlicher Richtung geplant. Da die Verkaufsfläche von Sconto Möbel mit rd. 7.310 m² (inkl. Küchenstudio) gleich bleibt, ergibt sich eine **prospektive Gesamtverkaufsfläche** beider Häuser von insgesamt rd. 49.000 m².

Die nötige Umstrukturierung bzw. die Flächenerweiterung des Höffner-Möbelhauses ist insbesondere durch ein verändertes Kundenverhalten und die dynamische Entwicklung im Möbelhandel² bedingt. Dies wird u.a. durch folgende Markttrends unterlegt:

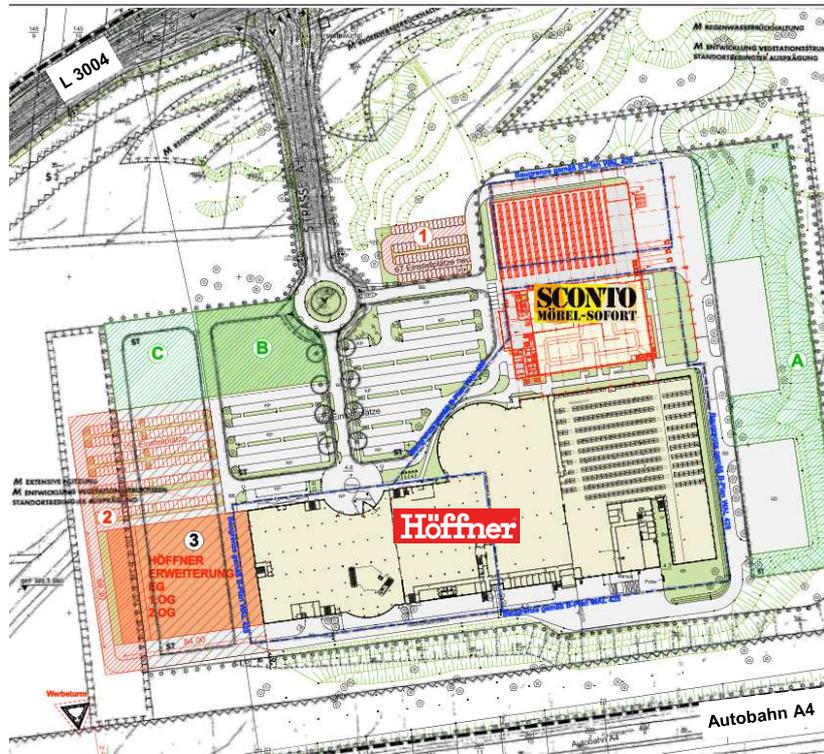
- Kunden erwarten eine hohe Auswahlbreite und -tiefe des Möbelkernsortimentes, alle Waren sollen sichtbar präsentiert werden,
- Spezialsortimente (bspw. „Junges Wohnen“, Küchen [inkl. Einbaugeräte], Büromöbel) müssen flächenseitig umfassend präsentiert werden, auch um gegenüber dem Online-Handel wettbewerbsfähig zu sein,
- die Präsentation (insbesondere in Wohnkojen) der Ausstellung muss optisch ansprechend und großzügig erfolgen (Erlebniseinkauf),
- es werden breite und übersichtliche Lauf- und Zugangswege in einem Möbelhaus erwartet.

1 vgl. Stadt Erfurt, Bebauungsplan „Im Grossen Felde – WAL 428“, genehmigt am 15.03.2002.

2 Der Trend zu einer vergrößerten Verkaufsfläche wird im Möbelhandel bundesweit sichtbar. Im Jahr 1995 verfügten die Top 30-Möbelhäuser in Deutschland im Schnitt über eine durchschnittliche Verkaufsfläche von ca. 35.000 m² je Möbelhaus. Im Jahr 2005 stieg dieser Wert auf ca. 47.000 m² und im Jahr 2013 auf ca. 51.000 m² je Möbelhaus.
 Quelle: möbel kultur 02/2014.

Die folgende Projektskizze stellt die räumliche Lage des Planvorhabens am Standort „Im Großen Felde“ im südlichen Stadtgebiet von Erfurt dar.

Abbildung 2: Lageskizze des Vorhabenstandortes „Im Großen Felde“ in Erfurt



Projektunterlagen: beier baudesign
Kartengrundlage: openstreetmap.de

Den Schwerpunkt im **Sortimentskonzept** bildet das Möbelsegment, für das eine Verkaufsfläche von rd. 43.500 m² vorgesehen ist, gleichbedeutend ca. 89 % der Gesamtverkaufsfläche beider Häuser. Bei den sonstigen Sortimenten dominieren mit jeweils knapp 4 % der Verkaufsfläche die Randsortimentsabteilungen für Haushaltswaren und für Elektroartikel.

Folgende Tabelle stellt überblicksartig die geplante Sortimentsstruktur der beiden Möbelhäuser dar.

Tabelle 1: Sortimentskonzept der beiden Möbelhäuser Höffner und Sconto

	Höffner	Sconto	Summe
	m ²	m ²	m ²
Möbel (inkl. Küchen/Bettwaren/Matratzen)	36.990	6.510	43.500
Haushaltswaren/Glas/Porzellan/Keramik/Bilder/Geschenkartikel	1.790	150	1.940
Elektrokleingeräte/-großgeräte/Leuchten	1.460	300	1.760
Heimtextilien (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche/ Gardinen)	650	200	850
Teppiche/Bodenbeläge/Auslegware	800	150	950
Gesamt	41.690	7.310	49.000

Quelle: Angaben Höffner Möbelgesellschaft

Die Weiterentwicklung der Verkaufsfläche soll über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan abgedeckt werden, um so die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Umsetzung des Vorhabens zu schaffen. Das Projektareal soll als **Sondergebiet Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO** ausgewiesen werden.

Ein Aufstellungsbeschluss des Erfurter Stadtrates wurde bereits gefasst.³ Mit dem vorhabenbezogenen Bebauungsplan WAL 678 sollen folgende Planziele erreicht werden:

- Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen zur Erweiterung der zulässigen Gesamtverkaufsfläche von 35.000 m² auf 49.000 m² Gesamtverkaufsfläche,
- Sicherung einer Gesamtobergrenze von 2.300 m² Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente.

In Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente ist an dieser Stelle zu konstatieren, dass diese seitens des Vorhabenträgers mit 3.050 m² geplant sind und somit oberhalb der im Aufstellungsbeschluss definierten Schwelle von 2.300 m² liegen werden. Dies resultiert aus der Tatsache, da bei der damaligen Festsetzung im B-Plan 428⁴ im Jahr 2002 das Sortiment Gardinen als sog. nicht-zentrenrelevantes Sortiment eingestuft wurde und das Sortiment Heimtextilien überhaupt nicht aufgeführt wurde. Die zu einem späteren Zeitpunkt erstellte Erfurter Sortimentsliste im Einzelhandelskonzept 2009 und auch im aktuellen Einzelhandelskonzept 2016 (Entwurf)⁵ hat diese Sortimente jedoch als sog. zentrenrelevante Sortimente eingruppiert.

In der folgenden Tabelle wird deutlich, dass bei einer aktuellen Einstufung des Sortimentes auf Grundlage des Erfurter Zentrenkonzeptes die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente abweicht, da gemäß den damaligen Festsetzungen im B-Plan 428 lediglich die Sortimente Glas, Porzellan, Bilder, Haushaltwaren, Geschenkartikel und Elektrokleingeräte als sog. zentrenrelevante Sortimente definiert wurden.

Tabelle 2: IST-Fläche der Höffner-Möbelhäuser - Einteilung nach Zentrenrelevanz 2002 / 2016

	2002 ⁶		B-Plan 2002		2016 ⁷	
	zentren-relevant		zentren-relevant		zentren-relevant	nicht-zentren-relevant
	m ²	m ²	m ²	m ²	m ²	m ²
Möbel (inkl. Küchen/ Büromöbel/ Bettwaren/ Matratzen)		29.860				29.860
Haushaltwaren, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Bilder/ Geschenkartikel	1.700				1.700	
Elektrokleingeräte	200				200	
Elektrogroßgeräte		230				230
Leuchten/ Lampen/ Leuchtmittel		1.180				1.180
Heimtextilien (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche/ Gardinen)		750			750	
Teppiche/ Bodenbeläge/ Auslegware		910				910
Summe	1.900	32.930	1.900		2.650	32.180
Gesamt-Verkaufsfläche		34.830		35.000		34.830

Quelle: Angaben Höffner Möbelgesellschaft

Auf Grundlage der Sortimentsfestlegungen in dem aktuellen Zentrenkonzept der Stadt Erfurt ist festzustellen, dass die zentrenrelevanten Sortimente – auf Basis der jetzigen Einstufung – rund 2.650 m² einnehmen und somit mit rd. 750 m² über den Festsetzungen des B-Plans aus dem Jahr 2002 liegen. Demnach erhöht

3 Der Aufstellungsbeschluss für den vorhabenbezogenen Bebauungsplan WAL678 „Waltersleben – Höffner“ wurde durch den Erfurter Stadtrat am 16.12.2015 gefasst.

4 vgl. Stadt Erfurt, Bebauungsplan „Im Grossen Felde – WAL 428“, Teil B, Pkt. 1.1.1 zulässige Arten von Nutzungen.

5 vgl. Junker & Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009 (Junker & Kruse), Tab. 8 / Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 für die Landeshauptstadt Erfurt (Entwurf), Tab. 15.

6 vgl. Stadt Erfurt, Bebauungsplan „Im Grossen Felde – WAL 428“, Teil B, Pkt. 1.1.1 zulässige Arten von Nutzungen.

7 Einteilung zentren-/ nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß Erfurter Zentrenkonzept 2016.

sich laut der aktuellen Sortimentseinstufung i.S.d. Erfurter Einzelhandelskonzeptes 2016 auch die Verkaufsfläche der neu geplanten zentrenrelevanten Sortimente im Gegensatz zu dem Aufstellungsbeschluss (2.300 m²) um 750 m² auf dann 3.050 m².

Tabelle 3: Veränderung des Sortimentskonzeptes auf Basis der Einstufung der IST-Flächen

	IST (gemäß Tab. 2)		PLAN (gemäß Tab. 1)		Veränderung	
	zentren-relevant	nicht-zentren-relevant	zentren-relevant	nicht-zentren-relevant	davon zentren-relevant	
	m ²	m ²	m ²	m ²	m ²	m ²
Möbel (inkl. Küchen/ Büromöbel/ Betten/ Matratzen)		29.860		43.500	13.640	
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Bilder/ Geschenkartikel	1.700		1.940		240	+240
Elektrokleingeräte	200		260		60	+60
Elektrogroßgeräte		230		250	20	
Leuchten/ Lampen/ Leuchtmittel		1.180		1.250	70	
Heimtextilien (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche/ Gardinen)	750		850		100	+100
Teppiche/ Bodenbeläge/ Auslegware		910		950	40	
Summe	2.650	32.180	3.050	45.950	14.170	+400
Gesamt-Verkaufsfläche		34.830		49.000		

Quelle: Angaben Höffner Möbelgesellschaft

Unter Berücksichtigung der bestehenden Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente ist mit der Umstrukturierung eine Erhöhung der Verkaufsfläche für diese Sortimentsgruppe gegenüber dem tatsächlichen Bestand um rd. 400 m² geplant. Die Erhöhung der Gesamtverkaufsfläche soll um rd. 14.170 m² erfolgen.

Für die Schaffung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen werden eine Analyse und die Bewertung möglicher Auswirkungen der Ansiedlung zur Abwägung im B-Planverfahren benötigt. In dem zu erstellenden Gutachten ist demzufolge aufzuzeigen, inwieweit Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in anderen Gemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind.

Bei einer Sondergebietsausweisung sind die Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung zu beachten. Die relevanten Ziele/ Grundsätze sind im **Landesentwicklungsprogramm** des Freistaates Thüringen⁸ und im nachgeordneten Regionalplan Mittelthüringen⁹ verbindlich geregelt und werden im Rahmen der Auswirkungsanalyse bewertet. Ferner erfolgt eine Kompatibilitätsprüfung des Vorhabens mit dem **Erfurter Zentrenkonzept**¹⁰ und dem **Regionalen Einzelhandelskonzept**¹¹ der Region Mittelthüringen.

Nachstehend werden die Ergebnisse der durchgeführten Untersuchung beschrieben.

8 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025.

9 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Regionalplan Mittelthüringen 2011.

10 Junker und Kruse (Dortmund), Landeshauptstadt Erfurt, Einzelhandels- und Zentrenkonzept, 18. Februar 2009.

11 Dr. Donato Acocella, Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen, 12. September 2014.

1.2. Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf **Vor-Ort-Recherchen** im gesamten Einzugsgebiet der Zonen I und II des projektierten Vorhabens. In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen durchgeführt bzw. Quellen verwendet:

- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes „Im Großen Felde“,
- Erhebung der projektrelevanten Sortimente im Kerneinzugsgebiet der beiden Möbelhäuser, Differenzierung der erhobenen Betriebe nach zentralen Versorgungsbereichen, Nahversorgungslagen bzw. sonstigen Lagen,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u.a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Städte, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien (z.B. aktuelle Einwohnerzahlen des Statistischen Landesamtes, Kaufkraftkennziffern, sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben etc.).

Die Untersuchung basiert auf einer **Markt- und Standortanalyse**, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Bewertung der makro- und mikroräumlichen Standortsituation,
- Ermittlung des Einzugsgebiets des Planvorhabens (unter Berücksichtigung des aktuellen Einzugsbereiches von Möbel Höffner) und Berechnung des Nachfragevolumens,
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum unter quantitativen und qualitativen Aspekten.

Darauf aufbauend werden folgende gutachterliche Bewertungsschritte im Rahmen der Auswirkungsanalyse vorgenommen:

- Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen,
- Prüfung der landesplanerischen Rahmenbedingungen und der Aussagen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes.

In Anlehnung an die wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"¹²) werden die derzeitigen und durch das Planvorhaben beeinflussten **zukünftigen Kaufkraftbewegungen** für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen prognostiziert.

Dabei werden folgende Faktoren berücksichtigt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten.
- Einwohnerzahlen im Untersuchungsgebiet.
- Einzelhandelsrelevantes und sortimentspezifisches Kaufkraftniveau der Kommunen im Untersuchungsgebiet.
- Attraktivität der überörtlich relevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet, ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur und die Erreichbarkeit.
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen: Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (v.a. Lebensmittel, Getränke) das Kri-

terium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des längerfristigen oder gehobenen Bedarfes (z.B. Oberbekleidung, Schuhe, Elektrogeräte, Möbel) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

Die Modellberechnung ermittelt für jeden der betrachteten Wohnortbereiche im Einzugsgebiet die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Konsument die relevanten Einkaufsziele in seiner Umgebung aufsucht bzw. welche Verteilung seiner Ausgaben für die betrachteten Sortimente auf die verschiedenen Einkaufsorte zu erwarten ist. Je nach Entfernung der potenziellen Einkaufsorte zu seinem Wohnort und in Abhängigkeit von deren Attraktivität wird der Kunde möglicherweise an einem Standort einen Großteil seines Budgets ausgeben oder aber es auf mehrere Standorte aufteilen. Werden die einem Einkaufsstandort aus allen Wohnortbereichen potenziell zufließenden Budgetanteile zusammengezählt, ergibt sich der insgesamt dort zu erwartende Umsatz.

In einem zweiten Schritt wird die modellhaft abgebildete Realität der Möbelbranche in dem Untersuchungsgebiet der Situation nach Umstrukturierung der beiden Höffner-Möbelhäuser gegenübergestellt. Die sonstigen Rahmenbedingungen werden als unverändert betrachtet, um den Effekt der Wettbewerbsbeeinflussung durch das Planvorhaben isoliert bewerten zu können. Selbstverständlich muss in der Realität im Lauf der Zeit auch mit Reaktionen der Marktteilnehmer und mit Änderungen sonstiger Rahmenbedingungen (Einwohnerzahlen, Kaufkraftniveau, Konsumentenverhalten, Bereitschaft zur Raumüberwindung etc.) gerechnet werden.

Bei Gegenüberstellung der Situation vor und nach Realisierung des Planvorhabens ergibt sich für jede Relation zwischen Wohnortbereichen (Kaufkrafttherkunft) und Einkaufszielen (Kaufkraftbindung) eine Aussage zu möglichen Veränderungen. Je stärker die beiden Höffner-Möbelhäuser Kaufkraft auf sich ziehen können, die zuvor bestehenden Einkaufszielen zugeflossen ist, desto stärker sind Letztere absolut und relativ von der „Umsatzumverteilung“ betroffen.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in unzähligen Praxissituationen im Rahmen der Erstellung von Auswirkungsanalyse erprobt, sodass es zur Abschätzung der monetären Auswirkungen auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation geeignet ist.

2. Makrostandort Erfurt

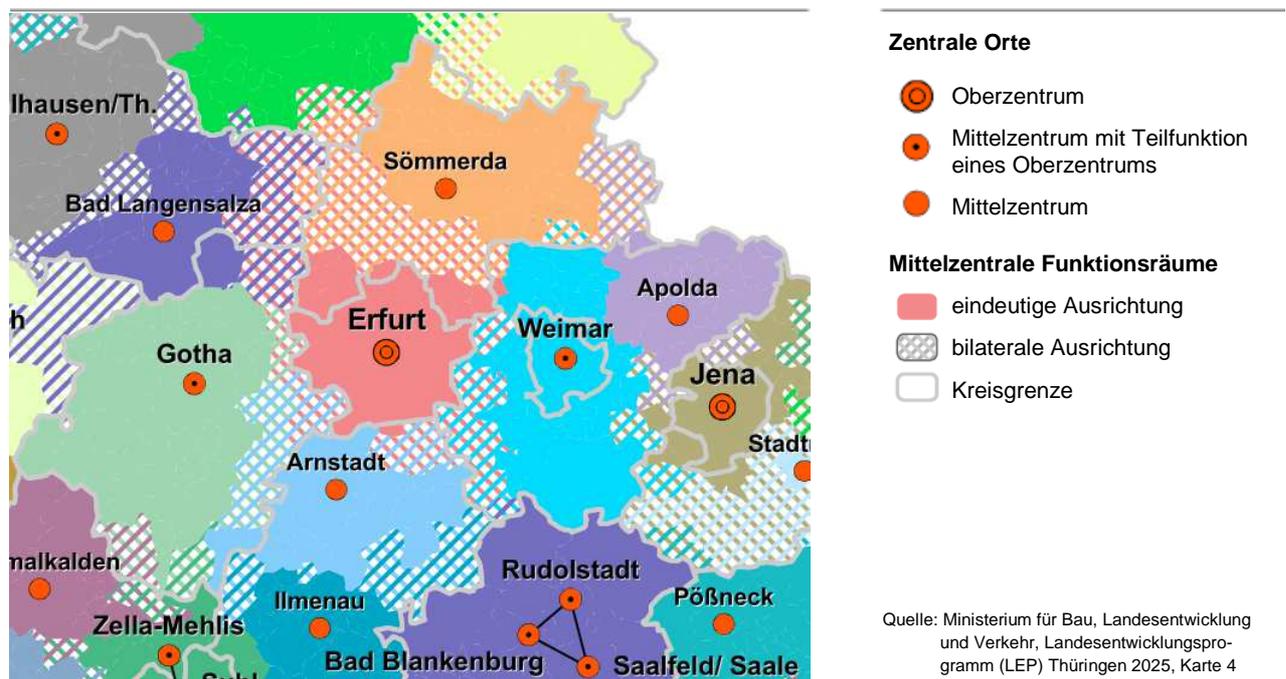
Im Folgenden werden ausgewählte einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind.

Die Landeshauptstadt Erfurt ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im zentralen Teil des Freistaates Thüringen verortet und grenzt an die Landkreise Gotha, Sömmerda, Weimarer Land und den ILM-Kreis. Erfurt besitzt eine wichtige Bedeutung als Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur- und Bildungsstandort und verfügt über eine überregionale Ausstrahlung.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Erfurt ist durch die direkte Lage an den Autobahnen A4 und A71 als sehr gut zu bewerten. Weiterhin verläuft die Trassierung zweier Bundesstraßen (B4 / B7) durch Erfurt, die eine gute infrastrukturelle Anbindung und schnelle Erreichbarkeit aus dem regionalen Umfeld ermöglichen. Neben den genannten Straßenverbindungen ist Erfurt durch zahlreiche Landes- und Kreisstraßen mit den umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Orten vernetzt. Bezüglich der Bündelung der beschriebenen Straßenverbindungen stellt die Landeshauptstadt einen wichtigen regionalen Verkehrsknotenpunkt in Thüringen dar.

Erfurt wird in der **Landesplanung** neben Jena und Gera als Oberzentrum ausgewiesen.¹³ In den Oberzentren sollen dabei hochwertige Funktionen der Daseinsvorsorge mit landesweiter Bedeutung konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die zentrale Einzelhandelsfunktion zählt.¹⁴ Im landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich von Erfurt, für welchen die Landeshauptstadt eine Versorgungsfunktion besitzt, leben rd. 239.100 Einwohner.¹⁵

Karte 1: Raumstruktur Mittelthüringen (Ausschnitt)



Die Landeshauptstadt Erfurt ist mit aktuell rd. 210.000 Einwohnern mit deutlichem Abstand vor Jena (ca. 109.500 Ew.) und vor Gera (ca. 96.000 Ew.) die größte Stadt Thüringens. Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in den letzten zehn Jahren mit einem Wachstum von 3,6 % positiv und hat sich somit von dem lan-

13 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.5.

14 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, G 2.2.6.

15 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Tab. 3.

desweit rückläufigen Trend (-7,0 %) und auch von dem Rückgang in den umliegenden Landkreisen¹⁶ abgekoppelt.

Tabelle 4: Bevölkerungsentwicklung Erfurt im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2005	2015		2025		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Erfurt	202.844	210.118	3,6	219.238	4,3	
Freistaat Thüringen	2.334.575	2.170.714	-7,0	2.024.365	-6,7	

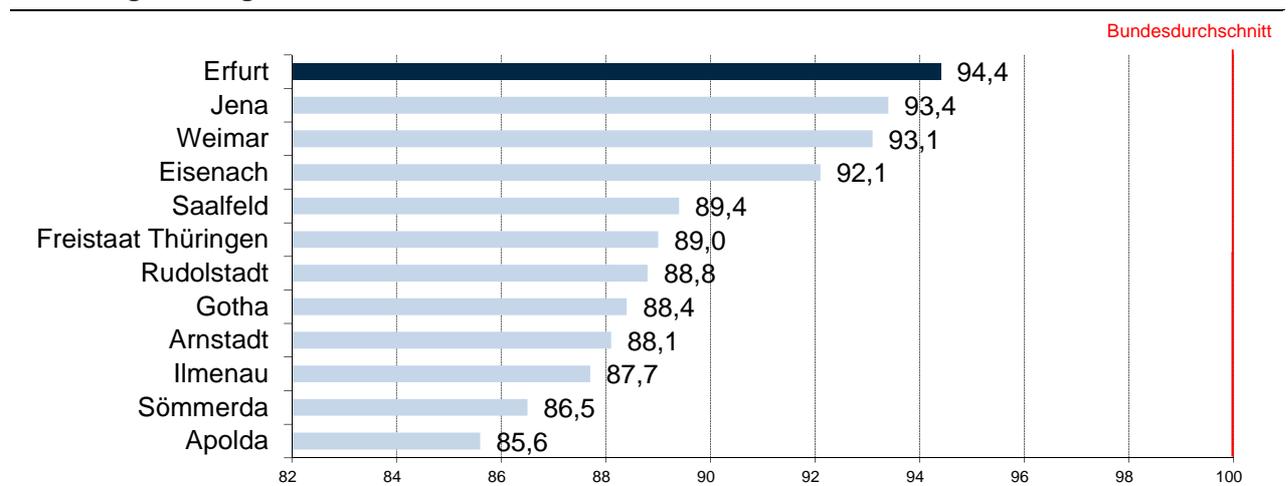
Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2005/2015; 1. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung

Auf Basis von Vorausberechnungen des Statistischen Landesamts wird die **prognostizierte Einwohnerzahl** der Landeshauptstadt Erfurt im Jahr 2025 bei ca. 219.200 Personen (+4,3 %), im Jahr 2030 bei ca. 223.100 Personen (+6,2 %) liegen. Die Bevölkerungsprognose für Thüringen weist bis zum Jahr 2025 einen Rückgang von knapp -7 % aus, sodass sich die Einwohnerzahl von Erfurt konträr zum landesweiten Trend entwickeln wird. Auf Grundlage der weiter ansteigenden Bevölkerung wird sich demnach das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial in der Landeshauptstadt erhöhen.

Die **Pendler** stellen ein mögliches Potenzial für den Einzelhandel dar, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg bzw. am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem positiven Pendlersaldo von 26.199 Personen¹⁷ besitzt Erfurt deutlich mehr Ein- als Auspendler, was die Position der Stadt als zentralen Wirtschafts- und Arbeitsplatzstandort verdeutlicht. Somit sind auf Grund der hohen Arbeitsplatzzentralität zusätzliche Kaufkraftpotenziale für die Landeshauptstadt zu erwarten.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. Region das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug von einzelhandelsfremden Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel (inkl. Versand-/ Online-Handel) am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015

16 In den umliegenden Landkreisen Gotha (-4,1 %), Sömmerda (-8,2 %), Weimarer Land (-7,0 %) und im Ilm-Kreis (-6,3 %) waren in den letzten zehn Jahren jeweils Bevölkerungsrückgänge zu verzeichnen.

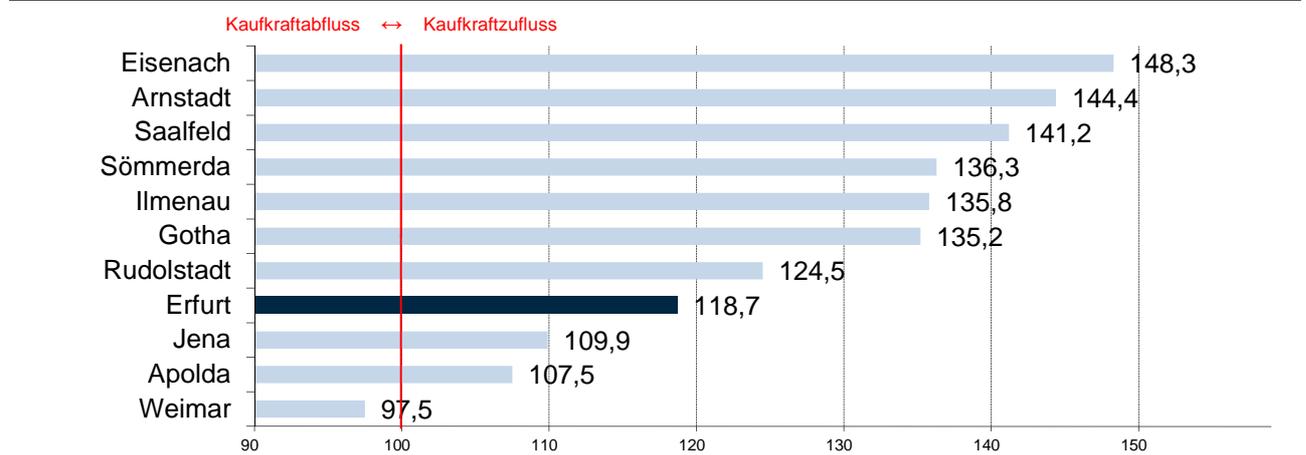
17 Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2015.

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Erfurt liegt mit 94,4 deutlich über dem landesweiten Durchschnittswert (89,0). Im Vergleich mit weiteren größeren Städten im regionalen Umfeld nimmt Erfurt einen Spitzenplatz ein. Im nationalen Vergleich besitzt Erfurt – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine geringere Kaufkraft und liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0).

Die Landeshauptstadt Erfurt nimmt im landesweiten Kontext die führende Stellung in Bezug auf den generierten **Einzelhandelsumsatz** ein. Mit einem Jahresumsatz von 1.336,5 Mio. EUR¹⁸ bindet die Stadt im kommunalen Vergleich mit deutlichem Abstand den höchsten Umsatz in Thüringen. Erfurt nimmt einen Umsatzanteil von knapp 13 % der im Freistaat Thüringen generierten Handelsumsätze ein und stellt somit den lokalen Einzelhandelschwerpunkt dar. Mit deutlich niedrigeren gesamtstädtischen Erlösen folgen die beiden Oberzentren Gera (645,4 Mio. EUR) und Jena (644,2 Mio. EUR).

Die **Einzelhandelszentralität**¹⁹ stellt die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft dar. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität eines Ortes.²⁰

Abbildung 4: Ausgewählte Zentralitätskennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2015²¹

Die Zentralitätskennziffer von Erfurt liegt bei rd. 119 und weist somit per Saldo einen Umsatzzufluss aus. Dies ist aus Sicht des örtlichen Einzelhandels positiv einzuschätzen, da per Saldo Kaufkraft nach Erfurt fließt. Folglich versorgt der lokale Einzelhandel einen Teil seines Umlands mit.

18 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsumsatz 2015.

19 Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

20 Eine Zentralität von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo ein Umsatzabfluss.

21 Anmerkung: Die ausgewählten Zentralitätskennziffern dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

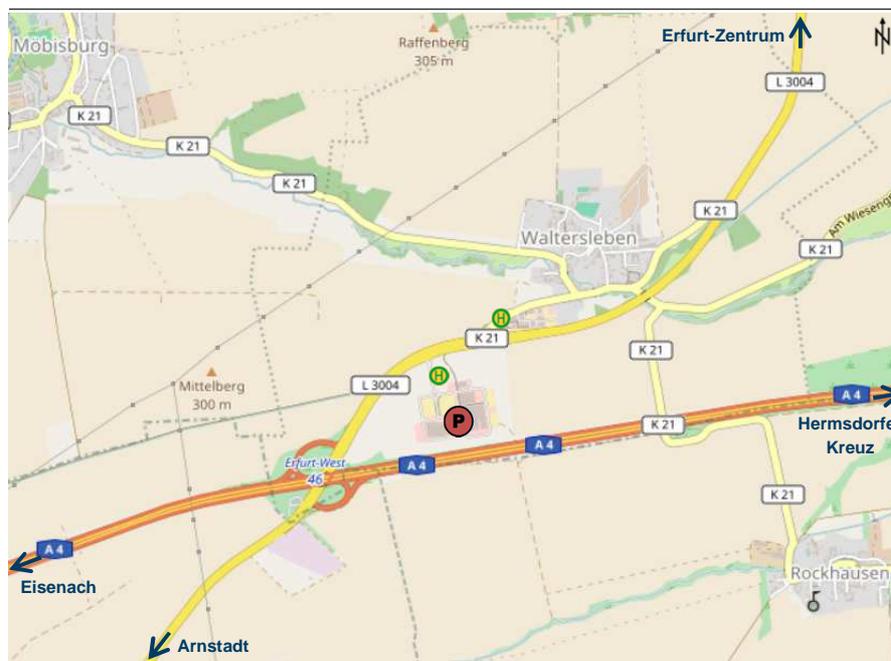
3. Mikrostandort

Neben der Betrachtung des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse einen Teil der Standortbewertung dar. Hierbei werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist auch für die Abgrenzung des Einzugsgebiets von Relevanz.

