

## **Landeshauptstadt Erfurt**

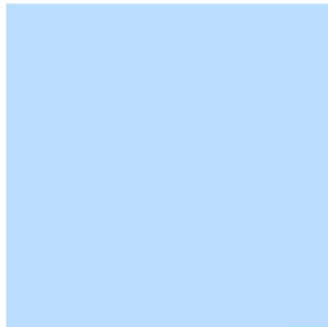
Änderung des Bebauungsplans EFSO34  
„Weimarer Straße, Teilgebiet 2“, 1. Änderung

**Wirkungsanalyse**

**Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta**

**Dipl.-Geogr. Timo Grebe**

Köln, Oktober 2016



**Geschäftsführende**

**Gesellschafter:**

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders  
Stadt- und Regionalplanerin SRL  
Dipl.-Ing. Dominik Geyer  
Stadtplaner AK NW, Bauassessor  
Stadt- und Regionalplaner SRL

**Gesellschafter/Seniorpartner:**

Dr. Paul G. Jansen

**Stadt- und Regionalplanung**

**Dr. Jansen GmbH**

Neumarkt 49  
50667 Köln

Fon 0221 94072-0  
Fax 0221 94072-18

[info@stadtplanung-dr-jansen.de](mailto:info@stadtplanung-dr-jansen.de)

[www.stadtplanung-dr-jansen.de](http://www.stadtplanung-dr-jansen.de)



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Vorgehensweise</b>	<b>5</b>
1.1	Ausgangssituation und Aufgabenstellung	5
1.2	Übergeordnete Vorgaben	5
1.2.1	Bundesrechtliche Vorgaben	5
1.2.2	Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025	6
1.2.3	Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen	6
1.2.4	Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt	6
1.3	Methodisches Vorgehen	7
<b>2</b>	<b>Standortbeschreibung und Planvorhaben</b>	<b>9</b>
2.1	Makrostandort Erfurt	9
2.2	Mikrostandort Thüringer Einkaufscenter	11
2.2.1	Lage und Erreichbarkeit	11
2.2.2	Gliederung und Angebotsstruktur	13
2.2.3	Derzeitiges Planungsrecht am Standort	14
2.3	Projektdaten	14
<b>3</b>	<b>Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial</b>	<b>21</b>
3.1	Abgrenzung des Einzugsgebiets für zentrenrelevante Sortimente	21
3.2	Nachfragevolumen und voraussichtliche Marktanteile	23
<b>4</b>	<b>Wettbewerbssituation</b>	<b>27</b>
4.1	Methodische Vorgehensweise	27
4.2	Wettbewerb bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Erfurt)	27
4.2.1	Wettbewerb innerhalb zentraler Versorgungsbereiche	28
4.2.2	Wettbewerb an sonstigen Standorten	29
4.3	Wettbewerb bei zentrenrelevanten Sortimenten (Erfurt)	30
4.3.1	Wettbewerb bei zentrenrelevanten Sortimenten in der Altstadt	30
4.3.2	Wettbewerb bei zentrenrelevanten Sortimenten im Thüringen Park	32
4.3.3	Wettbewerb bei zentrenrelevanten Sortimenten an sonstigen Standorten	33
4.4	Wettbewerb bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Erfurt)	35
4.5	Wettbewerbssituation außerhalb der Landeshauptstadt Erfurt	35
4.6	Fazit der Wettbewerbsanalyse	38
<b>5</b>	<b>Wirkungen des Planvorhabens</b>	<b>39</b>
5.1	Annahmen und Berechnungsansatz	39
5.2	Wirkungen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten	40
5.2.1	Wirkungen in zentralen Versorgungsbereichen	40
5.2.2	Wirkungen an sonstigen Standorten	42
5.3	Wirkungen in den zentrenrelevanten Sortimenten	43
5.3.1	Wirkungen im Sortiment Bekleidung	43
5.3.2	Wirkungen im Sortiment Schuhe/Lederwaren	44

5.3.3	Wirkungen im Sortiment Sportbekleidung/ Sportschuhe	45
5.3.4	Wirkungen in den Sortimenten Sportartikel, Campingartikel und Fahrräder	45
5.3.5	Wirkungen im Sortiment Haushaltswaren, GPK, Geschenke	48
5.4	Wirkungen in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten	49
5.5	Zusammenfassende Bewertung	50
<b>6</b>	<b>Vereinbarkeit mit übergeordneten Vorgaben</b>	<b>51</b>
6.1	Bundesrechtliche Vorgaben	51
6.2	Landesentwicklungsprogramm Thüringen	52
6.3	Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen	53
6.4	Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt	54
<b>7</b>	<b>Empfehlungen zum weiteren Vorgehen</b>	<b>57</b>

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Angebot unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Angebots in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.