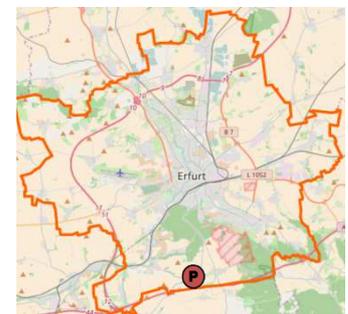
Der **Projektstandort** ist in exponierter Lage im südlichen Bereich des Erfurter Stadtgebiets im Stadtteil Waltersleben verortet. Der Standort liegt direkt an der Gemarkungsgrenze von Erfurt zwischen der Landesstraße L 3004 und der Autobahn A 4. Die Möbelhäuser befinden sich rd. 800 m südwestlich des Kernortes Waltersleben.

Das direkte Umfeld der Möbelhäuser ist jeweils durch den Übergang zur offenen Landschaft geprägt, da sich im Umkreis Grünflächen bzw. landwirtschaftliche Nutzflächen befinden. Im Fazit ist der Standort in einer dezentralen bzw. autokundenorientierten Lage verortet, was auf Grund des geführten Kernsortiments als standortgerecht einzustufen ist. Es handelt sich demnach um einen städtebaulich nicht-integrierten Standort.

Karte 2: Skizzierung Mikrostandort „Im Großen Felde“



Projektstandort



Kartengrundlage: openstreetmap.de
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Der Projektstandort ist durch eine sehr gute **verkehrliche Erreichbarkeit** gekennzeichnet, da dieser unmittelbar von der Autobahn A 4 über eine nahegelegene Anschlussstelle („Erfurt West“) angefahren werden kann. Ferner besteht eine Sichtachse von den Möbelhäusern zum Straßenverlauf der Autobahn, sodass der Standort – trotz des bestehenden Grünstreifens – eine optimale werbliche Darstellung auf den vorbeilaufenden Autobahnverkehr erzielen kann.

Die nördlich des Standortes befindliche Landesstraße L 3004 – die teilweise vierspurig ausgebaut ist – stellt eine leistungsfähige und direkte Anbindung an die Erfurter Kernstadt und nach Arnstadt dar. Somit ist eine zügige Erreichbarkeit des Standortes insbesondere für die Bewohner dieser beiden Städte möglich. Zusammenfassend ist der Standort durch eine optimale Anfahrbarkeit aus seinem näheren und auch aus seinem weiteren Umfeld geprägt.

Die An- und Abfahrt auf die gut einsehbare **Parkplatzanlage** der Möbelhäuser erfolgt über eine ampelgeregelte Zufahrt von der Landesstraße L 3004 in die Zufahrtsstraße „Im Großen Felde“ (vgl. auch Abb. 1). Nach einem bestehenden Verkehrskreisel erfolgt die Verteilung des Einfahrtverkehrs auf die beidseitig der

Zufahrtsstraße befindlichen Stellplatzflächen. Vor den beiden L-förmig angeordneten Möbelhäusern sind rd. 550 betriebseigene PKW-Abstellplätze geplant, sodass mit rd. 90 m² Verkaufsfläche pro Stellplatz auch nach der Erweiterung ausreichende Parkmöglichkeiten für den motorisierten Individualverkehr (MIV) bestehen.²²

Der Projektstandort besitzt eine direkte **ÖPNV-Anbindung**. An der Zufahrtsstraße „Im Großen Felde“ liegt eine Bushaltestelle („Höffner Möbelhaus“), die von dem Regionalbus Arnstadt (RBA) während der Hauptverkehrszeiten in einer ortsüblichen Taktung²³ bedient wird. Das Möbelhaus Höffner liegt an der Busstrecke Erfurt – Arnstadt, sodass die ÖPNV-Erreichbarkeit aus beiden Orten gewährleistet ist.

Der Ortsteil Waltersleben ist zudem an den Stadtbusverkehr angeschlossen, sodass die Möbelhäuser auch mit dem Erfurter Linienverkehr anfahrbar sind. Die nächstliegende Haltestelle („Büropark Waltersleben“) ist rd. 500 m entfernt und wird während der Hauptverkehrszeiten stündlich angefahren. Die fußläufige Erreichbarkeit von dieser Haltestelle ist über einen ampelgeregelten Überweg über die L 3004 und einen sich anschließenden Fußweg zu den Möbelhäusern möglich.

22 Auf Grundlage von Erfahrungswerten der BBE liegt das Verhältnis von Verkaufsfläche pro Kundenparkplatz bei Möbelhäusern bei ca. 40 bis 50 m² VK je Abstellplatz. Da im vorliegenden Fall die beiden Möbelhäuser eine gemeinschaftliche Parkplatzanlage nutzen, ist der Ausstattungsgrad von rd. 90 m² VK je Stellplatz als ausreichend zu bewerten. Naturgemäß weichen die Vergleichswerte je nach Standortqualität, Konzept, Lage etc. ab.

23 Die Haltestelle wird teilweise bis zu 2x stündlich angefahren, sodass ein qualifizierter ÖPNV-Anschluss vorhanden ist.

4. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

4.1. Einzugsgebiet des Projektvorhabens

Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Projektstandort auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert verhalten und zur Deckung der Nachfrage – gerade bei langlebigen Einzelhandelsgütern – auch verstärkt konkurrierende Einzelhandelslagen aufsuchen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** sind vor allem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Ergebnisse einer regelmäßigen Kundenherkunftsanalyse der bestehenden Höffner-Möbelhäuser,²⁴
- die Fristigkeit der Nachfrage nach Möbeln bzw. langfristigen Bedarfsgütern und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,²⁵
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und die Verkehrsanbindung des Standortes,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung, die Strahlkraft von Erfurt als Einkaufsstadt, bestehende Pendlerbeziehungen bzw. die Arbeitsplatzzentralität von Erfurt,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Attraktivität der Möbelhäuser, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzeptes sowie mögliche Agglomerationseffekte beider Anbieter bestimmt werden und
- das bestehende und konkurrierende Einzelhandelsangebot im regionalen Umfeld von Möbel Höffner.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit insbesondere die Angebotssituation im Möbeleinzelhandel im regionalen Umfeld zu sehen. Die nachfolgend dargestellten Möbelanbieter grenzen dabei das Einzugsgebiet der beiden Höffner-Möbelhäuser an dem Projektstandort ein. Eine landesweite Skizzierung der Angebotssituation befindet sich in der Anlage 1.

In der folgenden Karte werden lediglich die relevanten Hauptwettbewerber dargestellt, d.h. vergleichbare Möbelvollsortimenter²⁶ bzw. Möbeldiscounter²⁷ (vgl. auch Merkmalsausprägung der Betriebstypen in Anla-

24 Die Kundenherkunftsanalyse wird regelmäßig durch Möbelhäuser durchgeführt. Für die Zonierung des Einzugsgebiets wurden die Herkunftsanalysen des Jahres 2015 und des 1. Halbjahres 2016 des Möbelhauses Höffner zugrunde gelegt. Der BBE Handelsberatung lagen die durchgeführten Kundenherkunftsanalysen vor, wobei eine Veröffentlichung dieser Daten aus betriebsinternen Gründen naturgemäß nicht möglich ist.

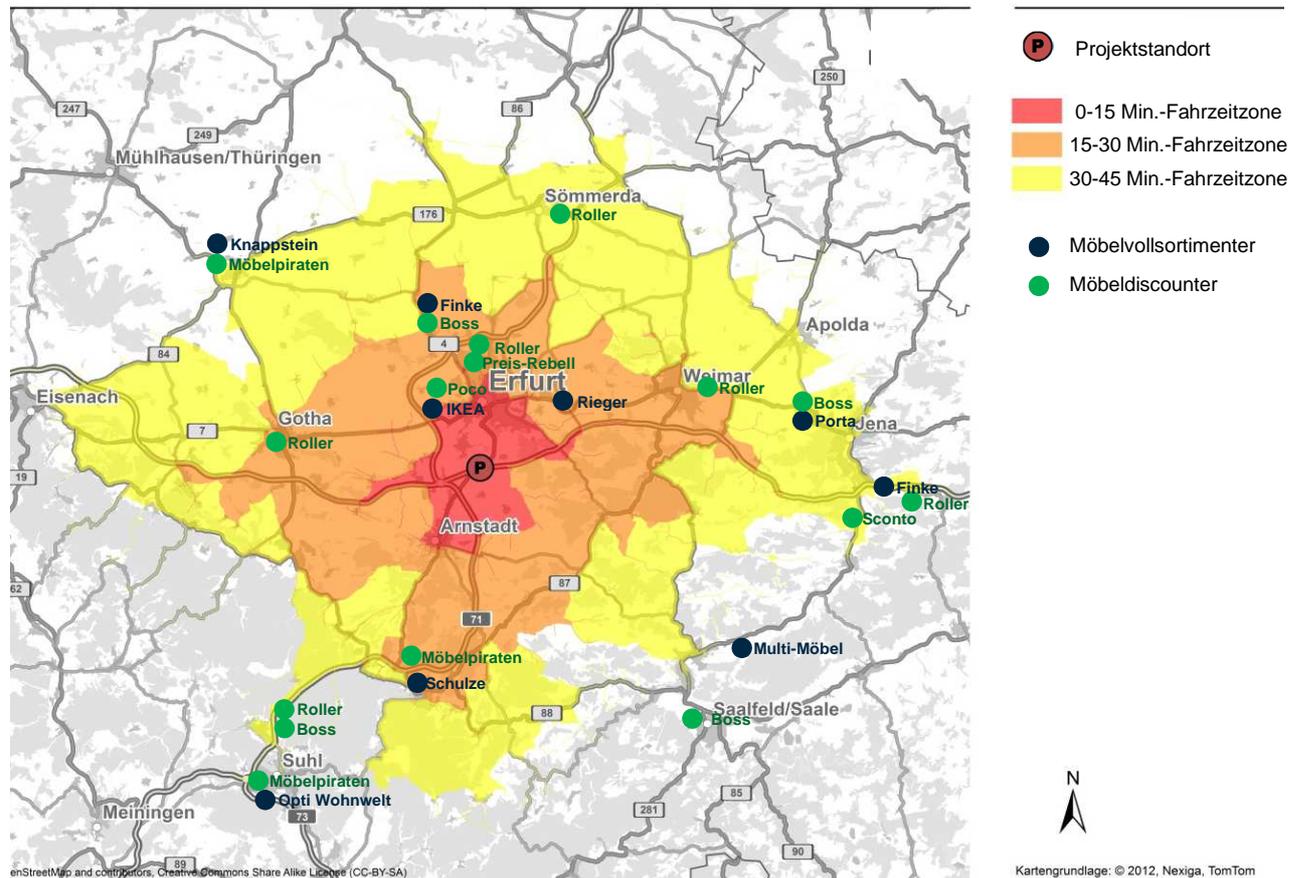
25 Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung (z.B. Lebensmittel) die Aktionsradien räumlich deutlich enger als bei Angeboten des langfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Bau- und Gartenmarktartikel, Möbel). Da die Sortimente des Möbelhauses dem langfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen sind, sind Kunden grundsätzlich bereit größere Entfernungen zum Einkauf zurückzulegen und fokussieren ihre Nachfrage stärker als bei anderen Branchen auf regional bedeutsame Standorte.

26 Als Möbelvollsortimenter bzw. auch sog. Wohnkaufhäuser werden Einrichtungshäuser (meist mehrgeschossig) verstanden, die i.d.R. verkehrlich gut erreichbar, meist an dezentralen Standorten angesiedelt sind. Sie zeigen alle Sortimentsgruppen des Wohnens und ergänzende Fachsortimente in einer großen Vielfalt. Die Möbel werden sowohl auf der Großfläche als auch – zur Orientierung und Inspiration – in ausdekorierten Kojen präsentiert. Die Einrichtungshäuser – gleich ob als singulärer Local Hero oder als Teil einer Filialkette – sind häufig im Besitz von Gründerfamilien und legen einen großen Wert auf Beratung und Service. Die Verkaufsflächen betragen bei kleineren Vollsortimentern (z.B. Porta, Finke) i.d.R. bis zu 30.000 m², bei großen Vollsortimentern bzw. sog. Wohnkaufhäusern (z.B. Höffner, XXXLutz, Segmüller) ab ca. 30.000 m².

27 Möbeldiscounter bzw. Möbelmitnahmemärkte sind i.d.R. an dezentralen Standorten (u.a. Fachmarktlagen, Gewerbegebietslagen) angesiedelt, oft auch in Nachbarschaft zur Mutterfirma. Dieser Betriebstyp bietet alle Möbelsortimentsgruppen auf einem Discountniveau an. Die Verkaufsräume haben meist bewusst den Charakter von Lagerhallen, in denen die Möbel nüchtern präsentiert werden und meist in einer imposanten Menge vorrätig sind. Das Ambiente wird von der Preisaussage bestimmt. Beratung und Service werden nur sporadisch angeboten, da der Preis im Vordergrund steht. Die Verkaufsfläche dieser Anbieter (z.B. Poco, Roller, Boss, Sconto, Möbelpiraten) liegt meist zwischen 2.000 bis 10.000 m².

ge 2). Ferner wird ebenfalls die Marktreichweite der bestehenden Möbelhäuser am Projektstandort berücksichtigt, die sich aus der Kundenherkunftsanalyse ergibt.

Karte 3: Relevante Angebotsstandorte im Umfeld und Erreichbarkeitsisochronen



Unter besonderer Berücksichtigung der vorstehenden Faktoren und auch der bestehenden Kundenverflechtungen der beiden Höffner-Möbelhäuser wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.²⁸

Im Einzugsgebiet der Zone I sind auf Grund der Nähe die intensivsten Einkaufsverflechtungen zu erwarten. Aus diesem Bereich ist der Standort von Höffner in einer kurzen Zeit- und Wegedistanz erreichbar, sodass mit einer hohen Marktdurchdringung zu rechnen ist. Der Nahbereich der Möbelhäuser umfasst insbesondere die Landeshauptstadt Erfurt und Arnstadt sowie Orte in den umliegenden Landkreisen Gotha, Weimarer Land und im Ilm-Kreis. In dem Naheinzugsgebiet leben rd. 318.000 Personen.²⁹

Das Kerneinzugsgebiet (Zone II) umfasst im Wesentlichen große Teile der umliegenden Landkreise, wobei zu den vorstehend bereits genannten Kreisen noch Bereiche der Landkreise Sömmerda, Saalfeld-Rudolstadt und Meiningen sowie des Unstrut-Hainich-Kreises hinzukommen. In diesem Gebiet liegen neben den größeren Städten wie Saalfeld, Rudolstadt, Suhl, Zella-Mehlis, Ilmenau, Gotha, Bad Langensalza, Sömmerda und Apolda auch die beiden kreisfreien Städte Weimar und Jena. Im Einzugsgebiet der Zone II wohnen aktuell rd. 672.000 Personen.

Im Ferneinzugsgebiet der beiden Möbelhäuser (Zone III) liegen die Randbereiche der vorstehend genannten Landkreise. In diesen Gebieten ist eine rückläufige Marktdurchdringung zu erwarten, da insbesondere

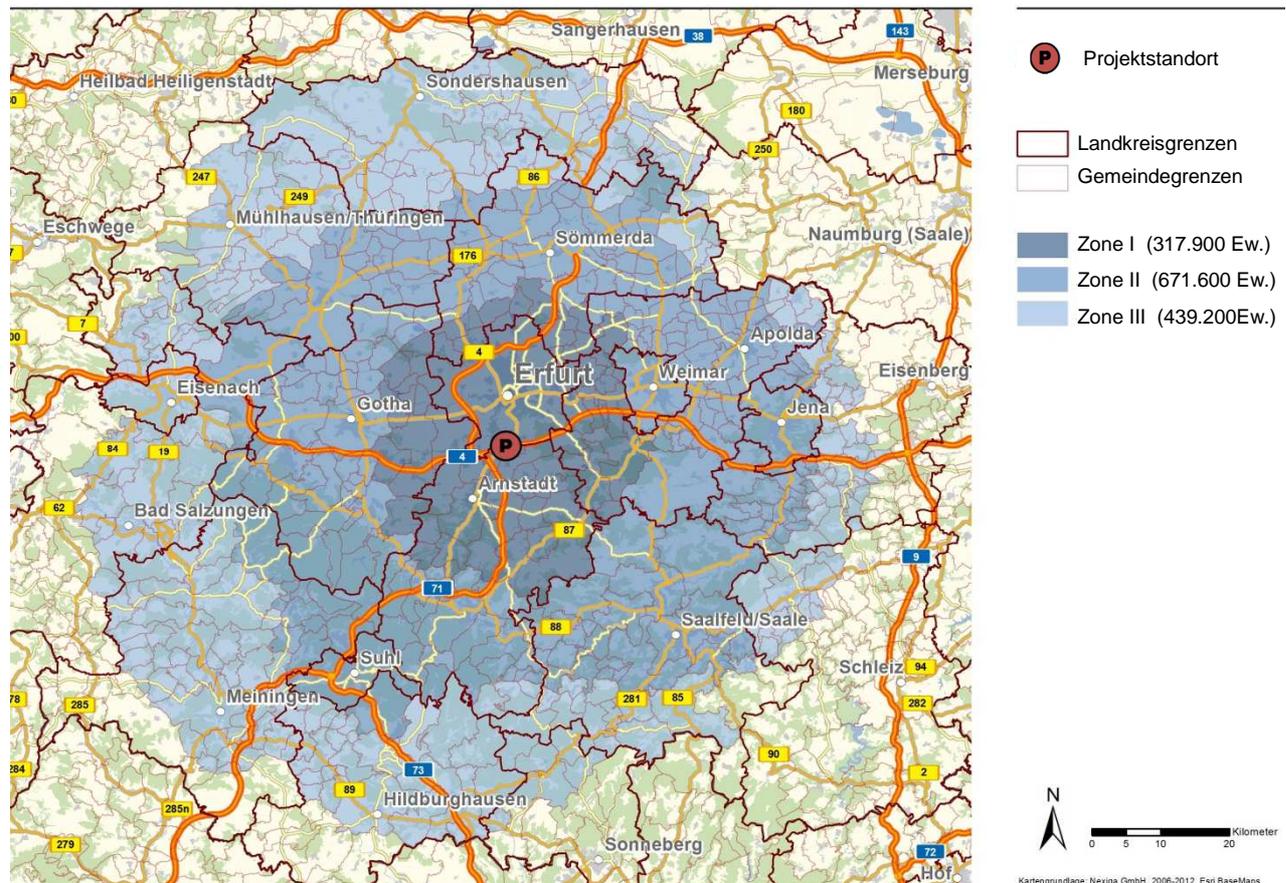
28 Dem prospektiven Einzugsgebiet werden alle Kommunen zugerechnet, in denen das Planvorhaben größere Marktanteile (Marktanteile von rd. 1 %) generieren kann. Fällt die Marktdurchdringung geringer aus, sind diese Orte nicht zum Einzugsgebiet zu zählen.

29 Bei der Einwohnerberechnung wurde auf die Bevölkerungsstatistik des Thüringer Landesamts für Statistik (31.12.2015) zurückgegriffen.

auf Grund der ansteigenden Zeit- und Wegedistanzen, aber auch durch den verstärkten Wettbewerb im weiteren Umfeld mit einer nachlassenden Bindungsintensität zu rechnen ist. Im Einzugsgebiet der Zone III wohnen ca. 439.000 Einwohner, sodass die beiden Höffner-Möbelhäuser in Summe auf ein maximales Konsumentenpotenzial von rd. 1.430.000 Personen zurückgreifen können.

Folgende Karte skizziert das prospektive Einzugsgebiet der beiden Möbelhäuser am Standort „Im Großen Felde“ in Erfurt.

Karte 4: Zonierung des Einzugsgebiets der projektrelevanten Höffner-Möbelhäuser in Erfurt



Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet der Möbelmärkte endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Insbesondere ist bezüglich der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Standortes und der hohen Strahlkraft der Möbelanbieter mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren. Diese Streuumsätze werden bereits heute generiert, wobei mit der geplanten Erweiterung von einer geringfügigen Erhöhung dieser Streukunden auszugehen ist.

Die umliegenden Gebiete außerhalb des vorstehend zonierte Einzugsbereiches sind jedoch nicht zum Marktgebiet der projektierten Möbelhäuser zu zählen, da die Verflechtungsintensität bzw. die Marktdurchdringung deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von zahlreichen Konkurrenzstandorten im weiteren Umfeld zu rechnen ist. Ferner schränken auch betriebseigene Möbelhäuser bspw. in Chemnitz, Günthersdorf (bei Leipzig) oder in Nürnberg das Marktgebiet des Erfurter Höffner-Hauses ein. Weitere Sconto-Möbelmärkte befinden sich bspw. im naheliegenden Rothenstein (bei Jena), Bennstedt (bei Halle), Göttingen, Gründau (bei Hanau) oder in Fürth.

4.2. Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für den jeweils projektrelevanten Sortimentsbereich bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, sodass nur die reinen Konsumausgaben für die vorhabenrelevante Möbelbranche bzw. die verschiedenen Einzelsortimente³⁰ angesetzt werden.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die jeweiligen lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 2). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.³¹

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet (vgl. Karte 4) multipliziert, sodass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Möbeln inklusive der geführten Randsortimente in dem gesamten Marktgebiet des Projektvorhabens errechnet.

Tabelle 5: Marktpotenzial der Möbelbranche (inkl. Randsortimente) im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchs-	sortimentsspez.	Marktpotenzial
	abs.	ausgaben p.a. EUR p.P.	Kaufkraftindex	Mio. EUR p.a.
Zone I	317.900	781	95,7	237,60
Zone II	671.600	781	89,7	470,49
Zone III	439.200	781	85,7	293,97
Summe	1.428.700			1.002,06

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2015 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung
 MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2015 für die Möbelbranche für die einzelnen Orte im Einzugsgebiet

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus der im Einzugsgebiet befindlichen Orte³² errechnet sich ein branchenbezogenes Nachfragepotenzial von rd. 1.002,0 Mio. EUR p.a. In diesem Wert sind neben dem Kernsortiment Möbel auch die einzelnen Randsortimente der beiden Möbelhäuser enthalten. Auf das Kerneinzugsgebiet (Zone I/II) entfällt mit rd. 71 % der Großteil des Kaufkraftvolumens. Die Nachfrage im Einzugsgebiet der Zone III (vgl. Karte 4) nimmt einen Anteil von rd. 29 % des Marktpotenzials ein.

30 Für die projektrelevanten Sortimente werden folgende jährliche Pro-Kopf-Ausgabe-Beträge (EUR pro Person) in Ansatz gebracht: Möbel/ Küchen: 351 EUR, Bettwaren: 45 EUR, Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Bilder/ -rahmen/ Dekorationsartikel, Geschenkartikel, kunstgewerbliche Erzeugnisse: 112 EUR, Lampen/ Leuchten/ Leuchtmittel: 40 EUR, Elektrokleingeräte: 52 EUR, Elektrogroßgeräte: 55 EUR, Teppiche/ Bodenbeläge: 80 EUR, Haus-/ Heimtextilien: 46 EUR.
 Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2015 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung.

31 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern teilweise deutlich innerhalb der einzelnen Branchen und auch von der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region ab.

32 Das Marktpotenzial wird ortsbezogen nach folgender Formel berechnet: Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer je Ort. Die berechneten Volumina stellen aggregierte Werte der einzelnen Orte im Einzugsgebiet dar.

In der nachstehend eingefügten Tabelle wird das sortimentspezifische Marktpotenzial dargestellt. Hierbei werden neben dem Kernsortiment Möbel jeweils separat die einzelnen Randsortimente ausgewiesen. Dabei wird nach den Hauptwarengruppen (vgl. Tab. 1) der beiden projektrelevanten Möbelhäuser unterschieden.

Tabelle 6: Sortimentsspezifisches Marktpotenzial im Einzugsgebiet

	Zone I	Zone II	Zone III	Summe
	Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Möbel ³³	120,48	238,56	149,05	508,09
Haushaltswaren ³⁴	34,07	67,46	42,16	143,69
Raumausstattung ³⁵	38,33	75,91	47,43	161,67
Elektrowaren ³⁶	44,72	88,56	55,33	188,61
Summe	237,60	470,49	293,97	1.002,06

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2015 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung
 MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2015 für die Möbelbranche für die einzelnen Orte im Einzugsgebiet

33 Hierunter fallen neben dem Kernsortiment Möbel auch Küchen und Bettwaren (bspw. Matratzen, Lattenroste).

34 Zur Branche Haushaltswaren zählen u.a. auch Glas/ Porzellan und Keramikartikel, Bilder/ -rahmen, Dekorationsartikel und Geschenkartikel.

35 Unter dem Oberbegriff Raumausstattung fallen Teppiche, Auslegware, Bodenbeläge und das Sortiment Haus-/ Heimtextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Dekostoffe, Gardinen).

36 Zur Branche Elektrowaren wurden Elektroklein- und -großgeräte sowie Lampen, Leuchten und Leuchtmittel gezählt.

4.3. Angebotsanalyse der projektrelevanten Branchen im Einzugsgebiet

4.3.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen der folgenden Wettbewerbsanalyse wird der Fokus zunächst auf die größeren Möbelanbieter als **Hauptwettbewerber** der beiden Höffner-Möbelhäuser gelegt. Auf Basis zahlreicher eigener empirischer Studien für den Möbeleinzelhandel kann festgestellt werden, dass abhängig von der Angebotssituation die höchsten Wettbewerbswirkungen mit systemgleichen Betrieben (d.h. mit größeren Möbel- und Einrichtungshäusern bzw. mit Möbeldiscountern) im näheren räumlichen Umfeld eintreten werden.

Abbildung 5: Beispiele für Möbelhäuser (Vollsortiment/Discounter) im Einzugsgebiet (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben den beiden vorstehend genannten Betriebstypen bestehen auch Wettbewerbsbeziehungen zu anderen Möbelanbietern. Hierzu zählen u.a. kleinere Einrichtungshäuser, Möbelfachmärkte, Küchenstudios, Matratzenstudios oder Spezialanbieter.

Abbildung 6: Beispiele für Spezialanbieter im Einzugsgebiet (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Die größte Marktbedeutung werden die beiden Möbelhäuser innerhalb des **Kerneinzugsgebiets** (Zone I/II) entfalten, während für den weiteren Umlandbereich nur deutlich geringere Marktwirkungen zu erwarten sind, die sich im Wesentlichen auf systemgleiche Anbieter beziehen. Dies wird auch in der von Möbel Höffner durchgeführten Kundenherkunftsanalyse³⁷ deutlich, da gerade in dem Einzugsgebiet der Zone III und darüber hinaus nur eine äußerst geringe Kundenbindung erreicht wird.

Die Erhebung der Betriebe und der Verkaufsfläche erfolgte in den jeweiligen Städten differenziert nach einzelnen **Lagebereichen**. So wurden das Angebot nach zentralen Versorgungsbereichen,³⁸ Nahversorgungslagen oder sonstigen Lagen (bspw. Gewerbegebietslagen, Streulagen) aufgenommen. Aufbauend

37 Sogenannte Kundenherkunftsanalysen werden regelmäßig durch Möbelhäuser durchgeführt. Für die vorliegende Untersuchung wurden die Herkunftsanalysen des Jahres 2015 und des 1. Halbjahres 2016 des Möbelhauses Höffner mit verwendet.

38 Sofern eine Stadt ein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept besitzt, wurden zentrale Versorgungsbereiche aus diesem städtebaulichen Entwicklungskonzept übernommen. Lag kein entsprechendes Konzept vor, wurde im Rahmen einer Ortsbegehung geprüft, ob faktische zentrale Versorgungsbereiche i.S.v. § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO vorhanden sind.

auf der Erhebung der relevanten Betriebe und deren Verkaufsfläche erfolgt eine betriebs- und standortbezogene Umsatzschätzung³⁹ der einzelnen Anbieter.

Neben der Erhebung der Möbelanbieter erfolgte auch eine Analyse von Handelsbetrieben, welche die relevanten **Randsortimente** des Möbelhauses führen bzw. eine maßgebliche Sortimentsüberschneidung⁴⁰ besitzen. Hierbei sind vor allem Betriebe relevant, welche die Randsortimente Haushaltswaren (inkl. Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenkartikel, Bilder/ -rahmen), Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste), Elektro- groß und -kleingeräte (inkl. Lampen/ Leuchten) und Raumausstattungsartikel (inkl. Haus-/ Heimtextilien/ Gardinen, Teppiche) führen. Dies sind insbesondere verschiedene Fachgeschäfte, aber auch Fachmärkte für Elektroartikel oder Raumausstattung, Sonderpostenmärkte oder größere Fachabteilungen von Waren- oder Kaufhäusern.

Abbildung 7: Beispiele für Anbieter mit relevanten Randsortimenten im Einzugsgebiet (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

In der Zone III des Einzugsgebiets wurden lediglich dem Projektvorhaben vergleichbare Möbelhäuser erhoben, da möglicherweise für diese Betriebe trotz der relativ großen Distanz relevante Überschneidungen der Marktgebiete eintreten können.

Für die folgende Analyse wurden im September/Oktober 2016 die projektrelevanten Verkaufsflächen mit den vorstehend genannten Umsatzschwerpunkten im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in den einzelnen Orten im Einzugsgebiet der Zone I und II aufgenommen. Bei der folgenden Angebotsanalyse werden insbesondere die höherzentralen Orte (d.h. die Ober- und Mittelzentren) einer detaillierten Untersuchung unterzogen, da hier der Großteil der projektrelevanten Anbieter verortet ist.

Nachstehend erfolgt die Beschreibung der aktuellen Angebotslage in dem betrachteten Kerneinzugsgebiet.

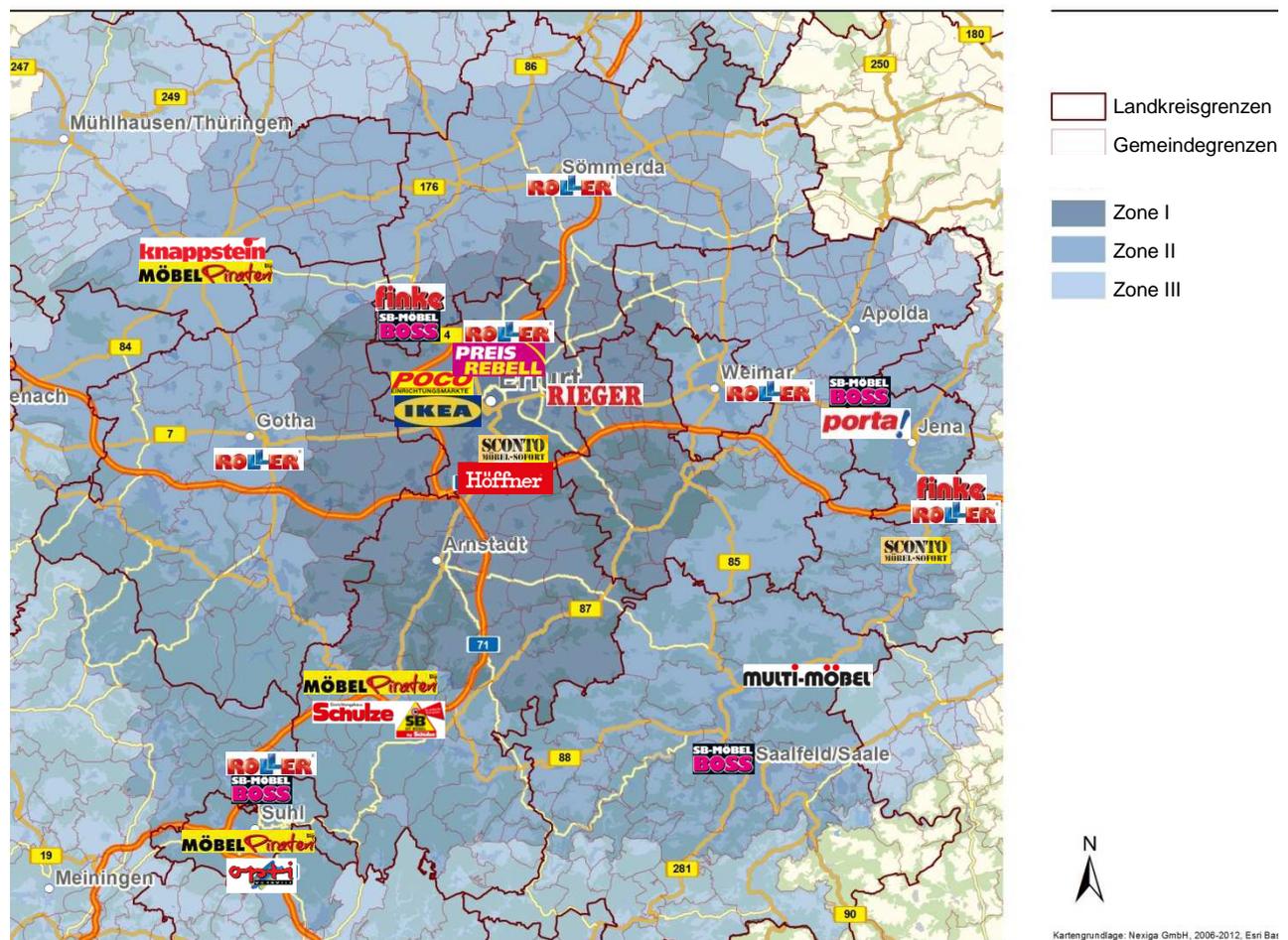
39 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Handelsbetriebes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

40 Prinzipiell wurden lediglich vergleichbare Anbieter mit einem dem Möbelhaus analogen Sortiment (auch Randsortiment) aufgenommen. Als Beispiel ist aufzuführen, dass kleinere Elektrowarenanbieter, die überwiegend Reparaturen, Service oder Dienstleistung anbieten, nicht mit als relevante Konkurrenzbetriebe zu sehen sind und nicht berücksichtigt wurden. Gleiches trifft bspw. für Geschenkartikel zu, sodass ein touristisch orientiertes Fachgeschäft nicht in einer Wettbewerbssituation zu einem Möbelhaus steht. Auf der anderen Seite ergeben sich bspw. deutlichere Angebotsüberschneidungen im Segment Haushaltswaren mit Fachabteilungen von Kaufhäusern (bspw. Karstadt), SB-Warenhäusern (bspw. Globus) oder sog. Sonderpostenmärkten.

4.3.2. Angebotsanalyse

In der nachfolgenden Karte wird die **räumliche Verteilung** der strukturprägenden Möbelanbieter in dem Untersuchungsgebiet ersichtlich. Es werden lediglich die größeren Einrichtungshäuser und die Möbeldiscounter dargestellt, die ein dem Projektvorhaben adäquates Angebot aufweisen und im Vergleich zu anderen Betreibern eine deutlich stärkere Wettbewerbsbeziehung zu den beiden projektrelevanten Höffner-Möbelhäusern besitzen.

Karte 5: Angebot strukturprägender Möbelanbieter im Kerneinzugsgebiet der Höffner-Möbelhäuser



In der Landeshauptstadt **Erfurt** ist aktuell ein Angebot im Möbeleinzelhandel von 40 Betrieben mit einer Verkaufsfläche von rd. 94.000 m² vorhanden, was einer Verkaufsflächendichte von rd. 0,45 m² Möbelverkaufsfläche je Einwohner entspricht. Das flächenseitige Angebot wird durch die beiden Vollsortimenter Möbel Höffner und Ikea geprägt, die fast die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche belegen. Beide Anbieter sind an dezentralen Standorten auf der „Grünen Wiese“ etabliert.

Das weitere Angebot umfasst verschiedene Möbeldiscounter, wobei hier mit insgesamt vier Anbietern (Preis Rebel, Möbel Roller, Poco, Sconto Möbel) eine verhältnismäßig hohe Auswahlbreite besteht. Das vorstehende Angebot wird durch drei Polstermöbelfachmärkte (Multipolster) und zwei Möbelfachmärkte (Dänisches Bettenlager) arrondiert.

Weiterhin sind in Erfurt diverse Spezialanbieter vorhanden. Hierzu zählen insbesondere die zahlreichen Küchenstudios, Matratzenfachmärkte und kleinere Spezialgeschäfte. In Summe der vorstehend genannten Anbieter ist für die Landeshauptstadt eine gute Auswahlvielfalt zu konstatieren.

Die projektrelevanten Randsortimente der Höffner-Möbelhäuser werden in zahlreichen Einzelhandelsbetrieben geführt. Hierzu zählen im Bereich Haushaltswaren vor allem verschiedene Fachgeschäfte, Haushaltswarendiscounter bzw. Sonderpostenmärkte und die Randsortimentsabteilungen von Kauf-/ Warenhäusern (bspw. Karstadt, Globus, Kaufland, real). Im Segment Elektrowaren prägen die drei Fachmärkte der Media-Saturn-Gruppe neben verschiedenen mittelständischen Handelsbetrieben das Angebot. Der Bereich Raumausstattung ist insbesondere durch drei Fachmärkte von TTM und Hammer präsent. Im Fazit ist auf Grund der kurz skizzierten Angebotsvielfalt in dem Bereich der Randsortimente ein umfängliches Angebot in Erfurt vorhanden.

Abbildung 8: Möbelanbieter in Erfurt (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Nachstehend werden die Betriebe – differenziert nach Verkaufsfläche und generiertem Umsatz – nach den einzelnen Versorgungslagen zusammenfassend dargestellt. Hierbei wird innerhalb von Erfurt nach dem Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen (zVB)⁴¹ und den sonstigen Lagen unterschieden.

Tabelle 7: Angebot in den projektrelevanten Branchen in Erfurt

	Zentrale VB ⁴²		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel ⁴³	1.210	2,25	92.960	182,05	94.170	184,30
Randsortimente:						
Haushaltswaren ⁴⁴	8.190	16,45	6.490	12,04	14.680	28,49
Raumausstattung ⁴⁵	1.320	2,57	4.740	5,78	6.060	8,35
Elektrowaren ⁴⁶	2.220	10,98	6.160	28,80	8.380	39,78

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016 / VK = Verkaufsfläche

Der Großteil der Möbelverkaufsfläche ist an Standorten außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche verortet. Dies resultiert aus den Standortpräferenzen des Möbelhandels, da meist gut erreichbare Standorte belegt werden, die eine optimale Anfahbarkeit bedingen. Ferner benötigen Möbeldändler große Flächen, die i.d.R. in Innenstädten bzw. auch in Wohnquartieren nicht verfügbar sind.

41 Die zentralen Versorgungsbereiche werden aus dem Zentrenkonzept übernommen, das derzeit in der Entwurfsfassung vorliegt. Quelle: Junker + Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 für die Landeshauptstadt Erfurt (Entwurf), Karte 7.

42 In Erfurt sind projektrelevante Angebote in den ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen Altstadt und Ilversgehoven (Magdeburger Allee) vorhanden.

43 Hierunter fallen neben dem Kernsortiment Möbel auch Küchen und Bettwaren (bspw. Matratzen, Lattenroste).

44 Zur Branche Haushaltswaren zählen auch Glas/ Porzellan/ Keramikartikel, Bilder/ -rahmen und Dekorations- und Geschenkartikel.

45 Unter den Oberbegriff Raumausstattung fallen Teppiche, Auslegware, Bodenbeläge und das Sortiment Haus- und Heimtextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Dekostoffe, Gardinen).

46 Zur Branche Elektrowaren wurden Elektroklein- und -großgeräte sowie Lampen, Leuchten und Leuchtmittel gezählt.

Südlich von Erfurt befindet sich im Ilm-Kreis die Stadt **Arnstadt**, die lediglich rd. 10 km vom Möbelhaus Höffner entfernt ist. In der Möbelbranche sind mit einem attraktiven Möbelhaus (Kieppe) und einem Möbel-fachmarkt (Dänisches Bettenlager) lediglich zwei größere Möbelanbieter vorhanden. Dieses Angebot wird durch zahlreiche kleinere Betriebe (u.a. Küchenstudios, Matratzenstudio, Mitnahmемärkte) arrondiert, so-dass – für die Größe der Stadt – ein durchschnittlich attraktives Angebot vorgehalten wird. In Summe wird in Arnstadt für die rd. 24.500 Einwohner eine Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,30 m² Möbelverkaufs-fläche erreicht.

Die projektrelevanten Randsortimente werden in verschiedenen Einzelhandelsbetrieben geführt. Im Seg-ment Elektrowaren prägen zwei Fachmärkte (Expert, Technik-Partner) in dezentraler Lage das Angebot. Bei Haushaltswaren sind verschiedene Haushaltswarendiscounter (Tedi, Action, Mc Pfennig, Pfennigpfeif-fer) und die Fachabteilung von Kaufland zu nennen. In beiden Branchen sowie auch im Bereich Raumaus-stattung sind weitere mittelständische Fachgeschäfte vorhanden.

Auf Grund der Standortpräferenz des Möbelhandels für dezentrale Lagen ist dieses Segment in Arnstadt außerhalb der beiden ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche⁴⁷ etabliert. In den betrachteten Randsortimenten wurden mit dem Ilmkreiscenter und der Fachmarkttagglomeration an der Ichtershäuser Straße vor allem Standorte außerhalb der Einkaufsinnenstadt entwickelt.

In der Anlage 3 sind die bestehenden Verkaufsflächen und die generierten Umsätze nach den einzelnen Versorgungslagen ersichtlich. Da in dem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich Goethestraße (Nahversorgungszentrum) kein projektrelevanter Handel vorhanden ist, verteilt sich das Angebot auf das Innenstadtzentrum (Altstadt) und sonstige Lagen.

Im Einzugsgebiet der Zone II liegt die Stadt **Ilmenau** (rd. 26.200 Einwohner), deren Möbelangebot durch ein attraktives mittelständisches Möbelhaus (Schulze) und einen im Standortverbund befindlichen Möbel-discounter (SB-Möbel) geprägt wird. Das weitere Angebot umfasst einen Möbelmarkt und Küchen- bzw. Matratzenstudios. Die Verkaufsflächendichte liegt bei rd. 0,61 m² Möbelverkaufsfläche, sodass ein flächen-seitig attraktives Angebot besteht.

Die untersuchungsrelevanten Randsortimente werden in zahlreichen Einzelhandelsbetrieben geführt. Ne-ben einem Elektrofachmarkt und verschiedenen Haushaltswarendiscountern sind weitere kleinforma-tige Fachgeschäfte angesiedelt.

Auf Grundlage des Zentrenkonzeptes von Ilmenau⁴⁸ werden die Bestandsbetriebe den einzelnen definier-ten Versorgungslagen zugeordnet (vgl. Anl. 3). Da in den ausgewiesenen Nahversorgungszentren⁴⁹ keine projektrelevanten Betriebe vorhanden sind, verteilen sich die Angebotsflächen auf das Innenstadtzentrum und auf sonstige Lagen.

Im **Ilm-Kreis** bzw. in dem Kreisgebiet (außerhalb von Arnstadt/ Ilmenau), welches im Kerneinzugsgebiet von Möbel Höffner liegt, sind drei größere Möbelanbieter vorhanden. Neben einem Möbeldiscountmarkt in Martinroda (Möbelpiraten) sind in Gehren und Stadtilm zwei weitere Anbieter (Möbel Zimmermann/ Einrich-tungshaus Moldini) verortet. Bezüglich des jeweils limitierten Nachfragevolumens in den einzelnen Orten können diese Anbieter nur ein eingeschränktes Angebot zeigen und strahlen nicht wesentlich über ihren Nahbereich aus.

Die Randsortimente Haushalts- und Elektrowaren sowie Raumausstattungsartikel werden in verschiede-nen, ausschließlich mittelständischen Einzelhandelsbetrieben geführt. In den einzelnen Orten sind zahlrei-che kleinforma-tige Anbieter vorhanden, die jeweils eine Versorgung für die lokale Bevölkerung anbieten können.

47 Die zentralen Versorgungsbereiche werden aus dem Arnstädter Zentrenkonzept übernommen.

Quelle: Stadt + Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Arnstadt (02.10.2014), Pkt. 6.3.1 / 6.3.3.

48 Neben dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich sind zwei Nahversorgungszentren (Pörlitzer Höhe, Am Stollen) ausgewie-sen.

Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandelskonzept für die Goethe- und Universitätsstadt Ilmenau (Juli 2012), Karte 20.

49 Grundsätzlich ist für bestehende Nahversorgungszentren (nicht nur in Ilmenau) zu konstatieren, dass diese i.d.R. auf Grund ihrer zuge-wiesenen Funktion (meist Nahversorgung mit Lebensmitteln) keine bzw. nur geringe Überschneidungen zu den projektrelevanten Sorti-menten haben.

Abbildung 9: Möbelanbieter im Ilm-Kreis (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Die nachfolgende Tabelle stellt eine Zusammenfassung des bestehenden Angebots im Ilm-Kreis⁵⁰ dar, wobei eine Differenzierung nach dem Möbelsortiment und den relevanten Randsortimenten erfolgt. Eine detaillierte Aufstellung befindet sich in Anlage 3.

Tabelle 8: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Ilm-Kreis

	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel	950	1,03	25.870	31,21	26.820	32,24
Randsortimente:						
Haushaltswaren	1.490	3,60	5.700	10,14	7.190	13,74
Raumausstattung	290	0,64	680	1,20	970	1,84
Elektrowaren	330	1,37	3.870	16,12	4.200	17,49

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

Westlich von Erfurt liegt die Stadt **Gotha**, die als Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises fungiert. Als lokaler Magnetanbieter in der Möbelbranche ist mit über 8.000 m² Verkaufsfläche das Roller-Möbelhaus einzustufen, das im Gewerbegebiet Gotha-Süd verortet ist. Ein weiterer Anbieter ist der Möbelmarkt Gotha, der auf rd. 2.300 m² ebenfalls ein Sortiment im Discountsegment offeriert. Weitere Betriebe, insbesondere kleinere Fachmärkte und Küchenstudios, ergänzen das vorstehende Angebot. In Summe wird mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,28 m² Möbelverkaufsfläche im Verhältnis zur Einwohnerzahl (rd. 45.400 Personen) ein vergleichsweise geringeres Flächenangebot ausgewiesen.

Die relevanten Randsortimente werden in Gotha in zahlreichen Einzelhandelsbetrieben angeboten. Insbesondere dominieren fachmarktorientierte Vertriebskonzepte (z.B. Medi Max, Euronics, Technik Partner, Leuchten-Scheune bspw. bei Elektroartikeln), wobei auch diverse Fachgeschäfte in den jeweiligen Branchen vorhanden sind. Weiterhin werden die Sortimente auch in den Randsortimentsabteilungen bestehender Großbetriebe (bspw. Kaufland, real, Kaufhaus Moses) geführt.

Der Möbelhandel ist in Gotha außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt, was auf die notwendige Flächenverfügbarkeit in dieser Branche zurückzuführen ist. Im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich⁵¹ sind verschiedene Randsortimente, insbesondere Elektro- und Haushalts-

50 Die Angebotsanalyse erfolgte nicht für den gesamten Ilm-Kreis, sondern lediglich für den Bereich, welcher zum Kerneinzugsgebiet von Höffner (vgl. Karte 4) zählt.

51 Die zentralen Versorgungsbereiche werden aus dem Gothaer Zentrenkonzept übernommen.
Quelle: Stadt + Handel, Fortschreibung des Zentrenkonzeptes für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk in Gotha (17.11.2011), Abb. 45.

waren verortet. In den ausgewiesenen Nahversorgungszentren sind zum Teil auch Betriebe mit Haushaltswaren vorhanden (vgl. Anl. 4).

In umliegenden Orten, die zum **Landkreis Gotha** zählen, sind vereinzelte Angebote im Möbelhandel vorhanden. In Emleben ist mit Marquardt Küchen (rd. 3.500 m²) das flächenseitig größte Küchenstudio von Thüringen verortet. Weiterhin ist in Ohrdruf ein kleinerer Möbelmarkt etabliert. Im Segment der untersuchungsrelevanten Randsortimente sind diverse Haushaltswarenfachmärkte und kleinere Fachgeschäfte in den verschiedenen Branchen ansässig. Im Fazit sind überwiegend kleinteilige Anbieter vorhanden.

Abbildung 10: Möbelanbieter im Landkreis Gotha (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Nachstehend erfolgt eine Zusammenfassung des untersuchungsrelevanten Angebots im Landkreis Gotha.⁵²

Tabelle 9: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Landkreis Gotha

	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel	750	1,30	18.360	26,69	19.110	27,99
Randsortimente:						
Haushaltswaren	3.420	6,93	3.200	4,53	6.620	11,46
Raumausstattung	310	0,67	1.230	1,38	1.540	2,05
Elektrowaren	2.020	8,19	2.950	8,13	4.970	16,32

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

Nordwestlich von Erfurt liegt im Unstrut-Hainich-Kreis die Stadt **Bad Langensalza**, die in der Möbelbranche – im Verhältnis zu ihrer Einwohnerzahl (rd. 17.500 Ew.) – ein attraktives Angebot vorhält. Das flächenseitig gut ausgeprägte Möbelsortiment wird in der hohen Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,76 m² Möbelverkaufsfläche je Einwohner deutlich. Die relevanten Möbelanbieter liegen alle an dezentralen Standorten außerhalb der Bad Langensalzaer Einkaufsinnenstadt (vgl. Anl. 5).

Das lokale Angebot wird durch ein attraktives Einrichtungshaus (Möbel Knappstein) und einen im Standortverbund befindlichen Möbeldiscounter (Knappstein Discount) mit einer Fläche von über 9.000 m² geprägt. Am östlichen Ortsausgang ist mit den sog. Möbelpiraten (rd. 3.300 m² VK) ein weiterer Möbeldiscountmarkt vorhanden, der auf der Fläche eines vormaligen Baumarktes etabliert wurde. Das vorstehende Angebot wird u.a. durch einen Fachmarkt (Dänisches Bettenlager) ergänzt.

⁵² Die Angebotsanalyse erfolgte nicht für den gesamten Landkreis Gotha, sondern lediglich für den Bereich, welcher zum Kerneinzugsgebiet von Höffner (vgl. Karte 4) zählt.

Die untersuchungsrelevanten Randsortimente werden in Bad Langensalza in verschiedenen Fachgeschäften und im Randsortiment des Kaufland-Verbrauchermarktes angeboten. Der flächenseitige Angebotschwerpunkt liegt im (faktischen) innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich,⁵³ der sich um die Straßenzüge am Neumarkt erstreckt. Eine Aufstellung des beschriebenen Angebots befindet sich in Anlage 5. In den umliegenden Orten (bspw. Bad Tennstedt, Gräfontonna, Herbsleben), die zum Einzugsgebiet des Projektvorhabens zählen und dem **Unstrut-Hainich-Kreis** angehören, besteht lediglich ein rudimentärer Angebotsbesatz. Neben wenigen kleineren Fachgeschäften ist mit Thomas Philipps lediglich ein größerer Markt vorhanden, der ein sog. Multisortiment führt.

Abbildung 11: Möbelanbieter im Unstrut-Hainich-Kreis (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Nachstehende Tabelle zeigt die Zusammenfassung des projektrelevanten Angebots im Unstrut-Hainich-Kreis.⁵⁴

Tabelle 10: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Unstrut-Hainich-Kreis

	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK m ²	Umsatz Mio. EUR	VK m ²	Umsatz Mio. EUR	VK m ²	Umsatz Mio. EUR
Möbel	0	0,00	13.260	17,93	13.260	17,93
Randsortimente:						
Haushaltswaren	450	0,97	2.100	2,32	2.550	3,29
Raumausstattung	160	0,34	20	0,09	180	0,43
Elektrowaren	0	0,00	100	0,44	100	0,44

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

Die Stadt **Sömmerda** (rd. 19.000 Einwohner), die als Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises fungiert, liegt nördlich von Erfurt und ist über die Autobahn A 71 verkehrstechnisch sehr gut an die Landeshauptstadt angebunden. In der Möbelbranche ist in Sömmerda mit Roller (ca. 6.000 m²) ein Möbelhaus vorhanden, das in dem attraktiven Einkaufspark Offenhain am östlichen Ortsausgang von Sömmerda liegt. Das vorhandene Angebot wird von einem Küchenstudio ergänzt.

53 Bad Langensalza besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept. Im Rahmen einer Ortsbegehung wurde in der Innenstadt ein zentraler Versorgungsbereich identifiziert. Das Innenstadtzentrum erstreckt sich rund um den Neumarkt bzw. die hier befindlichen Straßenzüge Mühlhäuser Straße, Marktstraße und Rathausstraße.

54 Die Angebotsanalyse erfolgte nicht für den gesamten Unstrut-Hainich-Kreis, sondern lediglich für den Bereich, welcher zum Kerneinzugsgebiet von Höffner (vgl. Karte 4) zählt.

Die relevanten Randsortimente werden in Sömmerda von verschiedenen Handelsbetrieben angeboten. Neben fachmarktorientierten Anbietern (bspw. Hammer, Tedi, Mäc Geiz) sind weiterhin diverse Fachhändler vorhanden.

Der Angebotsschwerpunkt der untersuchten Sortimente liegt außerhalb des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichs, der sich um die Straßenzüge am Sömmerdaer Marktplatz erstreckt.⁵⁵

Das Angebot im **Landkreis Sömmerda** bzw. in den Orten, die im Einzugsgebiet des Projektvorhabens liegen, wird durch Möbel Finke in Elxleben geprägt. Das Einrichtungshaus ist als attraktiver und moderner Anbieter einzustufen, der auf rd. 33.000 m² ein Vollsortiment anbietet. Im Standortverbund zu Möbel Finke befindet sich mit Möbel Boss ein Discounteranbieter (ca. 3.500 m²), sodass in Bezug auf die Auswahlbreite und -tiefe eine hohe Sortimentskompetenz vor Ort existiert. Bezüglich der sehr guten Verkehrsanbindung des Standortes über die mehrspurige Bundesstraße B 4 besteht eine optimale Erreichbarkeit aus dem regionalen Umfeld.

Weitere projektrelevante Angebote sind u.a. in Kölleda, Weißensee und Buttstädt vorhanden. Hierbei handelt es sich um kleinere Möbelanbieter und diverse Fachgeschäfte, welche die projektrelevanten Randsortimente führen.

Abbildung 12: Möbelanbieter im Landkreis Sömmerda (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Nachstehend ist eine Zusammenfassung des untersuchungsrelevanten Angebots im Landkreis Sömmerda⁵⁶ (vgl. auch Anl. 6) eingefügt.

Tabelle 11: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Landkreis Sömmerda

	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel	0	0,00	44.500	56,09	44.500	56,09
Randsortimente:						
Haushaltswaren	460	1,03	1.020	2,25	1.480	3,28
Raumausstattung	0	0,00	3.830	4,50	3.830	4,50
Elektrowaren	130	0,47	410	1,69	540	2,16

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

55 Das Innenstadtzentrum erstreckt sich um den Marktplatz bzw. die hier abgehenden Straßenzüge Lange Straße, Marktstraße und Weißenseer Straße.

Quelle: GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, Einzelhandelskonzept für die Stadt Sömmerda (2006).

56 Die Angebotsanalyse erfolgte nicht für den gesamten Landkreis Sömmerda, sondern lediglich für den Bereich, welcher zum Kerneinzugsgebiet von Höffner (vgl. Karte 4) zählt.

Östlich von Erfurt liegt im Einzugsgebiet der Zone II die kreisfreie Stadt **Weimar**. Das Möbelangebot in Weimar wird durch das im Dezember 2013 eröffnete Möbelhaus Roller dominiert, das auf knapp 7.000 m² Verkaufsfläche dezentral in einer Gewerbegebietslage angesiedelt ist. An diesem Standort ist neben dem real SB-Warenhaus, dem OBI-Baumarkt und dem Hammer-Heimtextilienmarkt außerdem ein Polstermöbelfachmarkt (Multipolster mit rd. 2.300 m² VK) vorhanden. Weitere Betriebe, insbesondere Küchenstudios und diverse Spezialanbieter, ergänzen das vorstehende Angebot in Weimar. In Summe besteht mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,19 m² Möbelverkaufsfläche im Verhältnis zur Einwohnerzahl (rd. 64.100 Personen) ein vergleichsweise geringeres Flächenangebot.

Die projektrelevanten Randsortimente werden in zahlreichen Weimarer Einzelhandelsbetrieben geführt. Neben diversen Fachgeschäften werden diese Sortimente vor allem in Fachmärkten (u.a. Saturn, Hammer, TTM, Mäc Geiz, Tedi) und von Kaufland und Müller Drogerie im Randsortiment angeboten.

Der flächenseitige Angebotsschwerpunkt liegt in der Möbelbranche außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche⁵⁷ von Weimar (vgl. Anl. 7). In Bezug auf die Randsortimente ist ein großer Teil dieser Warengruppen in der Einkaufsinnenstadt verortet, wobei hier das Einkaufszentrum Weimar Atrium den Angebotsschwerpunkt darstellt.

In der Kreisstadt **Apolda** (rd. 22.400 Einwohner) ist ein flächenseitig eingeschränktes Möbelangebot von lediglich rd. 1.600 m² vorhanden, welches durch zwei Möbelanbieter und ein Küchenstudio geprägt ist. Alle Betriebe liegen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen⁵⁸ (vgl. Anl. 7). Die Verkaufsflächendichte liegt bei lediglich rd. 0,07 m² Möbelverkaufsfläche je Einwohner.

Die relevanten Randsortimente werden in Apolda in diversen Handelsbetrieben, meist in der Apoldaer Innenstadt angeboten. Neben fachmarktorientierten Anbietern sind auch verschiedene Fachhändler vorhanden. Ferner werden insbesondere Haushaltswaren auch in den Randsortimentsabteilungen von Kaufland und von Müller Drogerie in innerstädtischer Lage offeriert.

Das Möbelangebot im **Landkreis Weimarer Land** bzw. in den hier zum Einzugsgebiet zählenden Orten wird durch das bereits langjährig bestehende Einrichtungshaus von Möbel Rieger in Mönchenholzhausen geprägt. Das mehretagige Vollsortimentshaus zeigt auf rd. 25.000 m² eine attraktive Ausstellung. Dieses Angebot wird durch einen nebenliegenden Möbeldiscountmarkt (Rieger Discount) mit rd. 5.000 m² ergänzt, sodass ein repräsentativer Möbelstandort besteht. Weiterhin ist in Blankenhain mit rd. 2.000 m² ein kleineres, jedoch attraktives und höherwertiges Möbelhaus etabliert. Das restliche Angebot umfasst neben einem Fachmarkt vereinzelte Küchenstudios.

Die untersuchungsrelevanten Randsortimente werden in dem Untersuchungsgebiet von vereinzelt Fachgeschäften angeboten, wobei nur ein eingeschränkter Angebotsbesatz vorhanden ist.

Abbildung 13: Möbelanbieter im Landkreis Weimarer Land und in Weimar (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

57 Im Weimarer Zentrenkonzept sind neben der Einkaufsinnenstadt weitere fünf zentrale Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentren) ausgewiesen.

Quelle: Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Weimar (Dezember 2015).

58 In Apolda sind neben dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zwei weitere zentrale Versorgungsbereiche (NVZ Glockenhofcenter, NVZ Utenbacher Straße) ausgewiesen.

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Stadt Apolda Einzelhandels- und Zentrenkonzept (15.06.2012).

Nachstehend erfolgt eine Zusammenfassung des bestehenden Angebots im Landkreis Weimarer Land⁵⁹ (inkl. der Stadt Weimar).

Tabelle 12: Angebot in den projektrelevanten Branchen im LK Weimarer Land (inkl. Weimar)

	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel	740	1,01	46.820	61,19	47.560	62,20
Randsortimente:						
Haushaltswaren	3.380	6,90	2.270	4,44	5.650	11,34
Raumausstattung	390	0,66	4.300	4,91	4.690	5,57
Elektrowaren	3.110	13,36	130	0,64	3.240	14,00

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

Im Einzugsgebiet der Zone II liegt die kreisfreie Stadt **Jena**, die nach der Landeshauptstadt Erfurt zweitgrößte Stadt in Thüringen (rd. 109.500 Einwohner) ist. Das Möbelangebot wird durch die beiden Einrichtungshäuser Finke und Porta dominiert, die sich jeweils an dezentralen bzw. autokundenorientierten Standorten befinden. Das Möbelhaus Finke ist durch eine sehr gute Erreichbarkeit hinsichtlich der Lage an der Autobahn A 4 gekennzeichnet. Porta befindet sich an einer Bundesstraße und liegt im Standortverbund mit einem leistungsfähigen Globus SB-Warenhaus und einem Möbeldiscounter (Boss). Neben den genannten Betrieben sind zahlreiche weitere Möbelanbieter (Polstermöbelmarkt, Küchenstudio, Möbelfachmärkte, Matratzenstudios etc.) vorhanden, sodass in Jena eine hohe Auswahlbereite besteht. Dies wird auch – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl – in der relativ hohen Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,40 m² Möbelverkaufsfläche deutlich.