# 1 Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Vorgehensweise

## 1.1 Ausgangssituation und Aufgabenstellung

Das Thüringer Einkaufszentrum (nachfolgend auch abgekürzt als T.E.C.) ist seit seiner Eröffnung ein wichtiger Bestandteil des Versorgungsangebots der Landeshauptstadt Erfurt. Mit einer genehmigten Verkaufsfläche von ca. 24.000 m<sup>2</sup> und den Magnetanbietern real, Aldi, dm, Deichmann, Adler und Media Markt sowie einer Vielzahl kleinerer Shops wird ein breites Angebotsspektrum des kurz- und mittelfristigen Bedarfs abgedeckt. Die Verkaufsfläche von rund 6.700 m<sup>2</sup> eines ehemaligen Ankermieters im langfristigen Bedarf, der Fa. Praktiker, steht jedoch seit längerer Zeit leer. Nach Angaben des Betreibers, der MEC METRO-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG, besteht aus unterschiedlichen Gründen keine Perspektive, diese Fläche erneut durch einen Baumarktbetreiber zu belegen.

Es ist beabsichtigt, das Einkaufszentrum umzustrukturieren und an Stelle der Verkaufsflächen des Baumarkts Fachmärkte für Drogerie, Bekleidung, Schuhe und Sport sowie einen Lebensmittel SB-Betrieb (Aldi Discounter) zu realisieren. Die bereits am Standort bestehenden Betriebe, der Lebensmittel SB-Betrieb Aldi und der Drogeriefachmarkt dm, würden dazu ihr Ladenlokal innerhalb der Einkaufspassage aufgeben und im neuen Komplex ihre Flächen ausbauen. Weitere Änderungen im Angebotsmix und in den Flächenzuschnitten sollen im Zusammenhang mit diesen Umbauten erfolgen, erreichen jedoch keine vergleichbare Bedeutung.

Gegenstand des vorliegenden Berichts ist eine Analyse der handelswirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Wirkungen des Planvorhabens.

Im Rahmen einer parallel durch unser Büro erarbeiteten Stellungnahme werden ergänzend folgende Aspekte der Erfurter Einzelhandelsentwicklung analysiert, die zur Bewertung des Planvorhabens am Standort T.E.C. herangezogen werden können:

- Neben der Umstrukturierung des T.E.C. befinden sich andere Einzelhandelsvorhaben in der Landeshauptstadt Erfurt ebenfalls in der Pla-

nungs- und Entscheidungsphase. Wenn die T.E.C.-Pläne umgesetzt würden, könnte deren Rentabilität und Realisierungswahrscheinlichkeit negativ beeinflusst werden. Sollte trotzdem eine Umsetzung der Planung erfolgen, sind verstärkte Wettbewerbseffekte auf die integrierten Einzelhandelslagen im Stadtgebiet, unter Umständen auch in den Zentren des Einzugsbereichs des Erfurter Einzelhandels zu erwarten.

- Daneben könnte die Umsetzung der Planungen eine Präzedenzwirkung auf vergleichbare Einzelhandelsstandorte im Erfurter Stadtgebiet auslösen; weitere Wettbewerbseffekte, mit dann möglicherweise städtebaulichen Auswirkungen, würden folgen.

## 1.2 Übergeordnete Vorgaben

Im Folgenden werden die planungsrechtlichen Rahmenbedingungen des Planvorhabens skizziert. Dies betrifft auf Bundesebene die Vorschriften des Baugesetzbuchs (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) und auf der Ebene der Landesplanung das Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025. Darüber hinaus sind auch das regionale Einzelhandelskonzept Mittelthüringen sowie das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt heranzuziehen.