Die relevanten Randsortimente werden in zahlreichen Jenaer Einzelhandelsbetrieben offeriert. Neben verschiedenen großformatigen Fachmärkten (u.a. Saturn, Medi Max, TTM, Home Market, Mäc Geiz, Pfennigpfeiffer, Tedi, Xenos, Nanu Nana) werden die entsprechenden Sortimente auch in den Randsortimentsabteilungen von Globus, Kaufland und Müller Drogerie sowie von diversen kleinformatigen Einzelhandelsgeschäften angeboten.

Wie in den anderen untersuchten Städten liegt auch in Jena der flächenseitige Angebotsschwerpunkt der Möbelbranche außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche⁶⁰ (vgl. Anl. 8). In Bezug auf die Randsortimente befindet sich ein großer Teil dieser Warengruppen hingegen in der Innenstadt, die allgemein einen wichtigen und maßgeblichen Angebotsschwerpunkt in Jena darstellt.

Das Möbelangebot im **Saale-Holzland-Kreis** (nur dem zum Einzugsgebiet zählenden Bereich) wird durch zwei Möbeldiscounter geprägt. Mit Möbel Roller (rd. 7.000 m²) in Zöllnitz und mit Sconto Möbel Sofort (rd. 8.000 m²) in Rothenstein sind im unmittelbaren räumlichen Umfeld von Jena zwei attraktive Möbeldiscountmärkte etabliert. Während sich Sconto Möbel in einer Solitärlage befindet, liegt Möbel Roller im Standortverbund mit einem Küchenstudio (Der Küchenchef) und einem Sonderpostenmarkt (Thomas Philipps).

Die Randsortimente werden in dem Untersuchungsgebiet von wenigen Fachgeschäften bzw. vereinzelt Discountmärkten für Haushaltswaren angeboten.

⁵⁹ Die Angebotsanalyse erfolgte nicht für den gesamten Landkreis Weimarer Land, sondern lediglich für den Bereich, welcher zum Kerneinzugsgebiet von Höffner (vgl. Karte 4) zählt.

⁶⁰ Im Jenaer Zentrenkonzept sind neben der Innenstadt vier sog. Stadtteilzentren und sechs Nahversorgungszentren ausgewiesen. Quelle: GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2015 (14.04.2015).

Abbildung 14: Möbelanbieter im Saale-Holzland-Kreis und in Jena (Auswahl)


Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Nachstehend wird eine Zusammenfassung des relevanten Angebots in Jena bzw. im direkten Umfeld eingefügt.

Tabelle 13: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Saale-Holzland-Kreis (inkl. Jena)

	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel	750	1,47	57.810	76,66	58.560	78,13
Randsortimente:						
Haushaltswaren	3.740	7,63	4.000	5,85	7.740	13,48
Raumausstattung	630	0,87	2.500	3,05	3.130	3,92
Elektrowaren	2.730	12,10	4.130	20,62	6.860	32,72

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

Im südöstlichen Einzugsgebiet liegt im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt die Kreisstadt **Saalfeld**. Das Möbelangebot wird durch den Möbeldiscounter Roller (rd. 4.600 m²) angeführt, der im Gewerbegebiet Mittlerer Watzembach liegt. Das weitere Angebot wird durch verschiedene Spezialanbieter (Polstermarkt, Küchenstudio, Möbelfachmarkt etc.) repräsentiert. In Summe sind insgesamt 11 Möbelanbieter vorhanden, sodass für die Stadtgröße (rd. 25.000 Einwohner) eine hohe Auswahlvielfalt besteht.

Die relevanten Randsortimente werden in verschiedenen Fachmärkten und in Fachgeschäften geführt. Der Angebotsschwerpunkt liegt außerhalb der Saalfelder Einkaufsinnenstadt.

In **Rudolstadt** (rd. 22.900 Einwohner) besteht mit Ausnahme von zwei Spezialanbietern kein weiteres relevantes Möbelangebot, sodass der Großteil der Kaufkraft an andere Standorte abfließt.

In Bezug auf die untersuchungsrelevanten Randsortimente sind in Rudolstadt vereinzelte Fachmärkte (Expert, Thomas Philipps, Home Market) und verschiedene Fachgeschäfte vorhanden. Der Angebotsschwerpunkt der einzelnen Sortimente liegt in den beiden Städten eindeutig außerhalb der jeweiligen innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiche⁶¹ (vgl. Anl. 9).

In den Orten im **Landkreis Saalfeld-Rudolstadt** bzw. in dem Kreisgebiet, das im Einzugsgebiet der Zone II liegt (ohne Saalfeld/Rudolstadt), ist im Gewerbegebiet von Kirchhasel ein attraktives Möbelangebot vorhanden. Dieses besteht aus einem Einrichtungshaus (Multi-Möbel mit 9.000 m²), einem Möbelfachmarkt

61 Die beiden Städte Saalfeld und Rudolstadt verfügen zusammen mit Bad Blankenburg über ein Regionales Einzelhandelskonzept. In Saalfeld sind neben dem Innenstadtzentrum weitere sechs Nahversorgungszentren ausgewiesen. In Rudolstadt sind das Innenstadtzentrum und sieben Nahversorgungszentren definiert.
 Quelle: CIMA, Regionales Einzelhandelskonzept Städtedreieck am saalebogen (Bad Blankenburg, Rudolstadt u. Saalfeld), Januar 2010.

(Dänisches Bettenlager) und einem Matratzenstudio, sodass ein attraktives Möbelangebot an diesem Standort vorhanden ist. Ein Einrichtungsfachmarkt von Hammer arrondiert dieses Angebot. Die relevanten Randsortimente werden neben einem Sonderpostenmarkt lediglich in kleineren Fachgeschäften angeboten.

Abbildung 15: Möbelanbieter im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Die nachstehende Übersicht stellt die Zusammenfassung des bestehenden Angebots im südwestlich Bereich des Einzugsgebiets im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt⁶² dar.

Tabelle 14: Angebot in den projektrelevanten Branchen im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel	0	0,00	17.760	23,92	17.760	23,92
Randsortimente:						
Haushaltswaren	1.750	3,26	5.020	6,38	6.770	9,64
Raumausstattung	130	0,39	6.390	6,60	6.520	6,99
Elektrowaren	130	0,59	3.530	14,20	3.660	14,79

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

Im südlichen Bereich des Einzugsgebiets der Zone II befindet sich die kreisfreie Stadt **Suhl** (rd. 36.800 Einwohner), die landesplanerisch zusammen mit Zella-Mehlis als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums eingestuft wird. Das Möbelangebot in Suhl wird durch das Einrichtungshaus Opti-Wohnwelt geprägt, das sich in einer schlecht erreichbaren Lage im Gewerbegebiet am Friedberg befindet. Opti-Wohnwelt ist in Bezug auf seine Umsatzleistung als unterdurchschnittlich leistungsfähiger Anbieter einzustufen.⁶³ Zudem befindet sich in räumlicher Nähe (Schleusingen) mit Mega-Möbel ein weiteres Einrichtungshaus, das über eine deutlich bessere Standortqualität verfügt.

Das weitere Angebot stellt ein Möbeldiscounter (Möbelpiraten mit rd. 4.100 m² VK) in Suhl-Mäbendorf dar, der sich auf der Fläche eines vormalig hier bestehenden Baumarktes eingemietet hat. Außerdem sind in Suhl verschiedene Fachanbieter (u.a. Küchenstudio, Matratzenstudio) vorhanden.

62 Die Angebotsanalyse erfolgte nicht für den gesamten Landkreis Saalfeld-Rudolstadt, sondern lediglich für den Bereich, welcher zum Kerneinzugsgebiet von Höffner (vgl. Karte 4) zählt.

63 Die geringe Leistungsfähigkeit wird auch durch die bereits erfolgte Schließung des nebenliegenden Möbeldiscountermarktes (Opti SB-Möbel Sparwelt) und die Stilllegung von Teilflächen im Möbelhaus deutlich. Die aktuelle Verkaufsfläche liegt lediglich noch bei rd. 15.000 m².

Die projektrelevanten Randsortimente werden in zahlreichen Suhler Einzelhandelsbetrieben geführt. Neben diversen Fachgeschäften werden diese Sortimente auch in Fachmärkten (Expert, TTM, Tedi, Pfennigpfeiffer) und von Kaufland und Müller Drogerie im Randsortiment angeboten.

Die Stadt Suhl besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt zur Einzelhandelsentwicklung definiert sind. Im Zuge einer Ortsbegehung wurde die Existenz von faktischen zentralen Versorgungsbereichen geprüft. Hierbei wurde auf Grundlage der Ortsbegehung ein faktischer zentraler Versorgungsbereich – das Innenstadtzentrum – identifiziert.⁶⁴ In diesem Bereich sind keine Möbelanbieter vorhanden (vgl. Anl. 10), da das Angebot der Suhler Innenstadt überwiegend auf sog. zentrenrelevante Sortimente fokussiert ist.

Nördlich an Suhl schließt sich **Zella-Mehlis** mit rd. 10.600 Einwohnern an, wobei beide Städte enge einzelhandelsseitige Verflechtungen und Austauschbeziehungen aufweisen. Das Möbelangebot wird durch verschiedene Anbieter im Industriegebiet gekennzeichnet, das in räumlicher Nähe zur Gemarkungsgrenze Suhl liegt. Das Angebot setzt sich aus den beiden Möbeldiscountern Möbel Roller (rd. 5.400 m²) und Möbel Boss (rd. 4.300 m²) sowie einem weiteren discountorientierten Möbelmarkt zusammen. Bezüglich der auto-kundenorientierten Lage in Autobahnnähe sind die Märkte verkehrstechnisch sehr gut erreichbar.

Der Möbelhandel weist mit einer Verkaufsfläche von rd. 10.000 m² eine Verkaufsflächendichte von rd. 0,95 m² auf, sodass ein hoher Versorgungsgrad erreicht wird und Zella-Mehlis somit auch eine überörtliche Versorgungsfunktion wahrnehmen kann.

In Bezug auf die untersuchungsrelevanten Randsortimente sind in Zella-Mehlis verschiedene Fachmärkte (Elektrowaren, Haushaltswaren) und vereinzelte Fachgeschäfte vorhanden. Der Angebotsschwerpunkt liegt außerhalb der beiden ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche⁶⁵ von Zella-Mehlis (vgl. Anl. 10), da der Großteil der Verkaufsfläche in Zella-Mehlis dezentrale im sog. A 71-Center in Autobahnnähe entwickelt wurde.

Im **Landkreis Schmalkalden-Meiningen** bzw. in dem Kreisgebiet, das im Einzugsgebiet der Zone II liegt (ohne Zella-Mehlis), sind lediglich kleinere Anbieter vorhanden. Der einzige Möbelanbieter ist in Steinbach-Hallenberg ansässig. Hier sind auch verschiedene kleinere Fachgeschäfte vorhanden, welche die projektrelevanten Randsortimente führen. Weitere vereinzelte Angebote bestehen insbesondere in Oberhof, wobei der Handel hier als tourismusorientiert einzustufen ist.

Abbildung 16: Möbelanbieter im Landkreis Schmalkalden-Meiningen und in Suhl (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

64 Der zentrale Versorgungsbereich umfasst im Wesentlichen den Steinweg (1a-Lage) und einen Teil der westlichen Gothaer Straße. Ferner zählen das Lauterbogen-Center und das EKZ Am Steinweg an der Friedrich-König-Straße zum zentralen Versorgungsbereich. Eine endgültige Bestimmung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist in einem späteren Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu präzisieren, da es einer wertenden Gesamtbetrachtung der gesamten räumlichen Strukturen in Suhl bedarf.

65 In Zella-Mehlis sind in den jeweiligen Ortskernen zwei zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen.
 Quelle: BBE Handelsberatung, Fortschreibung des Zentrenkonzeptes für die Stadt Zella-Mehlis (10.12.2015).

Die nachfolgend eingefügte Übersicht stellt die Zusammenfassung des bestehenden Angebots im südwestlich Bereich des Einzugsgebiets (Landkreis Schmalkalden-Meiningen⁶⁶ inkl. Suhl) dar.

Tabelle 15: Angebot in den projektrelevanten Branchen im LK Schmalkalden-Meiningen (inkl. Suhl)

	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel	0	0,00	31.040	36,11	31.040	36,11
Randsortimente:						
Haushaltswaren	940	1,88	4.990	8,94	5.930	10,82
Raumausstattung	80	0,31	1.570	1,94	1.650	2,25
Elektrowaren	1.460	5,70	2.820	10,34	4.280	16,04

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

Abschließend wird das vorhandene Angebot in den projektrelevanten Branchen – differenziert nach beiden untersuchten **Zonen im Einzugsgebiet** (vgl. Karte 4) – zusammenfassend aufgeführt. Der Großteil der Gesamtverkaufsfläche (rd. 57 %), aber auch der Verkaufsfläche innerhalb der einzelnen betrachteten Branchen, ist im Einzugsgebiet der Zone II verortet. Hier wird ebenfalls mit rd. 442,5 Mio. EUR der Großteil des Umsatzes innerhalb des untersuchten Einzugsgebietes gebunden.

Tabelle 16: Zusammenfassung des Angebots in den projektrelevanten Branchen im Einzugsgebiet

	Zone I		Zone II		Gesamt	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR
Möbel	168.900	277,09	183.880	241,82	352.780	518,91
Randsortimente:						
Haushaltswaren	18.740	36,05	39.870	69,49	58.610	105,54
Raumausstattung	6.370	9,15	22.200	26,75	28.570	35,90
Elektrowaren	10.700	49,28	25.530	104,46	36.230	153,74
Gesamt	204.710	371,57	271.480	442,52	476.190	814,09

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

⁶⁶ Die Angebotsanalyse erfolgte nicht für den gesamten Landkreis, sondern lediglich für den Bereich, welcher zum Kerneinzugsgebiet von Höffner (vgl. Karte 4) zählt.

5. Städtebauliche Beurteilung des Vorhabens

5.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für das Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben von Höffner ist die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO geplant. Für die Schaffung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen ist daher u.a. zu untersuchen, ob von dem Ansiedlungsvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ist insbesondere zu prüfen, welche

- Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde bzw. auch umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen insbesondere die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzumlenkungen) auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.⁶⁷ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.⁶⁸

Tabelle 17: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

	Sortiment	
	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	< 10 %	< 10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	> 20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	> 20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	> 20 %	> 30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg

Die vorstehenden Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den **individuellen**

67 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“ (vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009).

68 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

lokalen Gegebenheiten betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.⁶⁹

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. die Entfernung des Planvorhabens zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.⁷⁰

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.⁷¹

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert oder können nachvollziehbar an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Prinzipiell handelt es sich bei sog. **zentralen Versorgungsbereichen** um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁷² Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, sodass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.⁷³

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

69 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ (vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012).

70 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

71 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

72 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

73 vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.⁷⁴ Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen von Versorgungsbereichen (Innenstadt-/ Neben-/ Grund- bzw. Nahversorgungszentrum) geben.

Im vorliegenden Fall besitzt ein Großteil der Städte im Einzugsgebiet ein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept, sodass die zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO definiert sind. In den Orten, in denen kein derartiges städtebauliches Entwicklungskonzept existiert, wurde im Zuge einer Ortsbegehung die Existenz von faktischen zentralen Versorgungsbereichen geprüft.⁷⁵

74 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

75 Zahlreiche Städte im Einzugsgebiet wie Erfurt, Jena, Weimar, Gotha, Arnstadt, Ilmenau, Apolda oder Zella-Mehlis verfügen über ein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept. Derartige Konzepte fehlen bspw. in Suhl oder Bad Langensalza.

5.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung oder -erweiterung ist der Umsatz des Planvorhabens relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird. Die Umsatzerwartung hängt zum einen von der Verkaufsflächengröße und von dem Sortimentskonzept des Betriebes ab. Zum anderen nehmen aber auch das Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet, die Gesamtattraktivität des Standortes und die Intensität des Wettbewerbs Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz.

Nachfolgend wird für das erweiterte Höffner-Möbelhaus eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**⁷⁶⁾) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe, des Betriebstyps und des Sortimentskonzeptes des Möbelhauses,
- des Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet,
- der Wettbewerbsintensität und
- bereits bestehender Kundenbeziehungen bzw. -verflechtungen der beiden Möbelhäuser

ergibt sich für das neu projektierte **Höffner-Möbelhaus** ein zu erwartender Jahresumsatz von ca. 54,5 Mio. EUR. Die Marktanteile werden jeweils separat für die einzelnen Orte im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der folgenden Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

Tabelle 18: Kumulierte Umsatzprognose des projektierten Höffner-Möbelhauses

Vorhaben	Bereich	Marktpotenzial	Ø Marktanteil	Umsatz
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.
Möbelhaus	Zone I	237,60	~11	26,33
	Zone II	470,49	~5	24,66
	Zone III	293,97	~1	2,62
	<i>Zwischensumme</i>	<i>1.002,06</i>	<i>~5</i>	<i>53,61</i>
	Streuumsätze			0,92
	Gesamt			54,53

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Naheinzugsgebiet des Möbelhauses (Zone I, vgl. Karte 4) ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von rd. 11 % zu rechnen, was einer Umsatzabschöpfung von ca. 26,3 Mio. EUR entspricht. Der relativ hohe Marktanteil resultiert aus der zu erwartenden Attraktivität und Strahlkraft der beiden im Verbund liegenden Höffner-Häuser. Grundsätzlich verbleiben jedoch auch nach der geplanten Erweiterung des Höffner-Möbelhauses offene Nachfragevolumina, die von anderen lokalen Anbietern gebunden werden können.

Durch den Einfluss weiterer Möbelanbieter im Einzugsgebiet und darüber hinaus (vgl. Karte 5) sowie durch die ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Höffner-Standortes verringert sich mit wachsender Entfernung vom Projektstandort die Bindungsintensität des Höffner-Möbelhauses. Im Einzugsgebiet der Zone II ist daher mit einer nachlassenden Umsatzbindung zu rechnen, die auf durchschnittlich rd. 5 % des hier vorhandenen Marktvolumens (vgl. Tab. 6) bzw. auf rd. 24,7 Mio. EUR zu prognostizieren ist. Somit wird das Möbelhaus in seinem Kerneinzugsgebiet (Zone I/II) den Großteil seines Umsatzes erwirtschaften.

⁷⁶ Bei dem sog. Marktanteilskonzept werden das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung (= Marktanteil) gegenübergestellt. Der ausgewiesene Umsatz versteht sich als Bruttoumsatz, d.h. inklusive Mehrwertsteuer.

Im Ferneinzugsgebiet (Zone III) ist mit einer marginalen Marktdurchdringung von rd. 1 % (rd. 2,6 Mio. EUR) zu rechnen. Die nachlassende Kundenbindung resultiert insbesondere aus dem Vorhandensein von angebotsgleichen Möbelhäusern im überregionalen Umfeld, die auch auf diesen Bereich mit ausstrahlen.

Neben den vorstehenden Umsatzquellen ist mit Erlösen von rd. 0,9 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze⁷⁷ resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind u.a. auf die verkehrsgünstige Lage des Möbelhauses bzw. dessen Leistungsfähigkeit zurückzuführen. Die Streuumsätze nehmen einen geringen Anteil von knapp 2 % der Gesamtumsatzleistung des Möbelhauses ein.

In der nachfolgenden Tabelle ist die sortimentsbezogene Umsatzerwartung des Höffner-Möbelhauses zu entnehmen. Der Großteil des Umsatzes (rd. 84 %) wird mit dem Möbelsortiment erzielt. Größere Umsatzanteile im Randsortiment nehmen die Warengruppen Haushaltswaren (inkl. Glas/Porzellan/Keramik/ Bilder/ Geschenkartikel) mit einem Umsatzanteil von rd. 8 % und Elektrogeräte/ Leuchten mit rd. 6 % ein. Der Umsatzanteil der Warengruppe Raumausstattung liegt unter 3 %.

Tabelle 19: Umsatzprognose des Höffner-Möbelhauses nach Sortimenten

Sortiment	Zone I		Zone II			Zone III			Streuumsätze Mio.€	Gesamtumsatz Mio.€	
	Kaufkraft	MA	Umsatz	Kaufkraft	MA	Umsatz	Kaufkraft	MA			Umsatz
	Mio.€	%	Mio.€	Mio.€	%	Mio.€	Mio.€	%			Mio.€
Möbel	120,48	~18	21,69	238,56	~9	20,99	149,05	~1	2,09	0,77	45,54
Haushaltswaren	34,07	~6	1,98	67,46	~3	1,89	42,16	<1	0,30	0,07	4,24
Raumausstattung	38,33	~2	0,88	75,91	<1	0,58	47,43	<1	0,07	0,05	1,58
Elektro	44,72	~4	1,78	88,56	~1	1,20	55,33	<1	0,16	0,03	3,17
Summe	237,60	Ø11	26,33	470,49	Ø5	24,66	293,97	Ø1	2,62	0,92	54,53

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / MA = Marktanteil

Unter Zugrundelegung einer Marktanteilsprognose ist für den **Sconto-Möbeldiscounter** ein jährlicher Erlös von rd. 8,7 Mio. EUR zu erwarten. Der Marktanteil wird im Vergleich zu dem Höffner-Vollsortimentshaus deutlich geringer ausfallen, was sich aus der Größe des Möbelmarktes, aus dem Konzept und aus dem relativ hohen Bestand an angebotsaffinen Möbeldiscountmärkten im weiteren Umfeld ergibt.

Tabelle 20: Kumulierte Umsatzprognose des projektierten Sconto-Möbeldiscounters

Vorhaben	Bereich	Marktpotenzial	Ø Marktanteil ⁷⁸	Umsatz
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.
Möbeldiscounter	Zone I	237,60	~3	5,95
	Zone II	470,49	~1	2,36
	Zone III	293,97	<1	0,25
	<i>Zwischensumme</i>	<i>1.002,06</i>	<i>~1</i>	<i>8,56</i>
	Streuumsätze			0,17
	Gesamt			8,73

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

77 Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden. Diese Umsätze ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen bzw. von Zufallskunden.

78 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Orte im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

Die vorstehende Tabelle stellt die Umsatzprognose (vgl. Karte 4 i.V.m. Tab. 5) des Sconto-Möbelmarktes nach den einzelnen Zonen im Einzugsgebiet dar. Die Umsatzzahlen sind innerhalb der einzelnen Zonen jeweils aggregierte Werte, da bei der Umsatzherkunftsprognose eine kleinräumige Intensitätsabstufung vorgenommen wurde. In der folgenden Tabelle 21 wird ferner die sortimentspezifische Umsatzbindung nach den Zonen im Einzugsgebiet ausgewiesen.

Die höchste Marktdurchdringung wird von dem Möbeldiscounter im Einzugsgebiet der Zone I erzielt, was insbesondere aus der zügigen Erreichbarkeit des Standortes aus dem Umfeld und der Attraktivität beider im Standortverbund liegenden Möbelhäuser resultiert. Hier ist mit einem Umsatz von knapp 6,0 Mio. EUR zu rechnen, was einem durchschnittlichen Marktanteil in dieser Zone von rd. 3 % des Nachfragevolumens entspricht.

In der Zone II des Einzugsgebiets ist mit einer nachlassenden Bindungsintensität zu rechnen. Dies ergibt sich insbesondere aus dem Konzept des Möbeldiscounters und der (im Vergleich zu einem Vollsortimentshaus) eingeschränkten Strahlkraft eines solchen Möbelmarktes. Ferner sind im regionalen Umfeld zahlreiche angebotsaffine Möbeldiscounter⁷⁹ vorhanden, sodass eine hohe Wettbewerbsanspannung besteht. Der Umsatz aus diesem Bereich wird ca. 2,4 Mio. EUR betragen.

Im Einzugsgebiet der Zone III ist nur eine marginale Marktdurchdringung zu erwarten. Dies resultiert aus den steigenden Distanzen in Bezug auf die Erreichbarkeit und den bereits vorstehend erwähnten Faktoren (Strahlkraft, Wettbewerb).

Die Streuumsätze nehmen nur einen geringen Anteil am Gesamtumsatz des Möbelmarktes ein und resultieren aus der verkehrsgünstigen Lage des Standortes in Autobahnnähe und auch von Kopplungsumsätzen zu dem nebenliegenden Höffner-Einrichtungshaus.

Nachstehend ist die sortimentsbezogene Umsatzerwartung für den Sconto-Möbelmarkt ausgewiesen, die auf Grundlage der Nachfrage nach diesen Sortimentsgruppen (vgl. Tab. 6) erstellt wurde. Der Großteil des Umsatzes (rd. 85 %) wird mit dem Möbelsortiment erzielt. Die Warengruppen Elektrogeräte/ Leuchten nehmen einen Umsatzanteil von knapp 7 % ein. Die Sortimente Haushaltswaren (inkl. Glas/Porzellan/Keramik/ Bilder/ Geschenkartikel) und Raumausstattungsartikel liegen bei je rd. 4 % des Gesamtumsatzes.

Tabelle 21: Umsatzprognose des Sconto-Möbeldiscounters nach Sortimenten

Sortiment	Zone I			Zone II			Zone III			Streuumsätze	Gesamtumsatz
	Kaufkraft	MA	Umsatz	Kaufkraft	MA	Umsatz	Kaufkraft	MA	Umsatz		
	Mio.€	%	Mio.€	Mio.€	%	Mio.€	Mio.€	%	Mio.€		
Möbel	120,48	~4	5,22	238,56	<1	1,92	149,05	<1	0,15	0,13	7,42
Haushaltswaren	34,07	<1	0,20	67,46	<1	0,13	42,16	<1	0,04	0,02	0,39
Raumausstattung	38,33	<1	0,17	75,91	<1	0,13	47,43	<1	0,03	0,01	0,34
Elektro	44,72	<1	0,36	88,56	<1	0,18	55,33	<1	0,03	0,01	0,58
Summe	237,60	Ø3	5,95	470,49	Ø1	2,36	293,97	<1	0,25	0,17	8,73

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / MA = Marktanteil

Nachfolgend wird auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsfläche die **Raumleistung** der beiden Möbelhäuser berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden. Insbesondere kann so auch eine Plausibilitätsprüfung erfol-

⁷⁹ Im Kerneinzugsgebiet (Zone I/II) der beiden Höffner-Möbelhäuser befinden sich 19 Möbeldiscounter, sodass eine hohe Angebotsdichte besteht (vgl. Karte 5 zzgl. der betriebseigenen Möbeldiscountmärkte von vereinzelt Möbelhäusern [bspw. Möbel Rieger, Möbel Knappstein]).

gen, inwieweit die Umsatzprognose für das Planvorhaben belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Tabelle 22: Prospektive Raumleistung der beiden projektrelevanten Möbelhäuser

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Möbel	Vollsortimenter	54,53	41.690	1.310
Möbel	Discounter	8,73	7.310	1.190

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die vorstehend errechnete Raumleistung liegt im Rahmen bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte⁸⁰ für die jeweiligen Vertriebsstufen. So erreichen größere Vollsortimenter (sog. Wohnkaufhäuser) eine durchschnittliche Flächenleistung von rd. 1.200 EUR/m², die Flächenleistung von Discountanbietern bzw. sog. Mitnahmemöbelmärkten liegt mit rd. 1.150 EUR/m² knapp darunter.

Abbildung 17: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Möbeleinzelhandel

Branche	MIN €/m ² p.a.	Durchschnitt €/m ² p.a.	MAX €/m ² p.a.
Möbelvollsortimenter (bis 20.000 m ²)	650	700	850
Wohnkaufhäuser (über 20.000 m ²)	1.100	1.200	1.300
Mitnahmemöbelhäuser	1.000	1.150	1.300
Küchenfachmarkt	2.100	2.500	2.900

Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, Seite 35

Die Raumleistung für das Höffner-Möbelhaus liegt im oberen Bereich der durchschnittlichen bundesweiten Flächenleistung für diesen Betriebstyp. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass sich bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung im Möbelhandel nicht proportional mitentwickelt, sondern i.d.R. absinkt. Dies ist durch neue Konzepte der Möbelhäuser bedingt, die größere Gangbreiten, eine großzügigere und breitere Warenpräsentation und großzügigere Laufwege bei einer nur geringfügig ansteigenden Artikelanzahl anbieten. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter). Demnach handelt es sich bei dem Planvorhaben um einen maximalen Umsatzwert, der an dem Bestandsstandort erzielt werden kann. Ferner wurden auch die aktuellen Erlöse von Höffner zugrunde gelegt, sodass eine standortspezifische bzw. realitätsnahe Planung vorliegt.

Der gleiche Fakt trifft für den Möbel-discounter Sconto zu. Die zu erwartende Flächenleistung liegt mit knapp 1.200 EUR/m² im Rahmen einer bundesweit üblichen Flächenleistung für diesen Betriebstyp, sodass eine standortangepasste Prognose vorliegt. Höhere Erlöse sind für den Discounter bzw. auch für das Möbelhaus insbesondere auf Grund

- der im Bundesvergleich niedrigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Thüringen (vgl. Abb. 2) bzw. der sortimentsspezifischen Kaufkraft im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 5),
- des Wettbewerbsdrucks durch weitere Großflächenanbieter in Erfurt bzw. im regionalen und auch überregionalen Umfeld der Stadt (vgl. Pkt.4.1), insbesondere durch zahlreiche Mitnahmemärkte/Möbel-discounter (vgl. Karte 5),
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets und

- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils

nicht realisierbar. Ferner wird die geplante Erweiterungsmaßnahme nicht zu einer Veränderung bei der gegebenen Standortsituation führen, da wesentliche Standortfaktoren wie die Verkehrsanbindung, die ansprechbare Bevölkerung im Einzugsgebiet oder die Einsehbarkeit bzw. Fernwirkung bei dem Erweiterungsvorhaben unverändert bleiben. Somit handelt es sich bei der dargestellten Umsatzprognose um einen Maximalwert für die beiden Möbelanbieter, sodass die folgenden Auswirkungen für die betroffenen Unternehmen den sog. „Worst-Case-Fall“ darstellen.

5.3. Umsatzherkunft

Die Umsätze eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens setzen sich in Abhängigkeit von Art, Größe, Lage des Vorhabens und der Wettbewerbssituation aus verschiedenen Quellen zusammen. Für die nachfolgende Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Höffner-Möbelhauses ist grundsätzlich der zu erwartende **Zusatzumsatz** von Relevanz, sodass von dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Möbelhauses der aktuelle Bestandsumsatz subtrahiert wird.

Diese Betrachtungsweise ist gemäß der aktuellen Rechtsprechung üblich, da das genehmigte Möbelhaus bereits seit vielen Jahren Bestandteil des lokalen Einzelhandelsangebots in Erfurt ist. Demzufolge sind die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen am Markt schon eingetreten bzw. der Wettbewerb hat sich auf den langjährig etablierten Anbieter eingestellt.⁸¹ Somit werden durch den „Bestandsumsatz“ keine zusätzlichen städtebaulich relevanten Umsatzumverteilungen ausgelöst. Als Prüfmaßstab ist demnach lediglich der zusätzlich durch die Mehrverkaufsfläche induzierte Umsatz anzusetzen.

Nachfolgend werden die Umsatzquellen des Erweiterungsvorhabens des **Höffner-Möbelhauses** auf Basis eines computergestützten Simulationsmodells dargestellt. Durch die Flächenerweiterung ist von einer Umsatzsteigerung um rd. 44 % auf einen Zielumsatz von rd. 54,5 Mio. EUR auszugehen.

Tabelle 23: Umsatzherkunft des projektierten Höffner-Möbelhauses

	Umsatzherkunft	
	Mio. EUR	%
Umsatzprognose (vgl. Tab. 18)	54,53	100
davon aus:		
Umsatz Höffner-Bestandsbetrieb	37,98	70
Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet	0,05	<1
Zusätzliche Streuumsätze	0,11	<1
Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	16,39	30
davon aus Zone I	9,08	
davon aus Zone II	6,51	
davon aus Zone III	0,80	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Umsatzherkunft des Erweiterungsvorhabens setzt sich aus folgenden Faktoren zusammen:

- Der Großteil der Erlöse des erweiterten Möbelhauses resultiert aus den aktuell generierten Umsätzen von Höffner (rd. 38,0 Mio. EUR). Diese Umsätze werden nach der Erweiterung des Marktes naturgemäß weiterhin am Standort gebunden.

81 Das BVerwG hat dazu u.a. in einem Urteil ausgeführt, dass „... bei der Prognose der Auswirkungen [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“ (vgl. BVerwG [4 B 3.09] vom 12.02.2009). In einem Urteil schreibt das OVG Nordrhein-Westfalen, dass „...im Rahmen der Prognoseentscheidung über schädlichen Auswirkungen im konkreten Einzelfall jedoch zu berücksichtigen [ist], dass die Klägerin bereits am Erweiterungsstandort ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 727,97 m² seit 1995 betreibt und sich der Markt hierauf eingestellt hat. In die Prognose ist somit nicht die Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 899,40 m² einzustellen, sondern die Erweiterung eines Geschäftes mit 727,97 m² um 171,43 m², das dadurch großflächig wird.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1417/07] vom 06.11.2008).

Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zur Erweiterung eines Shopping-Centers aus: „Das Gutachten prognostiziert zu Recht nur die durch die geplante [...] Erweiterung bewirkten Umsatzumverteilungen. Dieser Ansatz ist nachvollziehbar und plausibel.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 148/04.NE] vom 06.06.2005).

- Im Fall des zu beurteilenden Vorhabens spielt eine Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet keine wesentliche Rolle. In dem Einzugsgebiet – gerade in der Region Erfurt – ist ein umfangreiches und kundenattraktives Angebot vorhanden, sodass im Zusammenspiel aller Möbelanbieter eine umfassende Bedarfsabdeckung möglich ist. Gerade im Vollsortimentsbereich sind keine Kaufkraftabflüsse zu erkennen.
- Durch die erweiterte Verkaufsfläche werden nur marginale zusätzliche Streuumsätze⁸² induziert. Des Weiteren handelt es sich lediglich um eine Erweiterung eines Bestandsanbieters und keine Neueröffnung, wodurch das Vorhaben kein neuartiges Angebot für die Konsumenten inner- und auch außerhalb des Einzugsbereichs darstellt. Somit sind wesentlich erhöhte Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebiets auszuschließen.
- Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umsatzumlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird. Die Auswirkungen dieser Umsatzverlagerungen von rd. 16,4 Mio. EUR auf die anderen Marktteilnehmer werden im Folgenden diskutiert.

In der nachstehenden Tabelle werden die untersuchungsrelevanten Umsatzquellen des erweiterten **Sconto-Möbeldiscounters** dargestellt. Es ist von einer – im Verhältnis zum Höffner-Möbelhaus – geringeren Umsatzsteigerung von rd. 15 % auszugehen, da die Gesamtverkaufsfläche des Sconto-Marktes (inkl. derzeitigem Küchenstudio) gleich bleibt. Die Umsatzausweitung ist aus der Zusammenlegung der derzeit räumlich getrennt liegenden Verkaufsflächen des Discounters und des Küchenstudios und der somit höheren Attraktivität abzuleiten. Ferner erfolgt ein Neubau des Möbelmarktes, sodass aus Kundensicht auch ein optischer Relaunch des Marktes erfolgen wird.

Tabelle 24: Umsatzherkunft des projektierten Sconto-Möbeldiscounters

	Umsatzherkunft	
	Mio. EUR	%
Umsatzprognose (vgl. Tab. 20)	8,73	100
davon aus:		
Umsatz Sconto-Bestandsbetrieb	7,58	87
Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet	0,00	<1
Zusätzliche Streuumsätze	0,02	<1
Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	1,13	13
davon aus Zone I	0,64	
davon aus Zone II	0,45	
davon aus Zone III	0,04	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁸² Bei dem ausgewiesenen Wert handelt es sich um eine Erhöhung der Streuumsätze, da derzeit bereits Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets dem Höffner-Möbelhaus zufließen. Die bereits generierten Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets resultieren vor allem aus der verkehrsgünstigen Lage des Möbelhauses in Autobahnnähe.

Die Umsatzherkunft des Sconto-Marktes setzt sich aus den gleichen Umsatzquellen wie bei dem Höffner-Möbelhaus zusammen:

- Der Großteil der Erlöse des erweiterten Möbelmarktes ergibt sich aus den derzeitigen Umsätzen von Sconto (rd. 7,6 Mio. EUR, inkl. Küchenstudio).
- Im Fall des zu beurteilenden Vorhabens spielt eine Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet keine Rolle. In der Region Erfurt bzw. auch im weiteren Umfeld ist ein umfangreiches Angebot an Möbeldiscountern vorhanden, sodass insbesondere in diesem Segment eine umfassende Bedarfsabdeckung gegeben ist.
- Durch die erweiterte Verkaufsfläche werden nur geringfügig zusätzliche Streuumsätze gebunden. Eine erhöhte Ausstrahlung auf Gebiete außerhalb des Einzugsgebiets ist nicht zu erwarten, da es sich lediglich um eine Standortoptimierung (bei gleichbleibender Gesamtverkaufsfläche) handelt.
- Durch die Umstrukturierung des Standortes werden Umsatzumlenkungen induziert, die zu Lasten von anderen Möbelanbietern im Einzugsgebiet gehen. Es sind Umsatzverluste der umliegenden Anbieter von rd. 1,1 Mio. EUR zu erwarten.

5.4. Wirkungsprognose

5.4.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung bzw. -erweiterung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur im Umfeld des Ansiedlungsstandortes erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist im Wesentlichen die Überprüfung möglicher **Umsatzumlenkungsprozesse** – die aus zentralen Versorgungsbereichen oder Nahversorgungslagen induziert werden könnten – von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzumlenkungen, die durch das Planvorhaben hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzverlagerungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- der erzielte Umsatz bzw. die Raumleistung eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den einzelnen Anbietern und dem Projektstandort,
- die räumliche Verortung des Konsumentenpotenzials und
- der Prognoseumsatz der beiden Projektvorhaben.

Mit der Erweiterung der dargestellten Möbelhäuser wird sich das räumliche Angebotsgefüge im Untersuchungsraum nicht verändern, da sowohl das Höffner Möbelhaus als auch Sconto Möbel bereits langjährig im Erfurter Ortsteil Waltersleben etabliert sind. Mit dem Hinzutreten der erweiterten Verkaufsfläche werden jedoch in Folge Umsatzverlagerungen zu Lasten einzelner Standorte bzw. Betriebe ausgelöst. Somit liefert das Modell eine Berechnung der wahrscheinlichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter **Berücksichtigung der konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Projektvorhabens.

Die Berechnungen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden für die beiden Möbelhäuser nicht einzeln getätigt, da es sich bei dem Vorhaben um eine Agglomeration handelt. Aus diesem Grund ist üblicherweise die **Summationswirkung** zu betrachten. Deshalb werden die Umsätze der beiden Möbelhäuser addiert und somit die zu erwartenden Wettbewerbseffekte auf das bestehende Angebot in seiner Gesamtheit ermittelt.

Mit der Erweiterung der beiden Höffner-Möbelhäuser werden in Folge summierte Umsatzumlenkungen von rd. 16,68 Mio. EUR (vgl. Tab. 23/24) gegenüber dem relevanten Wettbewerb im Kerneinzugsgebiet (Zone I/II) ausgelöst. Der Großteil dieser Umsätze (14,77 Mio. EUR, vgl. Tab. 25) wird von dem bestehenden Möbelhandel in dem betrachteten Kerneinzugsgebiet abgezogen. Da die beiden projektierten Möbelhäuser auch Sortimente führen, die außerhalb des Möbelhandels angeboten werden, gehen die Verlagerungsumsätze aus der Flächenerweiterung teilweise auch zu Lasten **branchenfremder Anbieter**. Dies betrifft u.a. Einzelhandelsbetriebe der Branchen Haushaltswaren, Raumausstattung und Elektrowaren.

Somit ist auch mit partiellen Umsatzeinbußen in diesen Branchen zu rechnen, die sich aus den erweiterten Randsortimentsabteilungen der beiden Möbelhäuser und die dadurch induzierten Kunden- bzw. Umsatzverlagerungen zu den beiden Höffner-Möbelhäuser ergeben werden. Die Anbieter von Haushaltswaren werden in dem betrachteten Kerneinzugsgebiet einen Umsatzverlust von rd. 0,88 Mio. EUR hinnehmen

müssen, wogegen die Umsatzrückgänge in der Branche Elektrowaren (0,69 Mio. EUR) und Raumausstattung (rd. 0,34 Mio. EUR) geringer ausfallen werden.

Die nachfolgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die zu erwartenden Umsatzverlagerungen innerhalb der einzelnen Branchen in dem Kerneinzugsgebiet, die durch das Projektvorhaben zu dem Standort der beiden Höffner-Möbelhäuser ausgelöst werden.

Tabelle 25: Prognostizierte Umsatzverlagerungen nach Sortimenten und Zonen

Sortiment	Objekt	Zone I	Zone II	Gesamt
		Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
Möbel	Höffner	8,14	5,66	13,80
	Sconto	0,57	0,40	0,97
Summe Möbel		8,71	6,06	14,77
Haushaltswaren	Höffner	0,40	0,44	0,84
	Sconto	0,02	0,02	0,04
Summe Haushaltswaren		0,42	0,46	0,88
Raumausstattung	Höffner	0,16	0,15	0,31
	Sconto	0,02	0,01	0,03
Summe Raumausstattung		0,18	0,16	0,34
Elektrowaren	Höffner	0,38	0,26	0,64
	Sconto	0,03	0,02	0,05
Summe Elektrowaren		0,41	0,28	0,69
Gesamt		9,72	6,96	16,68

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

5.4.2. Städtebauliche Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen im Kerneinzugsgebiet (Zone I/II)

Auf Grundlage der prognostizierten Umsatzumlenkungen, die durch die Erweiterung der beiden Möbelhäuser induziert werden (16,68 Mio. EUR, vgl. Tab. 25), errechnet sich eine durchschnittliche **Umsatzumlenkungsquote von rd. 2 %** des aktuell in dem Kerneinzugsgebiet getätigten Bestandsumsatzes.

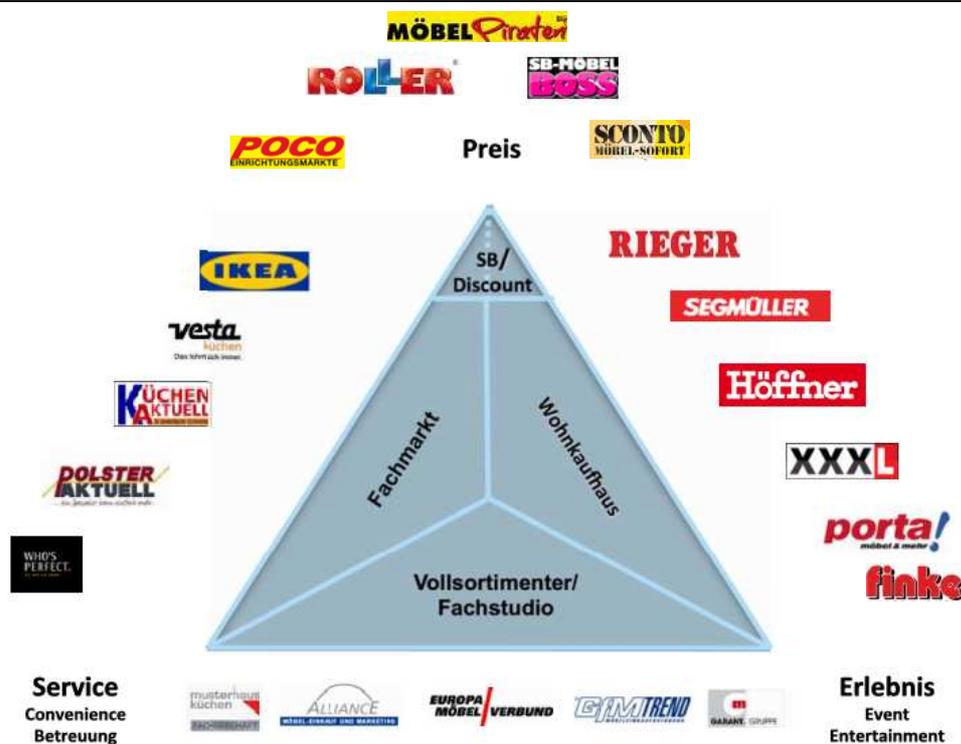
Der vorstehende Wert der Umsatzverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Sortimentsstruktur betroffener Betriebe bzw. der Betriebstypenausrichtung,
- der Entfernung betroffener Betriebe zum Projektstandort und
- des spezifischen Einkaufsverhaltens der Konsumenten

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Anbieter im Umfeld des Projektstandortes.

Durch die Sortimentszusammensetzung der Möbelhäuser werden absatzwirtschaftlich in erster Linie die Betriebe tangiert, die Einrichtungssortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit sind vorwiegend sog. Möbelvollsortimenter bzw. Wohnkaufhäuser und Möbeldiscounter⁸³ betroffen, die als ähnlich positionierte Systemwettbewerber (vgl. auch folgende Abbildung) der beiden Möbelhäuser einzustufen sind. Andere Anbieter – bspw. Küchenstudios, Designstudios, Matratzenstudios, Spezialanbieter – die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben. Dies trifft ebenfalls auf Handelsbetriebe zu, welche die relevanten Randsortimente der Möbelhäuser führen.

Abbildung 18: Positionierung/Merkmalsdimensionierung im deutschen Möbelfachhandel



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, Möbelatlas 2015, Übersicht 10

Des Weiteren werden sich für näher am Projektstandort liegende Anbieter tendenziell höhere Umsatzverluste ergeben, da mit abnehmender Erreichbarkeit und der Zunahme von Einkaufsalternativen im weiteren Umfeld weniger Kunden zu dem Vorhabenstandort tendieren. Dies resultiert aus der Tatsache, dass für

83 vgl. auch Definition der Betriebstypen in Anlage 2.

den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird.

Die folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in den beiden Zonen des Kerneinzugsgebietes (vgl. Tab. 25 i.V.m. Tab. 16).

Tabelle 26: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Projektvorhabens im Einzugsgebiet

	Zone I			Zone II			Gesamt		
	IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR		Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	231,53*	8,71	3,8	241,82	6,06	2,5	473,35	14,77	3,1
Randsortimente:									
Haushaltswaren	36,05	0,42	1,2	69,49	0,46	0,7	105,54	0,88	0,8
Raumausstattung	9,14	0,17	1,9	26,74	0,17	0,6	35,88	0,34	0,9
Elektrowaren	49,28	0,41	0,8	104,46	0,28	0,3	153,74	0,69	0,4
Gesamt	326,00	9,72	3,0	442,51	6,96	1,6	768,51	16,68	2,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September/Oktober 2016

* Anmerkung: Bei dem Bestandsumsatz in der Zone I wurde der von den beiden Höffner-Möbelhäusern getätigte Umsatz (45,56 Mio. EUR, vgl. Tab. 23/24) subtrahiert, da die Möbelhäuser naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung am Standort betroffen werden können.

Die **Möbelanbieter**, die im Kerneinzugsgebiet von Höffner liegen, werden in Summe einen durchschnittlichen Umsatzverlust von rd. 3 % zu verkraften haben. Dieser Wert der Umsatzverlagerung liegt mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 17), sodass lediglich von einer geringfügigen Intensivierung des Wettbewerbs auszugehen ist. Etwai-ge Abschmelzungstendenzen sind primär aus diesen Werten der Umsatzrückgänge nicht abzuleiten, ebenso wie ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgenden Trading-down-Tendenzen) auszuschließen ist.

Die Umsatzverluste der **sonstigen Anbieter**, d.h. von Einzelhandelsbetrieben der Branchen Haushaltswaren, Raumausstattung und Elektrowaren liegen durchschnittlich unter 1 %. Auf Basis dieses geringen Umsatzverlustes ist nicht von einer Abschmelzung von bestehenden Anbietern in dem Untersuchungsgebiet auszugehen, sodass durch die erweiterten Randsortimentsabteilungen keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten sind.

Die vorstehend ermittelten Werte der Umsatzverlagerung stellen einen Durchschnittswert innerhalb der beiden Zonen dar. Auf Basis der jeweiligen betriebstypenspezifischen Ausrichtung der betroffenen Betriebe und der Entfernung zum Vorhabenstandort werden die einzelnen Anbieter naturgemäß in unterschiedlichem Ausmaß von dem Erweiterungsvorhaben von Höffner betroffen sein. Deshalb wird in Folge eine Betrachtung der jeweiligen ortsspezifischen Auswirkungen vorgenommen.

In der Landeshauptstadt **Erfurt** wird durch das Höffner-Projektvorhaben im Möbelhandel eine durchschnittliche Umsatzumverlagerung von knapp 3 % der lokalen Bestandsumsätze ausgelöst. Auf Basis dieses Wertes, der mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unterhalb des Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit von rd. 10 % liegt (vgl. Tab. 17), ist keine Absiedlung eines Bestandsanbieters zu erwarten. In den untersuchungsrelevanten Randsortimenten liegt die Umsatzumverteilungsquote mit maximal knapp 2 % noch niedriger.

Folgende Tabelle stellt die prognostizierten Werte nach dem Angebot in zentralen Versorgungsbereichen und außerhalb dieser Lagen (vgl. Tab. 7) dar.

Tabelle 27: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Erfurt

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	2,25	0,04	1,8	136,49*	3,55	2,6	138,74	3,59	2,6
Haushaltswaren	16,45	0,21	1,3	12,04	0,14	1,2	28,49	0,35	1,2
Raumausstattung	2,57	0,04	1,6	5,78	0,10	1,7	8,35	0,14	1,7
Elektrowaren	10,98	0,07	0,6	28,80	0,27	0,9	39,78	0,34	0,9

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

* Anmerkung: Bei dem Bestandsumsatz in der Zone I wurde der von den beiden Höffner-Möbelhäusern getätigte Umsatz (45,56 Mio. EUR, vgl. Tab. 23/24) subtrahiert, da die Möbelhäuser naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung am Standort betroffen werden können.

Die absatzwirtschaftlich betroffenen Möbelanbieter sind in Erfurt – mit Ausnahme von IKEA – vorwiegend im preisorientierten Discountbereich etabliert. Für den flächenseitig größten Anbieter, die Fa. Preis Rebell in der Apoldaer Straße, sind Umsatzverluste von rd. 5 % zu erwarten. Dieses mehretägige Möbelhaus besitzt eine sehr gute Standortqualität, da sich der Betrieb an einer innerörtlichen Verkehrsachse befindet und zudem sehr gut von diesem Verkehrsträger einsehbar ist. Ferner befindet sich Preis Rebell im Standortverbund mit zwei weiteren Einrichtungsanbietern (Hammer Heimtextilienmarkt, Dänisches Bettenlager), sodass optimale Kopplungen möglich sind und ferner aus Kundensicht ein leistungsfähiger Einrichtungsstandort besteht.

Des Weiteren handelt es sich bei Preis Rebell um einen leistungsstarken Anbieter, der zur Finke-Gruppe⁸⁴ gehört. Auf Basis der zu erwartenden Umsatzrückgänge von rd. 5 %, die deutlich unterhalb des sog. Abwägungsschwellenwertes von rd. 10 % liegen werden (vgl. Tab. 17), ist keine Absiedlung dieses discountorientierten Möbelhauses zu erwarten.

Für das im nördlichen Bereich der Stadt Erfurt befindliche Möbelhaus Roller sind Umsatzverluste von rd. 4 % zu prognostizieren. Auf Grund der klaren Discountstrategie, die das Möbelhaus verfolgt, und der somit andersartigen Positionierung (vgl. Abb. 18) sind nur verhältnismäßig geringe Umsatzverluste zu erwarten. Diese sind definitiv als verkraftbar zu bewerten, da es sich bei Roller um den größten Möbeldiscountanbieter handelt, der zudem im gesamten deutschen Möbelhandel in Bezug auf den generierten Umsatz eine Spitzenposition⁸⁵ einnimmt.

Da sich das Möbelhaus Roller ferner in einer verkehrlich gut erreichbaren Lage befindet und zudem von der Autobahn gut anfahrbar ist, ist – auch hinsichtlich der konzeptkonformen Größe dieses Möbelhauses von über 7.000 m² – von einer hohen Stabilität dieser Filiale auszugehen. Demzufolge ist ein vorhabenbedingter Rückzug dieses Möbelhauses mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Der Filialist Poco Domäne besitzt ebenfalls eine klare Discountorientierung (vgl. Abb. 18) und ist somit insbesondere gegenüber dem Höffner-Einrichtungshaus andersartig positioniert. Ferner führt Poco – im Vergleich zu anderen Möbeldiscountern – grundsätzlich ein umfangreicheres Randsortiment, da neben Möbeln u.a. Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Wohnaccessoires, Haushaltswaren, Elektrogeräte und Ge-

84 Finke betreibt derzeit neben 6 Wohnkaufhäusern unter der Schiene Preis Rebell auch 4 Möbeldiscountmärkte.

85 Möbel Roller ist mit einem Umsatz von rd. 1.375 Mio. EUR der viertgrößter Möbelanbieter in Deutschland und zählt demnach mit zu den Marktführern im Möbelhandel.

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, Möbelatlas 2015, Übersicht 2.

schenkartikel im relativ großen Umfang angeboten werden. Außerdem können fast alle Waren i.d.R. sofort mitgenommen werden, was bezüglich der Warenverfügbarkeit zu einer hohen Kundenakzeptanz führt.

Die Umsatzverluste von rd. 3 %, die durch die Umstrukturierung von Höffner ausgelöst werden, sind für diesen Anbieter grundsätzlich als hinnehmbar einzustufen. Dies ergibt sich insbesondere aus der Leistungsfähigkeit von Poco, da dieser Anbieter mit Möbel Roller und Möbel Boss mit die höchste Filialanzahl in Deutschland⁸⁶ besitzt. Demnach ist von einer hohen Stabilität dieses Anbieters auszugehen.

Die drei Filialen von Multipolster in Erfurt werden jeweils Umsatzverluste von rd. 2 % hinnehmen müssen; mit der Schließung einer Filiale ist bezüglich der geringen Umsatzrückgänge somit nicht zu rechnen. Die im Verhältnis zum Durchschnittswert geringer ausfallenden Umsatzverluste resultieren dabei aus der Ausrichtung von Multipolster, welcher der größte Spezialanbieter für Polstermöbel ist.⁸⁷ Multipolster führt ein relativ schmales Sortiment, das vor allem auf Polstermöbel mit einem günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis fokussiert ist. Auf Grund der hohen Sortimentstiefe innerhalb dieser Warengruppe können die Polstermärkte jedoch eine hohe Kompetenz aufbauen und sich so vom Wettbewerb abheben.

Die Umsatzverluste von IKEA werden mit rd. 1 % relativ gering ausfallen. Dies resultiert insbesondere aus dem andersartigen Konzept und der hohen Leistungsstärke dieses Möbelanbieters, da sich IKEA mit Abstand zum größten Möbelhandelsunternehmen in Deutschland entwickelt hat. Das deutschlandweit gültige IKEA-Konzept hebt sich dabei von „traditionellen“ Einrichtungshäusern ab, da IKEA standortunabhängig ein identisches Sortiment anbietet, das eine nordische bzw. skandinavische Lebensatmosphäre vermittelt und einen Design-Charakter ausstrahlt. Der Großteil des Sortiments setzt sich aus Mitnahmemöbeln zusammen, wodurch IKEA nicht die Auswahltiefe eines Einrichtungshauses aufweist. Ferner führt IKEA einen hohen Anteil an sog. Randsortimenten, die meist bei rd. 30 % der Verkaufsfläche liegen. Bezüglich der dargestellten sortiments- und konzeptseitigen Unterschiede ist daher lediglich eine geringere absatzwirtschaftliche Beeinträchtigung von IKEA abzuleiten.

Für die restlichen Erfurter Möbelanbieter, die in Bezug auf ihre Sortimentsausrichtung bzw. auch ihr Preisniveau nicht direkt mit dem Projektvorhaben in Konkurrenz stehen, ergeben sich nur marginale Umsatzverluste. Diese werden nicht zu einem Rückzug von Bestandsanbietern, insbesondere in zentralen Versorgungsbereichen⁸⁸ führen.

Grundsätzlich ist auch zu konstatieren, dass durch die Flächenerhöhung des Möbelhauses Höffner der Entwicklung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichs nicht entgegengewirkt wird. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre bspw. anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren Ansiedlungsvorhabens in der Erfurter Innenstadt gefährdet wäre. Hierzu ist anzumerken, dass grundsätzlich heute und auch zukünftig die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für ein großflächiges Möbelhaus nicht gegeben sind. Der Immobilienbestand der Erfurter Altstadt setzt sich aus einer kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen, sodass mögliche Potenzialflächen, die für eine Bebauung infrage kommen würden, augenscheinlich nicht vorhanden sind. Somit ist prinzipiell eine negative Beeinträchtigung der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO – auch zukünftig – nicht möglich.

Des Weiteren sind die für ein Möbelhaus notwendigen Standortvoraussetzungen auch bezüglich der Erreichbarkeit, des induzierten Verkehrs und der logistischen Voraussetzung (Anfahrbarkeit des Lieferverkehrs) im Zentrum von Erfurt nicht gegeben. Als Ergebnis ist demnach festzuhalten, dass die Nachfrage nach Möbeln somit auch zukünftig zum großen Teil außerhalb des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches erfolgen wird.

Die Umsatzrückgänge in den untersuchungsrelevanten Randsortimenten, d.h. in den Branchen Haushaltswaren, Raumausstattung und Elektrowaren liegen in Summe zwischen 1 bis 2 % (vgl. Tab. 27). Somit sind

86 Poco Domäne zählt – wie Möbel Roller und Möbel Boss – zu den anzahlmäßig größten Möbelfilialisten. Diese Anbieter betreiben deutschlandweit jeweils deutlich über 100 Filialen.

87 Multipolster ist ein familiengeführtes Unternehmen und betreibt derzeit rd. 40 Filialen in Deutschland.

88 Die zentralen Versorgungsbereiche werden aus dem Zentrenkonzept übernommen, das derzeit in der Entwurfsfassung vorliegt. Quelle: Junker + Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 für die Landeshauptstadt Erfurt (Entwurf), Karte 7.

bezüglich der geringen Höhe keine Absiedlungstendenzen von Bestandsbetrieben erkennbar. Dies trifft vor allem auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche – insbesondere die Erfurter Innenstadt – zu, sodass für diese Bereiche keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind.

Die Umsatzverluste liegen in allen betrachteten Branchen jeweils einzelbetrieblich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR. Da sich unterhalb dieses Betrags – auch gemäß der Rechtsprechung⁸⁹ – die Umsatzumlenkungsquoten nicht mehr hinreichend genau ermitteln lassen, sind grundsätzlich keine schädlichen Auswirkungen anzunehmen. Dies wird beispielsweise in der Branche Haushaltswaren deutlich, da sich die prognostizierten Umsatzverluste von rd. 0,21 Mio. EUR (vgl. Tab. 27) auf insgesamt 34 Betriebe verteilen. Somit liegen die rechnerischen Umsatzverluste je Betrieb deutlich unterhalb der vorstehenden Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,10 Mio. EUR. Somit ist eine Schädigung, insbesondere von Magnetanbietern in zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen.⁹⁰

Des Weiteren ist grundsätzlich eine negative Beeinträchtigung der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO in Erfurt nicht anzunehmen. Dies beruht insbesondere auf dem derzeitigen flächenseitigen Bestand der projektrelevanten Randsortimente, die bereits eine Verkaufsfläche von rd. 11.730 m² einnehmen (vgl. Tab. 7). Somit sind diese Sortimentsgruppen bereits flächenmäßig umfänglich ausgeprägt, was auch in den hohen gesamtstädtischen Zentralitätswerten⁹¹ deutlich wird. Demzufolge bleibt auch bezüglich des geringen Flächenanteils der zusätzlichen Verkaufsflächen von insgesamt rd. 400 m² (vgl. Tab. 3) der weitere sortimentsseitige Schwerpunkt in zentralen Versorgungsbereichen bestehen. Eine Weiterentwicklung dieser Sortimente bzw. eine Ansiedlung von weiteren Flächen ist grundsätzlich möglich, zumal gerade in der Erfurter Innenstadt gute Ansiedlungschancen in Bezug auf mögliche Kopplungspotenziale und Synergien innerhalb der Sortimente und zu artverwandten Branchen bestehen.