Die vorhabenbezogene Bewertung in Bezug auf die genannten Vorgaben findet sich in Kapitel 6 der vorliegenden Wirkungsanalyse.

### 1.2.1 Bundesrechtliche Vorgaben

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist für Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebiets erforderlich, sofern sie sich nicht nur unwesentlich, u. a. auf die städtebauliche Entwicklung, auswirken.

Gleiches gilt nach § 11 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO für Einkaufszentren (ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Anders als für großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO werden für ein Einkaufszentrum bereits regelmäßig nachteilige städtebauliche Auswirkungen angenommen; die Ausweisungspflicht eines Sonder- oder Kerngebiets hängt dem-

nach nicht von der Feststellung städtebaulicher Auswirkungen im Einzelfall ab.

Neben der Untersuchung des Bestands in den zentralen Versorgungsbereichen muss das Planvorhaben auch auf seinen möglichen Einfluss auf dessen Entwicklungsperspektiven hin geprüft werden. Diese könnten beispielsweise dann beeinträchtigt werden, wenn sich durch die Umsatzerwartung und Kaufkraftabschöpfung eines der Planvorhaben die Markteintrittschancen für neue Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen wesentlich reduzieren.

Die Inhalte der Regelungen werden im Rahmen der Bewertung der Kompatibilität des Planvorhabens mit den bundesrechtlichen Rahmenbedingungen in Kapitel 6.1 erläutert.

### 1.2.2 Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025

Das Landesentwicklungsprogramm (kurz: LEP) Thüringen 2025 ist im Juli 2014 in Kraft getreten und gibt verbindliche Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in Thüringen (*Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr [2014]: LEP Thüringen 2025*). Die aufgestellten Ziele (raumordnerisch bindend) und Grundsätze (im Rahmen der kommunalen Abwägung zu überwinden) unterscheiden Einzelhandelsplanungen mit grundversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten.

Die Inhalte der Regelungen werden im Rahmen der Bewertung der Kompatibilität des Planvorhabens mit den landesplanerischen Rahmenbedingungen in Kapitel 6.2 erläutert.

### 1.2.3 Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen

Gemeinsam mit der kreisfreien Stadt Weimar sowie den Landkreisen Gotha, Ilm-Kreis, Sömmerda und Weimarer Land, hat die Landeshauptstadt Erfurt ein gemeinsames Regionales Einzelhandelskonzept (REHK) abgestimmt. Das Konzept dient als vertiefte Bewertungsgrundlage für Entscheidungen hinsichtlich bedeutsamer Einzelhandelsentwicklungen (*Regionales Einzelhandelskonzept [REHK] für die Region Mittelthüringen 2014 [Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung]*). Die Regelungen des REHK zur

Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe orientieren sich maßgeblich an den regional- und landesplanerischen Vorgaben.

In diesem Sinne wird durch das REHK ein Zielsystem aufgestellt, um die regionale Einzelhandelsentwicklung zu unterstützen und dabei den unterschiedlichen Versorgungsaufgaben einzelner zentraler Orte bzw. innerstädtischer Zentren und der Nahversorgungsstrukturen Rechnung zu tragen.

Die Inhalte der Zielsetzungen werden im Rahmen der Bewertung der Kompatibilität des Planvorhabens mit den regionalen Rahmenbedingungen in Kapitel 6.3 erläutert.

#### 1.2.4 Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt

Grundlage für die Einzelhandelssteuerung in der Landeshauptstadt Erfurt ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept vom Februar 2009, erstellt vom Planungsbüro Junker + Kruse, Dortmund. Folgende Ziele der Einzelhandelsentwicklung werden formuliert:

- Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche insbesondere der Altstadt,
- Sicherung einer hohen Zentralität der Landeshauptstadt in der Region
- Gewährleistung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung in den Wohngebieten