Die folgende Übersicht weist die prognostizierten Umsatzverluste der strukturprägenden Anbieter in Erfurt aus.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern⁹² in Erfurt

Erfurt	Preis Rebell (Apoldaer Straße – kein zVB)	rd. 5 %
Erfurt	Möbel Roller (August-Röbling-Straße – kein zVB)	rd. 4 %
Erfurt	Poco Domäne (Am Rosenberg – kein zVB)	rd. 3 %
Erfurt	Multipolster (Weimarische Straße – kein zVB)	rd. 2 %
Erfurt	Multipolster (Gothaer Straße – kein zVB)	rd. 2 %
Erfurt	Multipolster (Salinenstraße – kein zVB)	rd. 2 %
Erfurt	IKEA (Eisenacher Straße – kein zVB)	rd. 1 %

Die Umsatzverlagerungen aus dem **Ilm-Kreis**, die durch die geplante Umstrukturierung der Höffner-Möbelhäuser in dieser Region ausgelöst werden, liegen in der Möbelbranche bei durchschnittlich rd. 3 %. Somit sind Umsatzabflüsse zu erwarten, die bezüglich der geringen Höhe grundsätzlich von den bestehenden lokalen Anbietern kompensiert werden können. Die nachstehende Tabelle zeigt die gesamten Umsatzverlagerungen aus dem Ilm-Kreis, wobei in Anlage 3 eine kleinräumigere Aufstellung eingefügt ist.

89 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.

90 Dies trifft insbesondere auf wichtige Ankerbetriebe in der Erfurter Innenstadt, wie bspw. Karstadt (Anger), WMF (Bahnhofstraße) oder Stilleben (Krämerbrücke) zu.

91 vgl. Junker + Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 für die Landeshauptstadt Erfurt (Entwurf), Tab. 13. Die Zentralität der Branche Elektrogeräte bzw. Elektronik liegt bei 1,24 bzw. 1,39, für Wohneinrichtung bei 2,30 und für Glas, Porzellan, Keramik/ Haushaltswaren angabengemäß sogar bei 2,53.

92 Als strukturprägende Anbieter werden Möbelmärkte ab einer Verkaufsfläche von rd. 2.000 m² eingestuft (vgl. Anlage 2).

Tabelle 28: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Ilm-Kreis

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR		Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	1,03	0,01	1,0	31,21	1,03	3,3	32,24	1,04	3,2
Haushaltswaren	3,60	0,06	1,7	10,14	0,08	0,8	13,74	0,14	1,0
Raumausstattung	0,64	0,01	1,6	1,20	0,03	2,5	1,84	0,04	2,2
Elektrowaren	1,37	0,01	0,7	16,12	0,09	0,6	17,49	0,10	0,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

In **Arnstadt** ist von dem Höffner-Projektvorhaben maßgeblich das Möbelhaus Kieppe betroffen, das in einer autokundenorientierten Lage an der Ichtershäuser Straße verortet ist. Die einzelbetrieblichen Umsatzverluste werden für diesen Anbieter bei rd. 4 % liegen, sodass bei diesem Wert des Umsatzrückgangs keine Absiedlung anzunehmen ist. Ferner befindet sich das Möbelhaus in einer attraktiven Fachmarktlage bzw. Agglomeration, wobei umliegende Fachmärkte (u.a. Hellweg, Lidl, REWE, Medi Max, Dänisches Bettenlager, ATU) gute Kopplungen und Synergieeffekte bedingen.

Die monetären Auswirkungen auf die anderen Möbelanbieter in Arnstadt werden gering ausfallen, da die einzelbetrieblichen Umsatzverluste deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR liegen. Dies resultiert insbesondere aus der andersartigen Sortimentsausrichtung (gerade in Bezug auf Preis, Sortiment oder Konzept) der bestehenden Anbieter. Ferner ist eine negative Beeinträchtigung der beiden zentralen Versorgungsbereiche⁹³ prinzipiell auszuschließen, da hier im Segment Möbel keine Angebote bestehen und demnach keine Auswirkungen möglich sind.

Die Umsatzrückgänge in den anderen projektrelevanten Branchen liegen in Summe und demnach auch einzelbetrieblich deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze (0,10 Mio. EUR). Somit sind durch die – verhältnismäßig geringe – flächenseitige Erweiterung der Randsortimentsabteilungen von Höffner keine negativen Auswirkungen auf die betroffenen Bestandsbetriebe in Arnstadt zu erwarten. Eine Schädigung, insbesondere des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches, ist daher auszuschließen.

In **Ilmenau** wird das Möbelangebot durch das Möbelhaus Schulze geprägt, das im Verbund mit dem betriebseigenen Möbeldiscounter SB Hit Möbel liegt. Die Standortqualität (u.a. Erreichbarkeit, Autobahnnähe, Fernwirkung, Sichtbarkeit) stellt sich für den Betreiber optimal dar. Somit besteht in Kombination der beiden Vertriebskonzepte ein leistungsfähiger Möbelstandort, wodurch die zu erwartenden Umsatzverluste von 2 bis 3 % als verkraftbar einzustufen sind. Insbesondere auf Grund der Höhe dieser Erlösrückgänge ist weder eine Absiedlung dieses Möbelhauses noch des nebenliegenden Möbeldiscounters zu erwarten.

Für die anderen Ilmenauer Möbelanbieter ergeben sich nur marginale Umsatzrückgänge, sodass ein Rückzug dieser Betriebe nicht zu erwarten ist. Die geringen Auswirkungen resultieren insbesondere aus der differenzierten Sortimentsausrichtung dieser Anbieter im Vergleich zu den Höffner-Möbelhäusern.

In den betrachteten Randsortimenten sind für Ilmenauer Betriebe – wie bereits in Arnstadt festgestellt – nur marginale Umsatzrückgänge zu erwarten, die in Summe unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Eine schädliche Beeinträchtigung von bestehenden Anbietern – insbesondere auch in zentralen Versorgungsbereichen⁹⁴ – ist daher nicht zu prognostizieren.

93 In Arnstadt wurden mit dem Innenstadtzentrum Altstadt und dem Nahversorgungszentrum Goethestraße zwei zentrale Versorgungsbereiche definiert.

Quelle: Stadt + Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Arnstadt (02.10.2014).

94 In Ilmenau sind neben dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zwei Nahversorgungszentren (Pörlitzer Höhe, Am Stollen) ausgewiesen.

Quelle: Junker und Kruse, Einzelhandelskonzept für die Goethe- und Universitätsstadt Ilmenau (Juli 2012).

Im **Ilm-Kreis** bzw. in dem Kreisgebiet, welches im Kerneinzugsgebiet (Zone I/II) von Möbel Höffner liegt, sind lediglich für den Möbeldiscounter Die Möbelpiraten in Martinroda messbare Auswirkungen zu erwarten. Der Umsatzrückgang dieses Anbieters ist auf rd. 2 % seines Bestandsumsatzes zu beziffern, weshalb bezüglich der geringen Höhe eine vorhabeninduzierte Schließung dieses Möbelmarktes nicht zu erwarten ist.

Die monetären Auswirkungen auf die anderen Möbelanbieter und auch die Betriebe, welche die relevanten Randsortimente anbieten, sind einzelbetrieblich nicht nachweisbar. Somit sind negative Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen im Ilm-Kreis mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Die folgende Übersicht stellt zusammenfassend die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die strukturprägenden Möbelanbieter im Ilm-Kreis dar. Bezüglich der geringen Höhe der Umsatzrückgänge (vgl. Tab. 17) wird deutlich, dass eine vorhabeninduzierte Absiedlung dieser Betriebe nicht realistisch ist.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern im Ilm-Kreis

Arnstadt	Möbel Kieppe (Ichtershäuser Straße – kein zVB)	rd. 4 %
Ilmenau	Einrichtungshaus Schulze (Erfurter Straße – kein zVB)	rd. 3 %
Ilmenau	SB Hit Möbel (Erfurter Straße – kein zVB)	rd. 2 %
Martinroda	Die Möbelpiraten (Arnstädter Straße – kein zVB)	rd. 2 %
Ilmenau	Möbelwelt (Weimarer Straße – kein zVB)	rd. 1 %

Mit dem Hinzutreten der zusätzlichen Höffner-Verkaufsfläche werden im **Landkreis Gotha** in der Möbelbranche Umsatzverlagerungen von knapp 0,8 Mio. EUR induziert. Dies entspricht einem durchschnittlichen Umsatzverlust von unter 3 % des Bestandsumsatzes des Möbelhandels in diesem Gebiet (vgl. Tab. 9), sodass auf Grund dieses Wertes keine Abschmelzungstendenzen von bestehenden Möbelanbietern ersichtlich sind.

Tabelle 29: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen im Landkreis Gotha

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR		Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	1,30	0,02	1,5	26,69	0,74	2,8	27,99	0,76	2,7
Haushaltswaren	6,93	0,07	1,0	4,53	0,03	0,7	11,46	0,10	0,9
Raumausstattung	0,67	0,01	1,5	1,38	0,02	1,4	2,05	0,03	1,5
Elektrowaren	8,19	0,02	0,2	8,13	0,04	0,5	16,32	0,06	0,4

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

In der Kreisstadt **Gotha** ist mit dem über 8.000 m² großen Anbieter Möbel Roller ein discountorientiertes Möbelhaus vorhanden, das über eine attraktive Ausstellung verfügt. Das Möbelhaus befindet sich in einer Gewerbegebietslage in einer leistungsfähigen Fachmarkttagglomeration, sodass sehr gute Kopplungsmöglichkeiten zu den umliegenden Anbietern (u.a. Herkules Verbraucher-/Baumarkt, Aldi, Fressnapf, Dänisches Bettenlager, Euronics, Thomas Philipps) bestehen. Bezüglich der Lage an der Bundesstraße B 247 und der Nähe zur Autobahn A 4 ist eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit gegeben. Auf Grund der

genannten Standortfaktoren und der Leistungsfähigkeit von Möbel Roller⁹⁵ ist ein Rückzug dieses Anbieters mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Mit dem Möbelmarkt Gotha besteht ein zweiter discountorientierter Möbelerbieter, der in einer Gewerbegebietslage im südlichen Stadtgebiet auf über 2.000 m² Verkaufsfläche angesiedelt ist. Bei diesem Anbieter handelt es sich um ein unterdurchschnittlich attraktives Möbelhaus, was insbesondere auf die wenig ansprechende Außendarstellung und die Möbelausstellung zurückzuführen ist. Die Umsatzverluste sind für diesen Anbieter auf rd. 2 % zu schätzen, sodass trotz der unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit keine vorhabeninduzierte Absiedlung dieses Marktes zu erwarten ist.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die anderen Möbelerbieter in Gotha (diverse Fachmärkte, Küchen- und Spezialstudios) werden auf Grund der Sortimentsausrichtung bzw. Spezialisierung dieser Betriebe gering ausfallen und nicht zu einer Absiedlung führen. Grundsätzlich ist keine Schädigung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches zu erwarten, da hier mit einem Matratzen- und einem Wasserbettenstudio lediglich zwei – absatzwirtschaftlich nicht betroffene – Spezialanbieter verortet sind. In den restlichen zentralen Versorgungsbereichen⁹⁶ ist in der Möbelbranche kein Angebot vorhanden, da dieser Bereiche funktionsgerecht auf die Nahversorgung ausgerichtet sind.

In den projektrelevanten Randsortimenten sind für betroffene Betriebe keine einzelbetrieblichen Auswirkungen nachweisbar. Im gesamtstädtischen Maßstab werden durch die erweiterten Randsortimentsabteilungen der beiden Höffner-Häuser Umsatzverteilungen ausgelöst, die unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze bzw. zum Teil unter 1 % der Bestandumsätze liegen (vgl. Anl. 4). Eine Schädigung der bestehenden Einzelhandelsstrukturen ist somit grundsätzlich auszuschließen.

Im **Landkreis Gotha** (bzw. in dem zum Kerneinzugsgebiet zählenden Teil) sind nur vereinzelt größere Möbelerbieter vorhanden. In Emleben handelt es sich um die Firma Marquardt Küchen, die eine überdurchschnittlich attraktive und leistungsfähige Küchenausstellung besitzt. Bezüglich der eindeutigen Spezialisierung und Positionierung dieses Anbieters sind nur marginale Umsatzverluste zu erwarten.

In Ohrdruf ist in einer städtischen Randlage ein unterdurchschnittlich attraktiver Möbelmarkt vorhanden, der in einer ebenerdigen Lagerhalle etabliert ist. Für diesen Markt sind Umsatzrückgänge von rd. 2 % zu prognostizieren, sodass – trotz der geringen Attraktivität dieses Marktes – kein Rückzug dieses Anbieters zu erwarten ist.

Für die weiteren Möbelerbieter in dem Untersuchungsgebiet bzw. auch die relevanten Anbieter, welche die Randsortimente Haushaltswaren, Raumausstattung oder Elektrogeräte führen, sind keine einzelbetrieblichen Auswirkungen nachweisbar. Demnach sind negative Auswirkungen auf die bestehenden Handelsbetriebe, die auf eine Absiedlung deuten würden, nicht zu erwarten.

Die folgende Übersicht stellt überblicksartig die prognostizierten Umsatzrückgänge der strukturprägenden Anbieter in dem vorstehend untersuchten Gebiet dar.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern im LK Gotha

Gotha	Möbel Roller (Harjestraße – kein zVB)	rd. 3 %
Gotha	Möbelmarkt Gotha (Gerrit-Engelke-Straße – kein zVB)	rd. 2 %
Ohrdruf	Top SB-Möbel-Markt (Bahnhofstraße – kein zVB)	rd. 2 %
Emleben	Marquardt Küchen (Bahnhofstraße – kein zVB)	< 1 %

95 Möbel Roller ist mit einem Umsatz von rd. 1.375 Mio. EUR viertgrößte Möbelerbieter in Deutschland und zählt demnach mit zu den Marktführern im Möbelhandel in Deutschland.

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, Möbelatlas 2015, Übersicht 2.

96 In Gotha sind neben dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich vier Nahversorgungszentren (Coburger Platz, Schloßpark-Center, Städtischer Hof, Bertha-Schneyer-Straße) ausgewiesen.

Quelle: Stadt + Handel, Fortschreibung des Zentrenkonzeptes für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk in Gotha (17.11.2011).

Der nordwestliche Bereich des Kerneinzugsgebietes von Möbel Höffner (vgl. Karte 4) umfasst einen Teil des **Unstrut-Hainich-Kreises**, in welchem für die lokalen Möbelanbieter mit einem Umsatzabzug zwischen 0,3 bis 0,4 Mio. EUR zu rechnen ist. Bezüglich der geringen Höhe, die bei durchschnittlich rd. 2 % des Bestandsumsatzes liegen wird, ist nicht mit einer Abschmelzung von Bestandsbetrieben des Möbelhandels auszugehen. Gleiches trifft auch auf Betriebe mit den relevanten Randsortimenten zu.

Tabelle 30: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Unstrut-Hainich-Kreis

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	0,00	0,00	-	17,93	0,35	2,0	17,93	0,35	2,0
Haushaltswaren	0,97	0,01	1,0	2,32	0,01	0,4	3,29	0,02	0,6
Raumausstattung	0,34	0,01	2,9	0,09	0,00	-	0,43	0,01	2,3
Elektrowaren	0,00	0,00	-	0,44	0,00	-	0,44	0,00	-

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Das Möbelangebot wird in **Bad Langensalza** durch den Verbundstandort Homburger Weg geprägt; dort wird von Möbel Knappstein ein kleineres Einrichtungshaus mit rd. 6.000 m² und ein Möbeldiscounter mit knapp über 3.000 m² im Standortverbund geführt. Die Standortgegebenheiten sind als suboptimal zu bewerten, da sich die beiden Möbelhäuser in „zweiter Reihe“ im Gewerbegebiet befinden und die nachgenutzten Immobilien – insbesondere das Einrichtungshaus – in Bezug auf ihren bandförmigen Zuschnitt bzw. der Attraktivität (obgleich teilweiser Verblendung der Außenfassade) wenig ansprechend wirken. Trotz der beschriebenen Standortgegebenheiten ist ein vorhabeninduzierter Rückzug dieses Anbieters nicht zu erwarten, was insbesondere auf die geringen Umsatzverluste von lediglich rd. 2 % zurückzuführen ist.

In einem kleineren Fachmarktzentrum an der Tonnaer Straße, welches größtenteils leergezogen ist, belegt der discountorientierte Anbieter Die Möbelpiraten mit rd. 3.300 m² die Fläche eines vormaligen Baumarktes. Für diesen Möbelanbieter sind mit der Umsetzung der Höffner-Flächenerweiterung auf Grund der andersartigen, ausschließlich preisorientierten Positionierung (vgl. Abb. 18) Umsatzverluste von lediglich rd. 1 % zu prognostizieren, weshalb keine wesentliche Beeinträchtigung dieses Marktes zu erwarten ist. Die Umsatzrückgänge werden im Rahmen einer üblichen unterjährigen Umsatzschwankung liegen und für diesen Anbieter nicht spürbar sein.

Für die vereinzelt Anbieter in Bad Langensalza, welche die relevanten Randsortimente führen, sind auf Grund der geringen Umsatzverluste (vgl. Anl. 5) definitiv keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten. Dies trifft sowohl für Betriebe im (faktischen) innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich als auch außerhalb dieses Bereiches zu.

Außerhalb von Bad Langensalza bzw. in dem restlichen Bereich des Einzugsgebiets im **Unstrut-Hainich-Kreis** sind keine weiteren Möbelanbieter vorhanden. In den anderen projektrelevanten Branchen besteht lediglich ein rudimentäres Angebot, wobei hier nur marginale monetäre Auswirkungen ausgelöst werden. Eine Schädigung der bestehenden Angebotsstrukturen ist auf Grund der geringen Umsatzumverlagerungen nicht zu sehen.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern im Unstrut-Hainich-Kreis

Bad Langensalza	Möbel Knappstein (Homburger Weg – kein zVB)	rd. 2 %
Bad Langensalza	Der Wohnsparmärkte (Homburger Weg – kein zVB)	rd. 1 %
Bad Langensalza	Die Möbelpiraten (Tonnaer Straße – kein zVB)	rd. 1 %

Zusammenfassend werden in diesem Bereich des Untersuchungsgebietes lediglich die genannten strukturprägenden Möbelanbieter tangiert werden, wobei eine Absiedlung angesichts der geringen Höhe der Umsatzverluste auszuschließen ist.

Nach der Erweiterung bzw. Umstrukturierung der Höffner-Möbelhäuser ist in dem untersuchungsrelevanten Teil des **Landkreises Sömmerda** mit Umsatzumlenkungseffekten von knapp 5 % des aktuellen Bestandsumsatzes zu rechnen. Dieser Wert liegt über dem durchschnittlichen Wert der Umsatzverlagerung von rd. 3,1 % (vgl. Tab. 26), da in Elxleben jeweils ein angebotsaffines Wohnkaufhaus und ein Möbeldiscounter ansässig sind, die verstärkt von dem Projektvorhaben betroffen sein werden.

Tabelle 31: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Landkreis Sömmerda

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	0,00	0,00	-	56,09	2,68	4,8	56,09	2,68	4,8
Haushaltswaren	1,03	0,02	1,9	2,25	0,03	1,3	3,28	0,05	1,5
Raumausstattung	0,00	0,00	-	4,50	0,03	0,7	4,50	0,03	0,7
Elektrowaren	0,47	0,01	2,1	1,69	0,01	0,6	2,16	0,02	0,9

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

In der Kreisstadt **Sömmerda** ist mit Möbel Roller ein discountorientiertes Möbelhaus angesiedelt, das auf knapp 6.000 m² ein gut strukturiertes und preislich attraktives Möbelangebot zeigt. Das Möbelhaus befindet sich an einem verkehrlich gut erreichbaren Standort im Einkaufspark Offenhain, in dem zahlreiche weitere leistungsstarke Fachmarktanbieter (u.a. Kaufland, Lidl, dm, Deichmann, Takko, Charles Vögele, KIK, Fressnapf, OBI Hammer Heimtextilienmarkt) verortet sind. Insbesondere die hier befindlichen Anbieter OBI und Hammer bedingen dabei in Kopplung zu Roller eine hohe Sortimentskompetenz innerhalb der Einrichtungsbranche, sodass aus Kundensicht ein attraktiver Verbundstandort besteht. Da es sich bei Roller um einen leistungsstarken Anbieter handelt und zudem die Standortqualität⁹⁷ als sehr gut zu bewerten ist, sind die für dieses Möbelhaus prognostizierten Umsatzverluste von rd. 2 % problemlos zu verkraften.

Die anderen Möbelanbieter und die Anbieter der projektrelevanten Randsortimente werden nur marginale Umsatzverluste hinnehmen müssen, die einzelbetrieblich auf Grund der geringen Höhe nicht spürbar sein werden (vgl. Anl. 6). Somit ist eine negative Beeinträchtigung der Bestandsstrukturen insbesondere in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich bzw. auch in anderen Lagen in Sömmerda nicht zu erwarten.

In Elxleben im **Landkreis Sömmerda** ist bereits seit dem Jahr 1993 das Möbelhaus Finke verortet. Dieses Wohnkaufhaus bietet ein Vollsortiment an und ist durch eine attraktive Ausstellung geprägt. Die Standortqualität ist aus Betreibersicht als sehr gut zu werten, da das Möbelhaus direkt an die vierspurige Bundesstraße B 4 angebunden ist und sich zudem in Autobahnnähe befindet. So stellt sich die Erreichbarkeit, aber auch die Fernwirkung bzw. Sichtbarkeit dieses Anbieters als optimal dar. Am Standort ist mit Möbel Boss zudem ein Möbeldiscounter vorhanden, sodass aus Kundensicht ein umfängliches und auch preislich polarisiertes Angebot gezeigt werden kann. Beide Betriebe können dabei von gegenseitigen Kundenzuführungseffekten profitieren.

⁹⁷ Das Möbelhaus von Roller befindet sich erst seit kurzer Zeit am Markt, da diese Filiale im 3. Quartal 2015 eröffnet wurde. An dem Standort war jedoch langjährig ein mittelständisches Möbelhaus (Möbel Renner) etabliert, sodass diese Einkaufslage eine Vorprägung in Bezug auf den Möbelhandel besitzt.

Bezüglich der sehr guten Standortqualität sowie der Attraktivität und Leistungsfähigkeit von Finke ist davon auszugehen, dass die prognostizierten Umsatzverluste von rd. 5 % seitens dieses Möbelhauses verkraftet werden können. Da es sich zudem um einen Filialanbieter mit einer gewissen Marktdurchdringung und Marktstärke⁹⁸ handelt, ist eine Schließung dieser Filiale nicht realistisch.

Für den vorstehend genannten Möbeldiscounter Boss, der sich im Standortverbund mit Finke befindet, sind Umsatzverluste von rd. 4 % zu erwarten. Bezüglich der bereits beschriebenen optimalen Standortqualität und auch der hohen Leistungsfähigkeit von Möbel Boss⁹⁹ ist ein Rückzug dieses Anbieters von dem Standort in Elxleben mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

Für die bestehenden Anbieter, welche die relevanten Randsortimente Haushaltswaren, Raumausstattung oder Elektrogeräte führen, sind jeweils keine einzelbetrieblichen Auswirkungen nachweisbar. Die Umsatzverluste liegen jeweils in Summe (vgl. Anl. 6) bereits deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR, sodass hieraus keine Abschmelzung von bestehenden Handelsbetrieben abzuleiten ist.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern im LK Sömmerda

Elxleben	Finker (Vor dem Dorfe – kein zVB)	rd. 5 %
Elxleben	Möbel Boss (Vor dem Dorfe – kein zVB)	rd. 4 %
Sömmerda	Möbel Roller (Rohrborner Chaussee – kein zVB)	rd. 2 %

Nach der Umstrukturierung des Höffner-Standortes werden sich auch wettbewerbliche Effekte auf den östlich von Erfurt liegenden Landkreis **Weimarer Land** und die kreisfreie Stadt Weimar ergeben, die in Summe auf knapp 5 % des Umsatzes des hier verorteten Möbelhandels zu beziffern sind.

Tabelle 32: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen im Landkreis Weimarer Land (inkl. Weimar)

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen	%	IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen	%	IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen	%
	Mio. EUR	Mio. EUR		Mio. EUR	Mio. EUR		Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	1,01	0,02	2,0	61,19	3,04	5,0	62,20	3,06	4,9
Haushaltswaren	6,90	0,06	0,9	4,44	0,04	0,9	11,34	0,10	0,9
Raumausstattung	0,66	0,01	1,5	4,91	0,03	0,6	5,57	0,04	0,7
Elektrowaren	13,36	0,07	0,5	0,64	0,01	1,6	14,00	0,08	0,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

In **Apolda** besteht – im Verhältnis zur Stadtgröße – ein geringes Angebot an Möbelhändlern. Neben einem Fachmarkt (Dänisches Bettenlager) sind lediglich vereinzelt mittelständische Anbieter vorhanden. Die rechnerisch ermittelten Umsatzverluste werden für die Bestandsanbieter in Summe bei 0,05 Mio. EUR (vgl. Anl. 7) und somit deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze¹⁰⁰ liegen. Somit sind für die einzelnen

98 Finke betreibt derzeit 6 Wohnkaufhäuser und 4 Möbeldiscountmärkte („Preis Rebell“).

99 Möbel Boss zählt – wie Möbel Roller und Poco Domäne – zu den anzahlmäßig größten Möbelfilialisten. Diese Anbieter betreiben deutschlandweit jeweils deutlich über 100 Filialen.

100 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.

Anbieter keine schädlichen Auswirkungen nachweisbar, zumal in den definierten zentralen Versorgungsbereichen¹⁰¹ keine Möbelanbieter verortet sind.

Die zu erwartenden Umsatzverluste für die relevanten Anbieter von Randsortimenten sind für die bestehenden Handelsbetriebe in Apolda ebenfalls nicht nachweisbar, sodass diese Umsatzabflüsse für die jeweiligen Händler monetär nicht spürbar werden. Ein Rückzug von bestehenden Anbietern – insbesondere aus dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich in Apolda – ist daher auszuschließen.

Den Großteil der Umsatzzumverlagerungen, den das Umstrukturierungsvorhaben von Möbel Höffner aus dem **Landkreis Weimarer Land** hervorruft, werden die beiden Möbelhäuser von Rieger in Mönchenholzhäusern zu verkraften haben. Möbel Rieger betreibt hier ein attraktives, mehrgeschossiges Einrichtungshaus sowie einen discountorientierten Möbelabholmarkt. Der Möbelstandort ist bereits langjährig, seit dem Jahr 1992 etabliert. Durch die beiden im Standortverbund liegenden Möbelhäuser kann ein umfängliches, insbesondere auch preislich differenziertes Angebot gezeigt werden.

Die Standortvoraussetzungen stellen sich aus Betreibersicht als sehr gut dar, da Rieger direkt an der hochfrequentierten und vierspurig ausgebauten Bundesstraße B 7 liegt. Die Fernwirkung des Möbelhauses und die gute Einsehbarkeit von diesem Verkehrsträger bewirken eine gute Werbeintensität für den Standort. Die Parkplatzanlage befindet sich direkt vor dem Möbelhaus bzw. dem Möbelabholmarkt und ist als ausreichend dimensioniert zu bewerten.

Im Fazit ist für Möbel Rieger eine gute Standortqualität zu attestieren, zumal keine Vorschädigungen an dem Standort festzustellen sind. Da es sich bei Rieger um einen Filialisten mit einer hohen Marktstärke bzw. Leistungsfähigkeit¹⁰² handelt, sind die prognostizierten Umsatzverluste von rd. 6 % für das Möbelhaus bzw. rd. 4 % für den Möbeldiscountmarkt als verkraftbar zu bewerten.

In dem Untersuchungsgebiet sind in verschiedenen kleineren Orten (u.a. Blankenhain, Buttelstedt, Kapellendorf, Kranichfeld, Niederroßla) weitere Möbelanbieter vorhanden. Die Umsatzverluste für diese Anbieter relativieren sich, da diese Betreiber eine Spezialisierung und keine dem Projektvorhaben vergleichbare Ausrichtung besitzen. Eine vorhabeninduzierte Absiedlung dieser Anbieter ist insbesondere bezüglich der geringen Höhe der Umsatzverluste nicht zu erwarten.

Das flächenseitige Möbelangebot wird in der kreisfreien Stadt **Weimar** durch das Möbelhaus Roller geprägt, das sich im Gewerbegebiet Süßenborn in dezentraler Lage befindet. Roller bietet auf knapp 7.000 m² Verkaufsfläche ein Discountkonzept und stellt das einzige Möbelhaus für Weimar dar. Die Umsatzverluste sind für diesen discountorientierten Anbieter bezüglich seiner Positionierung (vgl. Abb. 18) auf lediglich rd. 3 % zu beziffern und insbesondere auf Grund seiner Leistungsfähigkeit als hinnehmbar zu beschreiben. In dem Gewerbegebiet sind neben Roller weiterhin noch OBI, Multipolster¹⁰³ und ein Hammer-Einrichtungsmarkt verortet, weshalb gute Kopplungen und Kundenzuführeffekte innerhalb der genannten Anbieter möglich sind. Für die anderen Möbelanbieter in Weimar sind nur geringe Umsatzverluste zu erwarten, die einzelbetrieblich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze¹⁰⁴ liegen.

Die projektrelevanten Randsortimente werden in zahlreichen Weimarer Einzelhandelsbetrieben, vornehmlich auch in Innenstadtlage geführt. Bezüglich der geringen Umsatzabflüsse in diesen Segmenten – insbesondere im Vergleich zum bestehenden Angebot bzw. dem generierten Umsatz – ist eine Schädigung von bestehenden Betrieben nicht realistisch. Demnach sind in den flächenseitig gut ausgeprägten Branchen Haushaltswaren, Raumausstattung und auch Elektrowaren (vgl. Anl. 7) keine relevanten Umsatzabflüsse erkennbar, die zudem einzelbetrieblich relevant wären. Eine vorhabeninduzierte negative

101 In Apolda sind neben der Innenstadt noch zwei weitere zentrale Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentren) definiert. Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH.

102 Möbel Rieger betreibt insgesamt 6 Möbelhäuser, 4 Möbeldiscounter (Möbelabholmärkte) und 1 Küchenfachmarkt. Rieger ist dem Einkaufsverbund VME (Einrichtungspartnerring) angeschlossen, der zu den bundesweit 5 großen Einkaufskooperationen zählt.

103 Für Multipolster sind auf Grund der Spezialisierung dieses Anbieters Umsatzverluste von lediglich rd. 1 % anzunehmen.

104 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.

Beeinträchtigung, insbesondere des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches ist daher auszuschließen.

Umseitig eingefügte Übersicht zeigt die prognostizierten Umsatzrückgänge der strukturprägenden Anbieter in dem vorstehend dargestellten Untersuchungsgebiet.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern im LK Weimarer Land

Mönchenholzhausen	Möbel Rieger (Im Erfurter Tal – kein zVB)	rd. 6 %
Mönchenholzhausen	Rieger Discount (Im Erfurter Tal – kein zVB)	rd. 4 %
Weimar	Möbel Roller (Landhausallee – kein zVB)	rd. 3 %
Weimar	Multipolster (Landhausallee – kein zVB)	rd. 1 %
Blankenhain	Möbelstudio by Land (Rudolstädter Straße – kein zVB)	rd. 1 %

Das Einzugsgebiet der Zone II umfasst neben der kreisfreien Stadt Jena auch den westlichen Bereich des **Saale-Holzland-Kreises**. In dem gesamten Gebiet werden durch das Umstrukturierungsvorhaben von Höffner im hiesigen Möbelhandel durchschnittliche Umsatzverlagerungen von knapp über 2 % ausgelöst. Die zu erwartenden wettbewerblichen Auswirkungen liegen deutlich unterhalb des sog. Abwägungsschwellenwertes von rd. 10 % (vgl. Tab. 17), sodass sich aus diesem Wert kein „Anfangsverdacht“ für mögliche negative Auswirkungen ergibt.

Tabelle 33: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen im Saale-Holzland-Kreis (inkl. Jena)

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Möbel	1,47	0,02	1,4	76,66	1,86	2,4	78,13	1,88	2,4
Haushaltswaren	7,63	0,03	0,4	5,85	0,01	0,2	13,48	0,04	0,3
Raumausstattung	0,87	0,01	1,1	3,05	0,01	0,3	3,92	0,02	0,3
Elektrowaren	12,10	0,01	0,1	20,62	0,02	0,1	32,72	0,03	0,1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Das Möbelangebot in **Jena** wird durch die beiden Einrichtungshäuser Porta und Finke dominiert, die jeweils an dezentralen bzw. autokundenorientierten Standorten angesiedelt wurden. Das Möbelhaus Porta befindet sich im Jenaer Ortsteil Isserstedt und liegt im direkten Standortverbund mit Möbel Boss. Die Anbieter wurden im Jahr 2014 eröffnet und weisen ein modernes und attraktives Erscheinungsbild auf. Am Standort sind ferner ein kundenattraktives SB-Warenhaus und ein Baumarkt von Globus vorhanden, die als Frequenzbringer fungieren. Bezüglich der direkten Lage an der Bundesstraße B 7 besteht zudem eine sehr gute Erreichbarkeit. In Summe sind für diesen Standort keine Vorschädigungen festzustellen, sodass die rechnerisch ermittelten Umsatzrückgänge von rd. 3 % für Porta verkraftbar sind. Zudem handelt es sich bei Porta um einen leistungsstarken Wettbewerber, der mit zu den umsatzstärksten Möbelanbietern¹⁰⁵ in Deutschland zählt.

Bezüglich der vorstehend beschriebenen Standortqualität und der Leistungsfähigkeit von Möbel Boss werden die prognostizierten Umsatzverluste von rd. 2 % für diesen Anbieter nicht zu einer Gefährdung bzw. einem Rückzug von diesem Standort führen.

¹⁰⁵ Neben den insgesamt 22 Einrichtungshäusern betreibt Porta auch sehr erfolgreich die Discountschiene Möbel Boss. Das Unternehmen zählt mit zu den Top 5 im deutschen Möbelhandel.

Das Möbelhaus Finke ist ebenfalls durch eine sehr gute Standortqualität geprägt, was sich aus der hervorragenden verkehrlichen Erreichbarkeit bezüglich der Lage zur Autobahn A 4, der direkten Sichtachse und der hohen Werbewirksamkeit zu diesem Verkehrsträger und der guten Anfahbarkeit – insbesondere aus Jena bzw. dem regionalen Umfeld – ergibt. Am Standort ist u.a. mit Media Markt ein leistungsstarker Handelsmagnet vorhanden. Das Möbelhaus hat seine Ausstellung zwar auf zwei Gebäude verteilt, was als suboptimal zu werten ist. Bezüglich der sehr guten Standortqualität sind jedoch die zu erwartenden Umsatzverluste von rd. 2 % für das bereits langjährig bestehende Möbelhaus¹⁰⁶ definitiv als hinnehmbar zu werten.

Für die restlichen Möbelanbieter in Jena sind jeweils geringfügige Umsatzrückgänge zu erwarten, die nicht zu einem Rückzug von bestehenden Anbietern führen werden. Dies ist insbesondere aus der Spezialisierung dieser Anbieter, aber auch aus der gesamten Leistungsfähigkeit des Jenaer Einzelhandels und der hohen lokalen Kaufkraftbindung vor Ort abzuleiten. Da der überwiegende Teil bzw. insbesondere die strukturprägenden Möbelanbieter außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet sind, ist eine Schädigung der Jenaer Innenstadt bzw. ausgewiesener Nahversorgungslagen¹⁰⁷ nicht zu erwarten.

Dies trifft nicht nur auf das Möbelsortiment, sondern auch auf die untersuchten Randsortimente zu. Die Umsatzzumlenkungen von diesen Sortimenten liegen deutlich unter 1 % des Bestandsumsatzes, wobei auch auf Grund der absoluten Höhe keine einzelbetrieblichen Auswirkungen nachweisbar sind (vgl. Anl. 8).

Im umliegenden **Saale-Holzland-Kreis** bzw. dem zum Kerneinzugsgebiet gehörenden Teil ist in Rothenstein eine angebotsgleiche Filiale von Sconto-Möbel vorhanden. Für dieses Möbelhaus sind geringfügige Umsatzverlagerungen von rd. 1 % zu erwarten, da ein kleiner Teil der Kundschaft aus dem Einzugsbereich dieses Marktes perspektivisch den attraktivierten Verbundstandort von Höffner in Erfurt zum Möbeleinkauf verstärkt aufsuchen wird. Da Sconto-Möbel mit zur Höffner-Gruppe zählt, ist ein Rückzug dieses Marktes aus Rothenstein auszuschließen. Ferner besteht keine signifikante Einzugsgebietsüberlagerung beider Möbeldiscounter, da der projektrelevante Erfurter Sconto-Markt im Großraum Jena bzw. im Einzugsgebiet der Zone II allgemein nur eine geringe Marktdurchdringung von durchschnittlich rd. 1 % (vgl. Tab. 20) erreichen wird.

Die Umsatzrückgänge des Möbeldiscounters Roller, der in einem Vorort von Jena (Gemeinde Zöllnitz) verortet ist, sind auf rd. 1 % zu prognostizieren. Bezüglich der geringen Höhe ist ein Rückzug dieses Anbieters auszuschließen, zumal es sich um einen bundesweit aktiven und leistungsstarken Möbelfilialisten handelt.

Die folgende Übersicht stellt überblicksartig die prognostizierten Umsatzrückgänge der strukturprägenden Anbieter in dem vorstehend untersuchten Gebiet dar.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern im Saale-Holzland-Kreis

Jena	Porta (Weimarische Straße – kein zVB)	rd. 3 %
Jena	Finke (Stadtrodaer Straße – kein zVB)	rd. 2 %
Jena	Möbel Boss (Weimarische Straße – kein zVB)	rd. 2 %
Rothenstein	Sconto Möbel (Im Borlich – kein zVB)	rd. 1 %
Zöllnitz	Möbel Roller (Zöllnitzer Straße – kein zVB)	rd. 1 %
Jena	Multipolster (Göschwitzer Straße – kein zVB)	rd. 1 %
Jena	Möbel Wenzel (Saalbahnhofstraße – kein zVB)	rd. 1 %

106 Finke ist bereits seit dem Jahr 2004 an diesem Standort etabliert. Aktuell möchte Finke zudem diesen Standort umstrukturieren und weiter aufwerten.

107 Im Jenaer Zentrenkonzept sind neben der Innenstadt vier sog. Stadtteilzentren und sechs Nahversorgungszentren definiert. Quelle: GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, Entwicklungskonzept Einzelhandel Jena 2015 (14.04.2015).

Südöstlich von Erfurt befindet sich der **Landkreis Saalfeld-Rudolstadt**, dessen zentraler und nördlicher Teil zum Kerneinzugsgebiet (Zone II) der Höffner-Möbelhäuser zählt. Die Umsatzverlagerungen werden nach der Umsetzung des Projektvorhabens in der Möbelbranche bei rd. 3 % liegen, weshalb lediglich wettbewerbliche, jedoch keine raumordnerischen Auswirkungen zu erwarten sind.

Tabelle 34: Prognostizierte Umsatzumlenkungen im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen	IST-Umsatz		Umsatz- umlenkungen
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	0,00	0,00	-	23,92	0,72	3,0	23,92	0,72	3,0
Haushaltswaren	3,26	0,02	0,6	6,38	0,02	0,3	9,64	0,04	0,4
Raumausstattung	0,39	0,00	-	6,60	0,02	0,3	6,99	0,02	0,3
Elektrowaren	0,59	0,01	1,7	14,20	0,02	0,1	14,79	0,03	0,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

In **Saalfeld** ist im Gewerbegebiet am Watzenbach, welches den flächenseitigen Einzelhandelsschwerpunkt der Stadt darstellt, der Möbeldiscounter Boss angesiedelt. Das Möbelhaus befindet sich an einem konzeptkonformen Standort, der durch eine gute Erreichbarkeit bzw. Anfahbarkeit geprägt ist. Bezüglich der geringen Höhe der Umsatzverluste und der Leistungsfähigkeit ist ein Rückzug dieses Filialisten aus Saalfeld nicht realistisch. Die Umsatzverluste der restlichen Möbelanbieter fallen gering aus, sodass eine Abnahme der bestehenden hohen Angebotsvielfalt nicht zu erwarten ist.

In **Rudolstadt** ist lediglich ein rudimentäres Angebot im Segment Möbel vorhanden. Für die lokalen Anbieter sind keine relevanten Umsatzverluste auszuweisen (vgl. Anl. 9), sodass eine Schädigung der bestehenden Betriebe auszuschließen ist. Grundsätzlich ist in Rudolstadt und auch in Saalfeld kein Möbelangebot in zentralen Versorgungsbereichen zu finden,¹⁰⁸ somit ist eine negative Beeinträchtigung dieser schützenswerten Bereiche auszuschließen.

Gleiches trifft auch für die untersuchten Randsortimente in der gesamten Region zu, da die Umsatzverluste der Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen äußerst gering ausfallen (vgl. Anl. 9). Diese liegen jeweils in Summe und somit auch einzelbetrieblich deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze.

Im **Landkreis Saalfeld-Rudolstadt** ist in Kirchhasel mit Multi-Möbel ein zweigeschossiges Einrichtungshaus vorhanden. Dieses befindet sich an der Bundesstraße B 88 und ist direkt von diesem Verkehrsträger aus anfahrbar. Auf Grund der barrierefreien Sichtachse und der guten Anfahbarkeit bestehen sehr gute Standortvoraussetzungen.

Multi-Möbel ist ein regionaler Möbelfilialist in Mitteldeutschland, der bereits seit 27 Jahren am Markt agiert. Das Unternehmen führt in Sachsen, Thüringen und Brandenburg insgesamt zehn Standorte. Somit handelt es sich um einen alteingesessenen und leistungsfähigen Marktteilnehmer, wodurch die zu erwartenden Umsatzverluste von rd. 3 % verkraftbar sind. Eine Absiedlung dieses Möbelhauses ist daher nicht anzunehmen. Gleiches gilt auch für die im Umfeld von Multi-Möbel befindlichen anderen Filialisten (Dänisches Bettenlager, MFO Matratzen Outlet).

Nachstehend werden die Umsatzverluste der beiden strukturprägenden Möbelhäuser in der untersuchten Region ausgewiesen.

¹⁰⁸ Die beiden Städte Saalfeld und Rudolstadt verfügen zusammen mit Bad Blankenburg über ein Regionales Einzelhandelskonzept. In Saalfeld sind neben dem Innenstadtzentrum weitere sechs Nahversorgungszentren ausgewiesen. In Rudolstadt sind das Innenstadtzentrum und sieben Nahversorgungszentren definiert.
Quelle: CIMA, Regionales Einzelhandelskonzept Städtedreieck am saalebogen (Bad Blankenburg, Rudolstadt u. Saalfeld), Januar 2010.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern im LK Saalfeld-Rudolstadt

Kirchhasel	Multi-Möbel (Alt Saale – kein zVB)	rd. 3 %
Saalfeld	Möbel Boss (Am Cröstener Weg – kein zVB)	rd. 2 %

Südwestlich des Höffner-Standortes in Erfurt-Waltersleben liegen die kreisfreie Stadt Suhl und der **Landkreis Schmalkalden-Meiningen**, wobei ein Teil dieses Landkreises bezüglich der guten Erreichbarkeit über die bestehende Autobahn A 71 zum Kerneinzugsgebiet (Zone II) von Höffner zählt. Die Umsatzverlagerungen aus diesem Gebiet werden mit der Höffner-Erweiterung jedoch im Durchschnitt bei lediglich knapp 2 % des Bestandsumsatzes (vgl. Tab. 15) liegen.

Tabelle 35: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen im LK Schmalkalden-Meiningen (inkl. Suhl)

	Zentrale VB			Sonstige Lagen			Gesamt		
	IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen		IST-Umsatz	Umsatz- umlenkungen	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR		Mio. EUR	Mio. EUR	
Möbel	0,00	0,00	-	36,11	0,69	1,9	36,11	0,69	1,9
Haushaltswaren	1,88	0,02	1,1	8,94	0,02	0,2	10,82	0,04	0,4
Raumausstattung	0,31	0,00	-	1,94	0,01	0,5	2,25	0,01	0,4
Elektrowaren	5,70	0,01	0,2	10,34	0,02	0,2	16,04	0,03	0,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Das Möbelangebot in **Suhl** wird durch das Einrichtungshaus Opti-Wohnwelt geprägt. Dieser Anbieter befindet sich in einer schlecht erreichbaren Lage im Gewerbegebiet am Friedberg. Es besteht keine direkte Anfahrbarkeit von einem regionalen Verkehrsträger, sodass für den Standort eine schlechte Erreichbarkeit zu konstatieren ist. Im Umfeld des Möbelhauses sind ferner keine weiteren Einzelhandelsbetriebe vorhanden, somit stellt das Möbelhaus den einzigen Handelsanbieter in diesem Gebiet dar („Stand-Alone-Standort“). Die schlechte Lagequalität und die damit verbundenen Attraktivitätsverluste bzw. Kundenakzeptanzprobleme werden in der Stilllegung von Flächen¹⁰⁹ deutlich. Im Fazit sind demnach Vorschädigungen an dem Standort erkennbar.

Die zu erwartenden Umsatzverluste für Opti sind auf knapp 2 % zu beziffern. Auf Grund der Höhe ist kein vorhabeninduzierter Rückzug dieses Möbelhauses zu erwarten, wenngleich u.E. der Standort prinzipiell langfristig für den Betrieb eines Möbelhauses nur eingeschränkt nutzbar scheint. Opti betreibt derzeit 14 Möbelhäuser sowie 6 Möbelmitnahmемärkte, sodass von einer gewissen Stabilität dieses Unternehmens auszugehen ist. Somit können die geringen Umsatzverluste ggf. auch durch andere Filialen aufgefangen werden.

Einen weiteren größeren Anbieter stellt das Discountkonzept Die Möbelpiraten dar, das sich in Suhl-Mäbendorf auf der Fläche eines vormaligen Baumarktes eingemietet hat. Bezüglich der konsequenten Discountorientierung und des klaren Konzeptes sind für diesen Markt nur geringe Umsatzverluste von rd. 1 % zu erwarten, die im Rahmen einer jahreszeitlichen Umsatzschwankung liegen werden.

Die Umsatzverluste für die restlichen Möbelanbieter sind einzelbetrieblich nicht nachweisbar, sodass keine Abschmelzung des Bestandsangebots zu erwarten ist. Gleiches trifft auf die untersuchten Randsortimente zu, da hier nur äußerst geringe Umsatzverluste zu erwarten sind. Eine Schädigung der bestehenden Ver-

109 Der im Standortverbund vormals befindlich Möbelmitnahmемarkt (Opti SB Möbelsparwelt) ist bereits geschlossen, ebenso wie in dem Möbelhaus bereits Flächen stillgelegt wurden.

sorgungsstrukturen bzw. des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches ist daher auszuschließen (vgl. Anl. 10).

In **Zella-Mehlis** sind im Gewerbegebiet an der Industriestraße zwei Möbeldiscounter verortet. Hierbei handelt es sich mit Möbel Boss und Möbel Roller um die anzahlmäßig größten Filialanbieter in Deutschland. Bezüglich der hohen Leistungsfähigkeit des jeweiligen Discountkonzeptes und der guten Standortqualität beider Märkte ist kein Rückzug dieser Filialisten aus Zella-Mehlis zu erwarten, zumal die Umsatzverluste beider Anbieter bei jeweils lediglich rd. 1 % liegen werden.

Der Großteil der untersuchungsrelevanten Randsortimente befindet sich in Zella-Mehlis außerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche.¹¹⁰ Somit sind naturgemäß keine Auswirkungen auf diese schützenswerten Bereiche möglich, wobei grundsätzlich die Umsatzverluste in der Gesamtstadt deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze liegen (vgl. Anl. 10).

Für die vereinzelt Anbieter im **Landkreis Schmalkalden-Meiningen** sind keine absatzwirtschaftlichen Auswirkungen messbar, da nur marginale Umsatzverlagerungen aus diesem Bereich ausgelöst werden. Eine Abschmelzung bestehender Handelsbetriebe in der Möbel-, Haushaltswaren-, Raumausstattungs- oder Elektrobranche ist daher nicht anzunehmen.

Die einzelbetrieblichen Umsatzverluste der größeren Möbelanbieter in Südthüringen fallen wie folgt aus.

Prognostizierte Umsatzverluste von strukturprägenden Anbietern im LK Schmalkalden-Meiningen

Suhl	Opti-Wohnwelt (Sommerbergstraße – kein zVB)	rd. 2 %
Zella-Mehlis	Möbel Roller (Industriestraße – kein zVB)	rd. 1 %
Zella-Mehlis	Möbel Boss (Industriestraße – kein zVB)	rd. 1 %
Suhl	Die Möbelpiraten (Meininger Straße – kein zVB)	rd. 1 %

¹¹⁰ In Zella-Mehlis sind in die jeweiligen Ortskerne Zella und Mehlis als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Quelle: BBE Handelsberatung, Fortschreibung des Zentrenkonzeptes für die Stadt Zella-Mehlis.

5.4.3. Städtebauliche Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet der Zone III

Eine relevante Wirkung des geplanten Umstrukturierungsvorhabens auf Betriebe im Einzugsgebiet der Zone III wäre zu erwarten, wenn durch die Realisierung des Planvorhabens die hier vorhandenen Angebotsstrukturen auf Grund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Wohnbevölkerung oder die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen gefährdet wäre.

Negative Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen im Einzugsgebiet der Zone III sind nicht zu erwarten, da das Höffner-Möbelhaus in diesem Bereich nur einen äußerst **geringen Marktanteil** erreichen kann. Dieser liegt im Segment Möbel bei durchschnittlich rd. 1 % des hier vorhandenen Marktvolumens (vgl. Tab. 19), sodass nur von einer marginalen Marktdurchdringung auszugehen ist. Der Marktanteil des Sconto-Marktes wird sogar bei deutlich unter 1 % liegen¹¹¹ (vgl. Tab. 21). Dies resultiert aus dem Fakt, da grundsätzlich für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird und lokale Betriebe eine höhere Marktakzeptanz besitzen.

Da es sich zudem bei dem Höffner-Vorhaben nur um eine Flächenerweiterung und keine Neuansiedlung handelt, wird bereits heute ein Teil der Umsätze in dem Ferneinzugsgebiet (Zone III) gebunden, sodass mit der Erweiterung des Möbelhauses nur ein geringfügig höherer Zufluss zu erwarten ist. Die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** auf umliegende Bereiche außerhalb des Kerneinzugsgebiets liegen deshalb auf Grund der geringen Höhe der prognostizierten Streuumsätze und der breiten räumlichen Streuung unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze.

Dies wird ebenfalls bei betroffenen Betrieben deutlich, die im Randgebiet des Einzugsgebietes der Zone II liegen (vgl. Karte 5). So haben bspw. Einrichtungshäuser wie Möbel Knappstein (Bad Langensalza), Opti-Wohnwelt (Suhl) oder Möbel Finke (Jena) Umsatzverluste zu verkraften, die mit rd. 2 % deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit von rd. 10 % liegen (vgl. Tab. 17). Somit ist bei weiter entfernt liegenden Betrieben mit einer noch geringeren Marktbeeinflussung zu rechnen, sodass grundsätzlich keine nennenswerten Umsatzverluste für diese Anbieter zu prognostizieren sind.

Die zu erwartenden Umsatzverluste belaufen sich in Summe auf 0,84 Mio. EUR (vgl. Tab. 23/24) und verteilen sich auf zahlreiche Anbieter¹¹² im Einzugsgebiet der Zone III. Für diese Anbieter bzw. auch die Anbieter von untersuchungsrelevanten Randsortimenten sind keine einzelbetrieblichen Umsatzverluste nachweisbar, da die Umsatzrückgänge durchgängig bei unter 1 % des jeweiligen Bestandsumsatzes liegen. Im Fazit sind daher negative Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen im Einzugsgebiet der Zone III – in der Möbelbranche und den relevanten Randsortimentsbranchen – mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.

111 Der Marktanteil von Höffner und von Sconto liegt bei den relevanten Randsortimenten jeweils deutlich unterhalb von 1 % (vgl. Tab. 19/21), sodass nur von einer äußerst geringen Marktdurchdringung in den jeweiligen Branchen zu rechnen ist.

112 Betroffene größere Möbelanbieter im Einzugsgebiet der Zone III sind u.a. in Eisenach (u.a. Opti-Wohnwelt, Cranz und Schäfer, Möbelpiraten), Mühlhausen (u.a. Möbelpiraten, Möbel Boss [gepl.]), Sondershausen (u.a. Möbel Strotzer, Sema-Möbel), Artern (u.a. Möbel Weschke), Hildburghausen (u.a. Möbelpiraten), Schwallungen (u.a. Opti-Wohnwelt) oder Leimbach (Möbelpiraten) vorhanden.

5.4.4. Kompatibilität des Projektvorhabens mit dem Zentrenkonzept der Stadt Erfurt

Für die Bewertung des Projektvorhabens in Bezug auf die **Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept** der Stadt Erfurt wird auf die Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in diesem städtebaulichen Entwicklungskonzept zurückgegriffen.¹¹³ Hier wird definiert, unter welchen Bedingungen Ansiedlungsvorhaben in der Stadt Erfurt erfolgen können.

Für das Projektvorhaben ist der Punkt 4.7.3 in diesem Konzept relevant. Mit diesem Ansiedlungsgrundsatz wird das Ziel der räumlichen Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten auf dafür festgesetzte Sondergebiete verfolgt. Dabei soll eine zukunftsfähige Arbeitsteilung zwischen den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen und den Sonderstandorten zur Sicherung und zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung sichergestellt werden.¹¹⁴

In dem Ansiedlungsgrundsatz Nr. 3 wird ausgeführt, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich in **bestehenden Sondergebieten Einzelhandel** (inkl. des geplanten Fachmarktstandortes Weimarische Straße und im Hauptzentrum bzw. Nebenzentrum Magdeburger Allee) anzusiedeln sind. Auf Grundlage des vorstehenden Ansiedlungsgrundsatzes ist zu konstatieren, dass sich das Projektvorhaben in diese Maßgabe vollumfänglich einordnet. Der Projektstandort ist bereits langjährig als Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel i.S.v. § 11 Abs. 2 und 3 ausgewiesen¹¹⁵, sodass eine Kompatibilität des Vorhabens mit dem Zentrenkonzept der Stadt Erfurt besteht.¹¹⁶

Unter Punkt 4.7.2 wird der Grundsatz zur Ansiedlung von sog. zentrenrelevanten Sortimenten aufgeführt, wobei unter dem später eingefügten Punkt „Erläuterung“ auch zu den Ergänzungs- und **Randsortimenten** in Handelsbetrieben Stellung bezogen wird. Hier wird ausgeführt, dass zentrenrelevante Randsortimente nur in begrenztem Umfang und nur dann zulässig sind, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment besteht.

Ein direkter und funktionaler Zusammenhang ist bei allen Randsortimenten der beiden Höffner-Möbelhäuser gegeben, da die relevanten Sortimentsgruppen wie Haushaltswaren (inkl. Bilder), Raumausstattungsartikel (inkl. Teppiche, Haus- und Heimtextilien, Bettwäsche) sowie Elektrohaushaltsgeräte (sog. „Weiße Ware“) und Leuchten eine deutliche Affinität zum Möbelsortiment haben. Diese Waren werden oft in Kombination zum Möbelsortiment erworben und auch genutzt.

Da die genannten Randsortimente inkl. des Möbelsortiments auch unter dem Begriff Einrichtungsbedarf zusammengefasst werden, dienen die Sortimente insgesamt grundsätzlich dem Wohnen bzw. dem Einrichten. Demnach besteht bei allen Randsortimenten ein funktionaler Zusammenhang zu dem Hauptsortiment Wohnen. Dies wird auch in der Sortimentszusammensetzung anderer Möbelhäuser deutlich, die eine vergleichbare Sortimentsstruktur besitzen.

Bezüglich der flächenseitigen Begrenzung stellt das Erfurter Zentrenkonzept auf eine Flächenbegrenzung der sog. zentrenrelevanten Randsortimente von 10 % der Verkaufsfläche ab. Laut Zentrenkonzept wird bei diesem selbst definierten Wert gewährleistet, dass sich die Randsortimente dem Hauptsortiment deutlich unterordnen. Weiterhin wird ausgeführt, dass die zentrenrelevanten Sortimente auf einen festgelegten Wert von maximal 2.500 m² Verkaufsfläche begrenzt werden sollten.¹¹⁷

113 Bei der Aufstellung von Bauleitplänen sind gemäß § 1 Abs.6 Nr. 11 BauGB die Ergebnisse eines von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes zu berücksichtigen. Um ein solches Konzept handelt es sich bei dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt aus dem Jahr 2009.

114 vgl. Landeshauptstadt Erfurt, Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009 (Junker & Kruse), Pkt. 4.7.3.

115 vgl. Stadt Erfurt, Bebauungsplan „Im Grossen Felde – WAL 428“, genehmigt am 15.03.2002.

116 Anmerkung: Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt wird derzeit aktualisiert. In Bezug auf den formulierten Grundsatz wurden die Aussagen in dem Konzept des Jahres 2009 inhaltlich übernommen, sodass auch eine Kompatibilität mit dem in Entwurfsfassung vorliegenden Konzept besteht (vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 für die Landeshauptstadt Erfurt (Entwurf), Grundsatz 3 auf Seite 135).

117 vgl. Landeshauptstadt Erfurt, Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009 (Junker & Kruse), Pkt. 4.7.2 (Erläuterung). Anmerkung: Dieser Grundsatz findet sich auch in dem aktuellen Entwurf des Erfurter Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 wider (Grundsatz 2 auf Seite 133).

Zur Ermittlung der Zentrenrelevanz des Sortiments der beiden Möbelhäuser wird auf die **Erfurter Sortimentsliste**¹¹⁸ zurückgegriffen, um die Einteilung der geführten Sortimente bzw. Warengruppen (vgl. Tab. 1) vorzunehmen.

Tabelle 36: Zentrenrelevanz der Sortimente der beiden Möbelhäuser Höffner und Sconto

Sortiment	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
	m ²	m ²
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel), Bettwaren/ Matratzen		43.500
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Bilder/ -rahmen, Geschenkartikel	1.940	
Elektrogeräte		
davon Elektrokleingeräte	260	
davon Elektrogroßgeräte		250
davon Leuchten/ Lampen/ Leuchtmittel		1.250
Raumausstattung		
davon Heimtextilen (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche/ Dekostoffe, Gardinen)	850	
davon Teppiche/ Bodenbeläge/ Auslegware		950
Gesamt (49.000 m²)	3.050	45.950
Anteil	6,2 %	93,8 %

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung auf Basis des Erfurter Zentrenkonzeptes 2009

Bezüglich der Definition der zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente im Erfurter Zentrenkonzept ist zu konstatieren, dass die projektierten Möbelhäuser die sog. 10 %-Schwelle einhalten bzw. sogar deutlich unterschreiten, da die zentrenrelevanten Sortimente lediglich 6,2 % der Gesamtverkaufsfläche ausmachen. Allerdings kann der im Zentrenkonzept von den Verfassern Junker und Kruse selbst definierte Maximalwert von 2.500 m² nicht eingehalten werden, was insbesondere aus der Höhe der summierten Gesamtverkaufsfläche und der daraus folgenden Dimensionierung der Verkaufsfläche für Randsortimente resultiert. Diese Überschreitung ist u.E. jedoch vertretbar, da keine städtebaulich schädlichen Auswirkungen von der neu hinzutretenden Fläche für Randsortimente anzunehmen sind.¹¹⁹

Ferner verteilt sich die Fläche für die zentrenrelevanten Randsortimente auf zwei verschiedene Möbelhäuser bzw. Konzepte. Die Verkaufsfläche dieser Sortimentsgruppe liegt in dem Discount- bzw. Mitnahmekonzept von Sconto bei rd. 400 m², in dem Einrichtungshaus von Höffner bei rd. 2.650 m².

¹¹⁸ vgl. Landeshauptstadt Erfurt, Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009 (Junker & Kruse), Tab. 8.

¹¹⁹ Eine prinzipielle flächenseitige Limitierung der zentrenrelevanten Randsortimente ist auch vor dem Hintergrund des zweiten größeren Einrichtungshauses in Erfurt nicht zielführend. So überschreitet IKEA einerseits die definierte 10 %-Schwelle für zentrenrelevante Randsortimente, andererseits liegt auch die Verkaufsfläche für diese Sortimentsgruppe deutlich über 2.500 m².