Das Zentrensystem der Landeshauptstadt Erfurt sieht eine Einteilung in 15 zentrale Versorgungsbereiche und sieben Sonderstandortbereiche vor. Die zentralen Versorgungsbereiche sind das Hauptzentrum Altstadt, das Nebenzentrum Ilversgehofen/Magdeburger Allee sowie die 13 Nahversorgungszentren Berliner Platz, Center Kleiner Herrenberg, Melchendorfer Markt, Moskauer Platz, Rieth, Roter Berg, Andreasvorstadt (Nordhäuser Straße), Brühlervorstadt (Brühler Straße), Daberstedt (Häßlerstraße), Löbervorstadt (Geibelstraße), Johannesvorstadt (Friedrich-Engels-Straße), Krämpfervorstadt (Thälmannstraße) und Krämpfervorstadt (Ringelberg). Die sieben Sonderstandortbereiche sind der Thüringen Park, das Einkaufszentrum Gothaer Straße, das Einkaufszentrum Kaufland I Leipziger Straße, das TEC (OBI II), der Sonderstandortbereich Erfurter Straße (Globus I), der Sonder-



standortbereich Weimarische Straße (Globus II) und der Sonderstandortbereich Kaufland II (Kranichfelder Straße).

Die wesentlichen Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts werden im Rahmen der Bewertung der Kompatibilität des Planvorhabens in Kapitel 6.4 erläutert. Dort wird auch dargestellt, wie die in Arbeit befindliche Fortschreibung des Erfurter Einzelhandels- und Zentrenkonzepts behandelt wird.

Berücksichtigt werden in der hier vorliegenden Wirkungsanalyse die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept formulierten Ziele, Standorteinstufungen und die Erfurter Sortimentsliste. Daten zur Angebots- und Nachfragesituation hingegen wurden aktualisiert.

### 1.3 Methodisches Vorgehen

In der vorliegenden Wirkungsanalyse wird untersucht, ob durch das großflächige Einzelhandelsvorhaben in der Landeshauptstadt Erfurt städtebauliche Auswirkungen (insbesondere Schutz zentraler Versorgungsbereiche) oder eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung zu erwarten sind. Die Methodik der einzelnen Arbeits- und Berechnungsschritte zielt darauf ab, diese Wirkungen keinesfalls prognostisch zu unterschätzen, um den für die Altstadt ungünstigsten Fall, der durch die Realisierung des Planvorhabens eintreten kann, zu berücksichtigen.

Die Vorgehensweise, wie der für die Altstadt ungünstigste Fall methodisch Berücksichtigung findet, ist grundsätzlich zu Beginn der einzelnen Kapitel dargestellt. So sind während aller Erarbeitungsvorgänge der Wirkungsanalyse entsprechende „Stellschrauben“ zu justieren, beispielweise bei der Abgrenzung des Einzugsgebiets, bei der Definition und Erfassung des projektrelevanten Wettbewerbs, der Umsatzeinschätzung von Vorhaben und Wettbewerb und der standort- bzw. betriebsbezogenen Prognose der handelswirtschaftlichen Effekte.

Keinen Eingang in die Wirkungsanalyse finden zwei Rahmenbedingungen der Vorhabenbewertung, die das Ergebnis der Analyse tendenziell „beschönigen“ würden: die Entwicklung des Nachfragevolumens

sowie die Annahme zur zwischenzeitlichen Entwicklung weiterer projektrelevanter Verkaufsflächen.

Während jahrelang eine schrumpfende Bevölkerung in den meisten Regionen Thüringens angenommen wurde, ist für einige in den letzten Jahren eine Trendumkehr erkennbar, u. a. auch für die Landeshauptstadt Erfurt; maßgeblich sind hierfür insbesondere Wanderungsgewinne aus dem Umland. Die Aufgliederung der Einwohnerprognose lässt erkennen, dass auch zukünftig das Stadtgebiet von den Zuwanderungen angrenzender Landkreise profitieren wird, im Saldo für den Großraum jedoch ein Einwohnerrückgang festzustellen ist.

Zwar ist die Bevölkerungsentwicklung im Stadtgebiet grundsätzlich als positive Rahmenbedingung der Vorhabenplanung zu werten, da aber sowohl die Größe der Wanderungsgewinne als auch deren Einfluss auf die Höhe und die Struktur des untersuchungsrelevanten Kaufkraftpotenzials kaum prognostizierbar sind, erfolgt keine Einbeziehung der Kaufkraftzunahme in die Auswirkungsanalyse. Maximal ist bis zur Eröffnung des Planvorhabens von einem Bevölkerungsanstieg um ca. 2 % auszugehen vgl. 2.1. In gleichem Umfang würden sich ggf. Marktanteile und Umverteilungswirkungen am Standort Erfurt verändern, wenn nicht eine Ausweitung des Online-Handels zu Lasten des stationären Einzelhandels erfolgt. Aufgrund der geringen Größenordnung und einer kaum belastbaren Quantifizierung erfolgt daher nur eine qualitative der durch die Bevölkerungsgewinne zu erwartenden Auswirkungen auf die Bewertung des Planvorhabens.

Ebenfalls rechnerisch unberücksichtigt bleiben mögliche Ansiedlungen oder Erweiterungen relevanter Wettbewerber in der Region. Somit unterbleibt eine Berechnung von Umsatzumverteilungen gegenüber noch zu realisierenden Einzelhandelsstandorten bzw. gegenüber Einzelhandelsstandorten, für die bereits eine Umsatzumverteilung durch zukünftig noch zu realisierende Einzelhandelsvorhaben angenommen werden könnte. Dies gilt insbesondere für eine zwar angestrebte, aber noch nicht genehmigte Erweiterung des Thüringen Parks. Es wird daher davon ausgegangen, dass bis zur Eröffnung des Planvorhabens keine maßgeblichen Veränderungen im Erfurter Einzelhandel auftreten.

Zur Bewertung der Angebotssituation im Erfurter Stadtgebiet sind die relevanten Einzelhandelsbetriebe, differenziert nach Lage in einem integrierten Versorgungszentrum oder in einer sonstigen als wohnungsnah oder dezentral einzustufenden Einkaufslage, mit den wesentlichen wirtschaftlichen und standortbezogenen Eckdaten aufgenommen worden. Die Analyse stützt sich auf vorliegende Einzelhandelsbestandsdaten der Landeshauptstadt Erfurt (*erfasst Ende 2013 bis Anfang 2014*), die durch unser Büro im Frühjahr 2016 geprüft und ggf. angepasst wurden.

Grundsätzlich ist nicht für alle zentralen Versorgungsbereiche im gleichen Umfang eine handelswirtschaftliche und städtebaulich-funktionale Betroffenheit durch das Planvorhaben anzunehmen. Beispielsweise ist für die Nahversorgungszentren nur eine geringe Bedeutung im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente zu unterstellen. Entsprechend ist eine Prüfung von durch das Planvorhaben induzierten handelswirtschaftlichen Effekten und etwaigen städtebaulichen Auswirkungen für jeden zentralen Versorgungsbereich individuell auf Sortimentsebene geboten.

Des Weiteren konnte auf den Einzelhandelsdatenbestand zurückgegriffen werden, der für das Regionale Einzelhandelskonzept (REHK) für die Region Mittelthüringen 2014 (*Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung*) im Rahmen einer Vollerhebung erfasst wurde. Eine eigene Verifizierung und Aktualisierung der Daten erfolgte nur für einige vorhabenrelevante Einzelhandelsbetriebe.

Alle Verkaufsflächen und Umsätze der Wettbewerbsbetriebe werden als bereinigte Werte dargestellt. Das heißt, es erfolgt keine Zusammenfassung nach dem Schwerpunkt eines Betriebs, sondern eine Darstellung der betrieblichen Verkaufsflächen/ Umsätze entsprechend der tatsächlich geführten Sortimente.

Die Umsatzeinschätzungen gründen sich auf sekundärstatistische Daten, die unter Berücksichtigung der Standortqualitäten angepasst wurden. Die Standortbewertung der projektrelevanten Wettbewerbsbetriebe bezieht explizit deren städtebauliche Situation ein.

Zur Prognose der voraussichtlichen Auswirkungen des Planvorhabens wurde ein Berechnungsmodell herangezogen, das auf der von Huff entwickelten Konzeption aufbaut, diese jedoch in den Leistungsparametern modifiziert. Die so im Rahmen von Modellrechnungen ermittelten standortbezogenen Umverteilungsquoten sind im Hinblick auf ihre städtebauliche Relevanz bewertet worden. Dabei