5.4.5. Kompatibilität des Projektvorhabens mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept

Bei der Bewertung des Projektvorhabens hinsichtlich der **Kompatibilität mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept der Region Mittelthüringen**¹²⁰ ist auf die Ausführungen unter dem Punkt 9.2 in diesem Konzept zu verweisen. Hier wird zur Standortwahl von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ausgeführt:

Abbildung 19: Standortkriterien zur Ansiedlung von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel (lt. REK)

Zusammenfassung: nicht zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig an durch Einzelhandel etablierten nicht integrierten Standorten

- an integrierten Standorten - Zentren, sonstige integrierte Standorte - regelmäßig unterhalb der Großflächigkeit konzeptkonform, großflächig nur nachgeordnet
- an nicht integrierten und nicht einzelhandelsgeprägten Standorten auch künftig kein Einzelhandel, d.h. auch kein nicht zentrenrelevanter Einzelhandel

Quelle: Dr. Donato Acocella, Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen, 12. September 2014, Seite 102

Der Projektstandort von Möbel Höffner in Erfurt-Waltersleben ist als städtebaulich nicht-integrierte Lage einzustufen (vgl. Pkt. 3). Der Standort besitzt eine langjährige Einzelhandelsvorprägung, da die projektrelevanten Höffner-Möbelhäuser bereits langjährig hier angesiedelt sind. Somit handelt es sich um einen i.S.d. Regionalen Einzelhandelskonzeptes etablierten Einzelhandelsstandort. Im Fazit fügt sich das Vorhaben gemäß den Standortgegebenheiten somit in die im Einzelhandelskonzept formulierten Zielsetzungen ein.

In Bezug auf die zentrenrelevanten **Randsortimente** wird ausgeführt, dass diese nur in einem begrenzten Umfang und nur bei einem direkten Bezug zum Kernsortiment¹²¹ zulässig sein sollten. Die Obergrenze der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimente soll – bezogen jeweils auf die Gesamtheit des diesbezüglichen Angebots eines Betriebes – 10 % der Gesamtverkaufsfläche bei einer maximalen Verkaufsfläche von 800 m² sein.¹²²

Wie in Tabelle 36 bereits ermittelt, werden die projektierten Möbelhäuser in Summe die sog. 10 %-Schwelle für zentrenrelevante Sortimente einhalten bzw. sogar deutlich unterschreiten, da diese Sortimentsgruppe lediglich 6,2 % der Gesamtverkaufsfläche ausmachen wird.

Der in dem Regionalen Einzelhandelskonzept festgelegte Maximalwert von 800 m² kann nicht eingehalten werden, da Möbelhäuser dieser Größenklasse grundsätzlich über deutlich größere Abteilungen für Randsortimente verfügen. Dies betrifft nicht nur das projektrelevante Vorhaben, sondern alle größeren Einrichtungs- bzw. Wohnkaufhäuser. Demnach ist auf Grund der Sortimentsspezifika dieser Anbieter die Einhaltung der definierten 800 m²-Schwelle nicht möglich. Wie bereits unter dem vorstehenden Punkt ausgeführt, ist die Überschreitung dieses Schwellenwertes jedoch vertretbar, da keine städtebaulich schädlichen Auswirkungen von der neu hinzutretenden Fläche für zentrenrelevante Randsortimente anzunehmen sind.

Eine prinzipielle flächenseitige Limitierung von zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund von Kundenerwartungen unrealistisch und nicht zielführend, da Randsortimente für die Attraktivität von Möbelhäusern wichtig sind und sich diese Sortimente in Einrichtungshäusern langjährig etabliert haben. Insbesondere führen direkte Mitbewerber von Möbel Höffner derzeit bereits Randsortimentsabteilungen von über 800 m², so dass dieser Wert bei größeren Einrichtungshäusern grundsätzlich nicht eingehalten werden kann.

120 Dr. Donato Acocella, Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen, 12. September 2014.

121 Unter dem vorstehenden Punkt 5.4.4 wurde bereits dargelegt, dass die geführten Randsortimente einen direkten Bezug zu dem Kernsortiment Möbel haben.

122 Dr. Donato Acocella, Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen, 12. September 2014, Seite 100.

5.4.6. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens

Für das Projektvorhaben ist die Aufstellung eines Bebauungsplanes mit Festsetzung für ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO geplant.¹²³ Bei einer Sondergebietsausweisung sind die Ziele und Grundsätze der Raumordnung zu beachten. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen zu berücksichtigen sind, d.h. diese können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.¹²⁴

Die Ziele und Grundsätze sind im Landesentwicklungsprogramm Thüringen¹²⁵ und im nachgeordneten Regionalplan Mittelthüringen¹²⁶ verbindlich geregelt. Nachfolgend wird geprüft, inwieweit das Vorhaben mit den Maßgaben der Landesplanung kompatibel ist. Auf eine Kompatibilitätsprüfung mit dem Regionalplan wird verzichtet, da die Aussagen der Regionalplanung¹²⁷ mit dem Landesentwicklungsplan deckungsgleich sind.

Ziel 2.6.1: „Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in Zentralen Orten höherer Stufe zulässig (Konzentrationsgebot).“

Die Landeshauptstadt Erfurt ist als Oberzentrum ausgewiesen. Demnach ist hier ein großflächiges Einzelhandelsprojekt grundsätzlich zulässig, sodass das im LEP formulierte Konzentrationsgebot eingehalten wird.

Grundsatz 2.6.2: „Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot). Als räumlicher Maßstab gelten insbesondere die mittelzentralen Funktionsräume.“

Der Kerneinzugsbereich des Projektvorhabens umfasst im Wesentlichen die Region Mittelthüringen und auch direkt angrenzende Bereiche. Demnach liegt der betriebliche Einzugsbereich über dem landesplanerisch definierten mittelzentralen Funktionsraum von Erfurt (vgl. Karte 4 i.V.m. Karte 1).

Die Überschreitung ist mit dem regelmäßig größeren Einzugsgebiet von Möbelhäusern zu begründen, die meist deutlich über ihren Nahbereich ausstrahlen. Gerade größere Vollsortimentshäuser erschließen bezüglich ihrer Attraktivität und auch Versorgungsfunktion große Einzugsbereiche und übernehmen auch eine teilweise überregionale Versorgungsfunktion. Trotz der Überschreitung des mittelzentralen Versorgungsgebietes ist bezüglich des Ansiedlungsortes keine Verletzung des Kongruenzgebots zu erkennen, da Oberzentren im Allgemeinen und die Landeshauptstadt Erfurt im Speziellen eine zentrale Einzelhandelsfunktion¹²⁸ übernehmen sollen. Somit können hier auch Einzelhandelsangebote mit einer überregionalen Bedeutungsfunktion angesiedelt werden.

Grundsatz 2.6.3: „Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch eine Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).“

Gegen das Beeinträchtungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch das Vorhaben im Ansiedlungsort der zentralörtliche Versorgungskern oder Nahversorgungsstandorte bzw. die Versorgungsstrukturen in anderen Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet beeinträchtigt werden. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Entwicklung des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für

123 vgl. Aufstellungsbeschluss für den vorhabenbezogenen Bebauungsplan WAL678 „Waltersleben – Höffner“ des Erfurter Stadtrats vom 16.12.2015.

124 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

125 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Pkt. 2.6.

126 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Regionalplan Mittelthüringen 2011, Punkt 2.3.

127 Im Regionalplan Mittelthüringen wird lediglich das Konzentrationsgebot thematisiert.

128 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Pkt. 2.2.6.

die Funktionsfähigkeit bestehender zentraler Versorgungsbereich oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Auf Basis der vorhabeninduzierten Umsatzumlenkungseffekte ist nicht davon auszugehen, dass die zentralen Versorgungsbereiche in den einzelnen Orten im Einzugsgebiet funktionsschädigend tangiert werden. Dies trifft sowohl für das Kernsortiment Möbel als auch die geführten Randsortimente zu. Ferner ist ebenfalls keine Schädigung für die bestehenden Anbieter mit Möbeln oder den Randsortimenten in integrierten Versorgungslagen – die der wohnortnahen Versorgung dienen – zu erwarten, was sich aus den geringen prognostizierten Umsatzumlenkungsquoten ableitet. Dieser Fakt trifft ebenfalls auf dezentrale Lagen in den einzelnen Orten im Einzugsgebiet zu.

Grundsatz 2.6.4: „Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen (Integrationsgebot).“

Ein Möbelvollsortimenter bzw. Einrichtungshaus kann – in der geplanten Dimensionierung – nicht in einem zentralen Versorgungsbereich etabliert werden. Hierzu sind die flächenseitigen, die verkehrstechnischen und auch die logistischen Voraussetzungen in Erfurt nicht gegeben. Gerade bezüglich der kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur der Erfurter Innenstadt sind hier die Ansiedlungsvoraussetzungen für einen solchen großformatigen Einzelhandelsbetrieb nicht gegeben. Gleiches trifft für die zentralen Versorgungsbereiche unterer Stufe in Erfurt zu. Daher werden regelhaft solche Betriebe in dezentralen bzw. autokundenorientierten Lage angesiedelt.

Ziel 2.6.5: „Einzelhandelsagglomerationen liegen vor bei einer räumlichen und funktionalen Konzentration von Einzelhandelsbetrieben, auch wenn diese einzeln nicht als großflächige Einzelhandelsbetriebe einzustufen sind. Sie sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln, sofern von einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb vergleichbare negative raumordnerische Wirkungen zu erwarten sind.“

Im vorliegenden Fall ist die Unterbringung der beiden großflächigen Einzelhandelsbetriebe in einem Sondergebiet im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO vorgesehen. Am Standort sind keine weiteren Einzelhandelsbetriebe geplant.

6. Zusammenfassung

Nachfolgend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Umstrukturierung der beiden Höffner-Möbelhäuser in Erfurt-Waltersleben resultieren können, zusammengefasst.

- Die Höffner Möbelgesellschaft betreibt bereits langjährig im Erfurter Ortsteil Waltersleben ein Möbelhaus (Einrichtungshaus) und einen Möbelmitnahmemarkt (Möbeldiscounter) mit zusammen rd. 34.830 m² Verkaufsfläche. Auf Grund der veränderten Kundenansprüche und der gewachsenen Ansprüchen des Handels an die Fläche ist eine Umstrukturierung dieses Möbelstandortes geplant. Hierbei soll der Möbeldiscounter mit dem derzeit räumlich getrennt liegenden Küchenstudio bei gleichbleibender Fläche baulich zusammengelegt werden. Für das Höffner-Möbelhaus ist durch einen Anbau eine Erweiterung von rd. 14.170 m² geplant, sodass sich eine prospektive Gesamtverkaufsfläche beider Möbelmärkte von rd. 49.000 m² errechnet. Mit der Erweiterung werden an dem Standort tragfähige Angebotsstrukturen geschaffen, sodass das Vorhaben als bestands- und zukunftsichernde Maßnahme zu werten ist.
- Der Höffner-Standort befindet sich in exponierter Lage im südlichen Bereich des Erfurter Stadtgebiets im Stadtteil Waltersleben und liegt direkt an der Gemarkungsgrenze der Stadt Erfurt. Bezüglich der sehr guten Erreichbarkeit bzw. der Anfahrbarkeit von umliegenden Verkehrsträgern, der Fernwirkung der Möbelhäuser und der bestehenden ÖPNV-Anbindung verfügt dieser Handelsstandort auch langfristig über eine konzeptkonforme Standortqualität.
- Der betriebliche Kerneinzugsbereich der Möbelhäuser umfasst im Wesentlichen den zentralen Teil des Freistaats Thüringen mit den Landkreisen Gotha, Sömmerda, Weimarer Land, Saalfeld-Rudolstadt und dem Ilm-Kreis (inkl. der jeweiligen kreisfreien Städte). Weitere Teile angrenzender Landkreise zählen ebenfalls noch zu dem Kerneinzugsgebiet, in dem rd. 990.000 Personen leben. Im erweiterten Einzugsgebiet bzw. im Ferneinzugsgebiet kann Höffner auf weitere rd. 439.000 Einwohner zurückgreifen, wenngleich die beiden Möbelhäuser hier nur einen geringen Marktanteil erzielen können.
- Das projektierte Höffner-Möbelhaus wird in seinem Einzugsgebiet einen Marktanteil von durchschnittlich rd. 5 % erzielen, die Marktdurchdringung von Sconto-Möbel wird bei rd. 1 % des Nachfragevolumens liegen. Somit decken die beiden Möbelhäuser nur anteilig die Nachfrage ab und können keine marktbeherrschende Stellung einnehmen. Es verbleiben demnach auch nach der Erweiterung offene Nachfragepotenziale, die von anderen Möbelanbietern gebunden werden können.
- Der Umsatz der erweiterten Verkaufsfläche wird naturgemäß aus Verdrängungsumsätzen zu Lasten von bestehenden Möbelanbietern bzw. auch von Betrieben mit sog. Randsortimenten aus dem Umfeld der Möbelhäuser rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste liegen über alle Möbelanbieter hinweg bei durchschnittlich rd. 3 % und erreichen auch einzelbetrieblich für keinen Betrieb einen Wert, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt. Auf Grundlage der Höhe der Umsatzverluste, aber auch der Stabilität und Leistungsfähigkeit der betroffenen Möbelanbieter (größtenteils Filialisten), ist somit keine Abschmelzung des bestehenden Angebots zu prognostizieren. Dies trifft sowohl auf strukturprägende Möbelhäuser, d.h. Einrichtungshäuser bzw. Möbeldiscounter, wie auch auf kleinteilige Möbel- oder Spezialanbieter im gesamten Einzugsgebiet zu.
- In den projektrelevanten Randsortimenten Haushaltswaren, Raumausstattung und Elektrowaren werden durch das Umstrukturierungsvorhaben von Höffner Umsatzumlenkungen von – teilweise deutlich – unter 1 % des Bestandsumsatzes der betroffenen Anbieter ausgelöst. Auf Grund der geringen Höhe dieser Verdrängungsumsätze ist eine vorhabeninduzierte Abschmelzung von bestehenden Betrieben grundsätzlich auszuschließen.

- Für die baurechtliche Bewertung des Höffner-Erweiterungsvorhabens ist entscheidend, ob durch die erzeugten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten sind. Eine Beeinträchtigung der innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiche in den einzelnen Orten im Einzugsgebiet ist auf Basis der durchgeführten Analyse auszuschließen. Dies ist insbesondere aus der geringen Höhe der absatzwirtschaftlichen Beeinträchtigung für diesen Bereich abzuleiten, zumal hier keine angebotsaffinen Betriebe verortet sind. Ebenso ist ein vorhabeninduzierter Abbau verbrauchernahe Versorgung nicht zu erwarten, da eine Absiedlung prägender Möbelanbieter oder sonstiger Anbieter mit den projektrelevanten Randsortimenten nicht anzunehmen ist.
- Für das Projektvorhaben besteht grundsätzlich eine Kompatibilität mit den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Erfurt, da großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich in bestehenden Sondergebieten anzusiedeln sind. Ferner werden die beiden Möbelhäuser die Maximalgrenze für sog. zentrenrelevante Sortimente von 10 % deutlich unterschreiten, da der Flächenanteil dieser Sortimentsgruppen in den Höffner-Häusern bei lediglich 6,2 % liegen wird. Die im Erfurter Zentrenkonzept festgelegte Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente von 2.500 m² kann jedoch bezüglich der Gesamtgröße der beiden Höffner-Häuser – wie auch in anderen, vergleichbar großen Möbelhäusern – nicht eingehalten werden.
- Gemäß den im Regionalen Einzelhandelskonzept Mittelthüringen definierten Standortvoraussetzungen erfüllt das Projektvorhaben diese Maßgaben, da es sich um einen sog. „durch Einzelhandel etablierten nicht integrierten Standort“ handelt. In Bezug auf die zentrenrelevanten Randsortimente kann die im Regionalen Einzelhandelskonzept definierte 10 %-Schwelle unterschritten werden. Die flächenseitige Limitierung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 800 m² kann jedoch bezüglich der Gesamtgröße des Höffner-Möbelhauses bzw. auch anderer vergleichbarer Einrichtungshäuser nicht eingehalten werden.
- Für das geplante Vorhaben ist eine Kompatibilität mit den relevanten Zielen bzw. Grundsätzen der Landesplanung gegeben.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess.

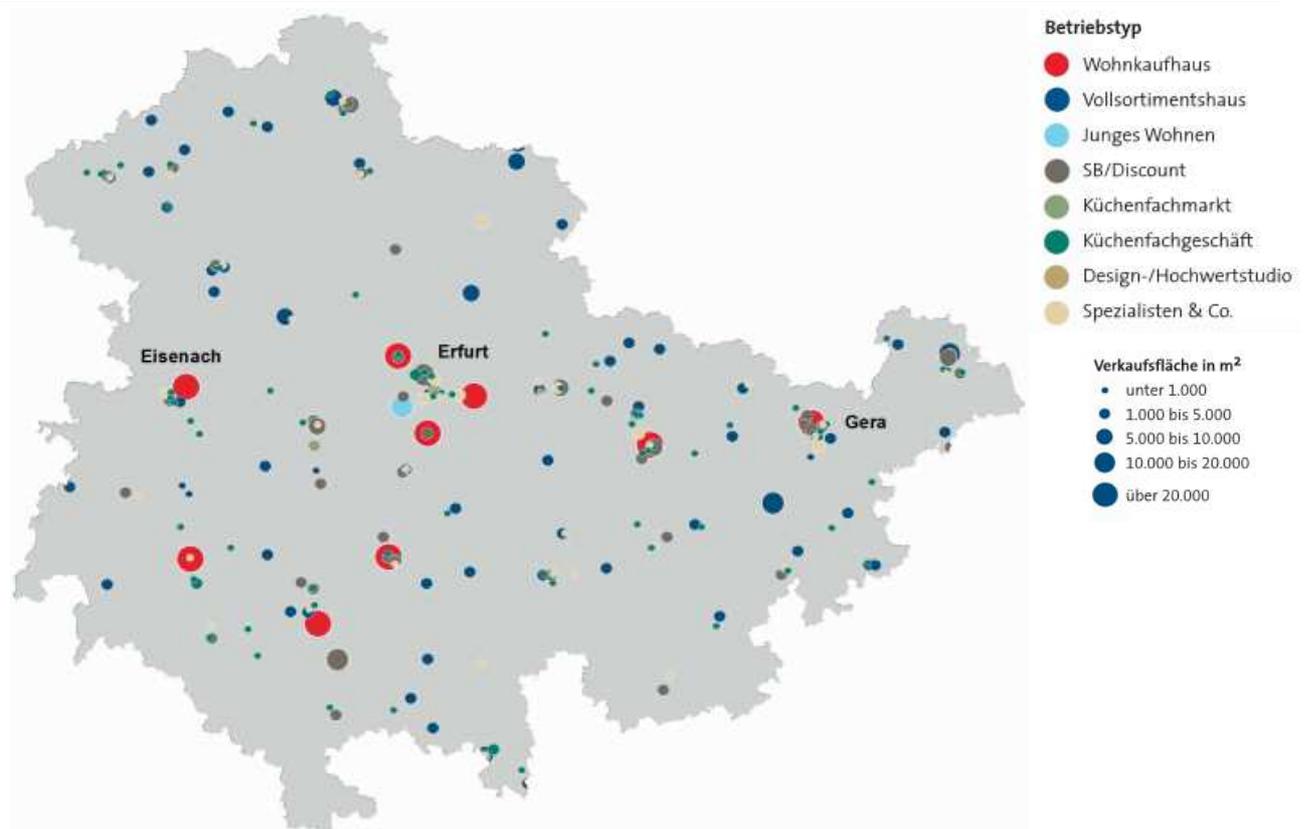
BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dipl.- oec. Mathias Vlcek

Projektleiter

i.V. Dr. Martin Kattner

Erfurt, 12. Mai 2017

Anlage 1: Überblick über die Angebotssituation des Möbeleinzelhandels in Thüringen
Angebotslage im Möbeleinzelhandel in Thüringen (Überblick)

Anzahl, Verkaufsfläche und Wettbewerbsdichte des Möbelhandels nach Betriebstypen in Thüringen 2005/2014

	Anzahl in absolut		Verkaufsfläche in m ²		Wettbewerbsdichte Index D=100	
	2005	2014	2005	2014	2005	2014
Junges Wohnen	1	1	18.000	18.000	56	45
SB/Discount	26	44	99.534	187.512	155	230
Vollsortimentshaus	66	63	231.970	234.394	97	125
Wohnkaufhaus	8	9	226.000	256.869	139	143
Küchenfachmarkt	1	1	2.000	3.000	46	33
Küchenfachgeschäft	91	85	36.390	33.235	110	104
Design-/Hochwertstudio	3	3	2.020	2.020	9	12
Spezialisten & Co.	37	39	34.343	39.534	82	93
Thüringen gesamt	233	245	650.257	774.564	108	132

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, Möbelatlas 2015 (hier: Strukturdaten des Möbelfachhandels in Thüringen)

Anlage 2: Betriebstypen des stationären Möbeleinzelhandels

	Innerstädtische Möbelfach- geschäfte	Voll- sortimentierter Möbelhandel	Discounter	Große Vollsortimenter	IKEA
Standort	Innenstadt	Periphere Standorte, Stadtrandlage	Periphere Standorte; bevorzugt Agglomerationen	Periphere Standorte, auch Einzelstandorte	Periphere Standorte; bevorzugt Agglomerationen
Größe	Meistens unter 5.000 qm	Zwischen 10.000 und 30.000 qm	Zwischen 2.000 und 10.000 qm	Ab 30.000 qm	Meistens unter 20.000 qm
Möbelsortiment	Schmal bis breit, meist nicht tief; exklusiv	Breites und tiefes Sortiment	Schmal, viele Handelsmarken	Breites und tiefes Sortiment	Breites und tiefes Sortiment
Zusatzsortimente	Mittel bis stark, designorientiert (Concept-Stores)	Mittel	Schwach bis mittel	Stark	Stark
Preisniveau	Mittel bis hoch	Niedrig, mittel und hoch	Niedrig	Niedrig, mittel und hoch	Niedrig bis mittel
Werbung	Zielgruppenorientierung	Flyer	Flyer, Radio, TV	Flyer, Radio, TV	Flyer, Radio, TV
Beispiele	BoConcept, Domicil	Porta, Möbel Martin	Poco, ROLLER	Höffner, XXXLutz	Ikea, neu: Ikea City

Quelle: EHI Retail Institute Köln

Anlage 3: Projektrelevanter Einzelhandel im Ilm-Kreis (inkl. prognostizierter Umsatzzumlenkungen)
Arnstadt (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	7.410	9,16	7.410	9,16	0,37	4,0
Randsortimente								
Haushaltswaren	140	0,37	3.520	6,50	3.660	6,87	0,07	1,0
Raumausstattung	20	0,12	200	0,44	220	0,56	0,02	3,6
Elektrowaren	220	0,87	1.950	7,85	2.170	8,72	0,07	0,8

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Ilmenau (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	16.060	19,75	16.060	19,75	0,59	3,0
Randsortimente								
Haushaltswaren	1.220	2,78	1.390	2,08	2.610	4,86	0,05	1,0
Raumausstattung	80	0,14	0	0,00	80	0,14	0,00	0,0
Elektrowaren	0	0,00	1.470	6,62	1.470	6,62	0,02	0,3

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Ilm-Kreis (nur EZG I/II, ohne Arnstadt/Ilmenau)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	950	1,03	2.400	2,30	3.350	3,33	0,08	2,4
Randsortimente								
Haushaltswaren	130	0,45	790	1,56	920	2,01	0,02	1,0
Raumausstattung	190	0,38	480	0,76	670	1,14	0,02	1,8
Elektrowaren	110	0,50	450	1,65	560	2,15	0,01	0,5

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Anlage 4: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Gotha (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)
Gotha (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	750	1,30	12.170	17,67	12.920	18,97	0,60	3,2
Randsortimente								
Haushaltswaren	2.630	5,88	3.160	4,44	5.790	10,32	0,09	0,9
Raumausstattung	150	0,25	1.230	1,38	1.380	1,63	0,02	1,2
Elektrowaren	1.860	7,50	2.700	7,01	4.560	14,51	0,05	0,3

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Landkreis Gotha (nur EZG I/II, ohne Gotha)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	6.190	9,02	6.190	9,02	0,16	1,8
Randsortimente								
Haushaltswaren	790	1,05	40	0,09	830	1,14	0,01	0,9
Raumausstattung	160	0,42	0	0,00	160	0,42	0,01	2,4
Elektrowaren	160	0,69	250	1,12	410	1,81	0,01	0,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Anlage 5: Projektrelevanter Einzelhandel im Unstrut-Hainich-Kreis (inkl. prognostizierter Umsatzzumlenkungen)

Bad Langensalza (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	13.260	17,93	13.260	17,93	0,35	2,0
Randsortimente								
Haushaltswaren	450	0,97	150	0,45	600	1,42	0,01	0,7
Raumausstattung	160	0,34	0	0,00	160	0,34	0,01	2,9
Elektrowaren	0	0,00	40	0,17	40	0,17	0,00	0,0

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Unstrut-Hainich-Kreis (nur EZG II, ohne Bad Langensalza)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	0	0,00	0	0,0	0,00	
Randsortimente								
Haushaltswaren	0	0,00	1.950	1,87	1.950	1,87	0,01	0,5
Raumausstattung	0	0,00	20	0,09	20	0,09	0,00	0,0
Elektrowaren	0	0,00	60	0,27	60	0,27	0,00	0,0

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Anlage 6: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Sömmerda (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)

Sömmerda (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	5.780	8,63	5.780	8,63	0,21	2,4
Randsortimente								
Haushaltswaren	460	1,03	870	1,78	1.330	2,81	0,04	1,4
Raumausstattung	0	0,00	2.490	3,16	2.490	3,16	0,02	0,6
Elektrowaren	0	0,00	250	0,97	250	0,97	0,01	1,0

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Landkreis Sömmerda (nur EZG I/II, ohne Sömmerda)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	38.720	47,46	38.720	47,46	2,47	5,2
Randsortimente								
Haushaltswaren	0	0,00	150	0,47	150	0,47	0,01	2,1
Raumausstattung	0	0,00	1.340	1,34	1.340	1,34	0,01	0,7
Elektrowaren	130	0,47	160	0,72	290	1,19	0,01	0,8

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Anlage 7: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Weimarer Land und Weimar (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)
Weimar (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	720	0,91	11.640	17,22	12.360	18,13	0,59	3,3
Randsortimente								
Haushaltswaren	1.810	4,07	1.840	3,58	3.650	7,65	0,08	1,0
Raumausstattung	270	0,46	3.980	4,34	4.250	4,80	0,03	0,6
Elektrowaren	2.640	11,88	130	0,64	2.770	12,52	0,07	0,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Apolda (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	1.620	2,51	1.620	2,51	0,05	2,0
Randsortimente								
Haushaltswaren	1.530	2,65	430	0,86	1.960	3,51	0,02	0,6
Raumausstattung	120	0,20	320	0,57	440	0,77	0,01	1,3
Elektrowaren	280	0,89	0	0,00	280	0,89	0,01	1,1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Landkreis Weimarer Land

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	20	0,10	33.560	41,46	33.580	41,56	2,42	5,8
Randsortimente								
Haushaltswaren	40	0,18	0	0,00	40	0,18	0,00	-
Raumausstattung	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00	-
Elektrowaren	190	0,59	0	0,00	190	0,59	0,00	-

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Anlage 8: Projektrelevanter Einzelhandel im Saale-Holzland-Kreis und Jena (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)

Jena (Oberzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	750	1,47	42.740	57,08	43.490	58,55	1,58	2,7
Randsortimente								
Haushaltswaren	3.740	7,63	1.810	2,90	5.550	10,53	0,04	0,4
Raumausstattung	630	0,87	2.480	2,94	3.110	3,81	0,02	0,5
Elektrowaren	2.730	12,10	4.100	20,48	6.830	32,58	0,03	0,1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Saale-Holzland-Kreis (nur EZG II)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	15.070	19,58	15.070	19,58	0,30	1,5
Randsortimente								
Haushaltswaren	0	0,00	2.190	2,95	2.190	2,95	0,00	-
Raumausstattung	0	0,00	20	0,11	20	0,11	0,00	-
Elektrowaren	0	0,00	30	0,14	30	0,14	0,00	-

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Anlage 9: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Saalfeld-Rudolstadt (inkl. prognostizierter Umsatzumlenkungen)
Saalfeld (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	7.150	10,71	7.150	10,71	0,28	2,6
Randsortimente								
Haushaltswaren	1.350	2,49	1.200	1,91	2.550	4,40	0,01	0,2
Raumausstattung	70	0,21	3.620	3,36	3.690	3,57	0,00	0,0
Elektrowaren	130	0,59	1.690	6,84	1.820	7,43	0,02	0,3

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Rudolstadt (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	280	0,47	280	0,47	0,01	2,1
Randsortimente								
Haushaltswaren	400	0,77	2.980	3,08	3.380	3,85	0,02	0,5
Raumausstattung	0	0,00	1.610	1,68	1.610	1,68	0,01	0,6
Elektrowaren	0	0,00	1.670	6,64	1.670	6,64	0,01	0,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Landkreis Saalfeld-Rudolstadt (nur EZG II, ohne Saalfeld und Rudolstadt)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	10.330	12,74	10.330	12,74	0,43	3,4
Randsortimente								
Haushaltswaren	0	0,00	840	1,39	840	1,39	0,01	0,7
Raumausstattung	60	0,18	1.160	1,56	1.220	1,74	0,01	0,6
Elektrowaren	0	0,00	170	0,72	170	0,72	0,00	0,0

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Anlage 10: Projektrelevanter Einzelhandel im LK Schmalkalden-Meiningen und Suhl (inkl. prognostizierter Umsatzzumlenkungen)
Suhl (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	20.600	22,35	20.600	22,35	0,50	2,2
Randsortimente								
Haushaltswaren	640	1,33	2.070	3,55	2.710	4,88	0,02	0,4
Raumausstattung	40	0,14	1.500	1,68	1.540	1,82	0,01	0,5
Elektrowaren	1.250	4,94	410	1,63	1.660	6,57	0,01	0,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Zella-Mehlis (Mittelzentrum)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	10.050	13,29	10.050	13,29	0,18	1,4
Randsortimente								
Haushaltswaren	0	0,00	2.720	4,72	2.720	4,72	0,01	0,2
Raumausstattung	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00	
Elektrowaren	210	0,76	2.410	8,71	2.620	9,47	0,02	0,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Landkreis Schmalkalden-Meiningen (nur EZG I/II, ohne Zella-Mehlis)

Sortiment	Zentrale VB		Sonstige Lagen		Gesamt		Umsatzzumlenkungen	
	VK	Umsatz	VK	Umsatz	VK	Umsatz	Mio. EUR	%
	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR	m ²	Mio. EUR		
Möbel	0	0,00	390	0,47	390	0,47	0,01	2,1
Randsortimente								
Haushaltswaren	300	0,55	200	0,67	500	1,22	0,01	0,8
Raumausstattung	40	0,17	70	0,26	110	0,43	0,00	0,0
Elektrowaren	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen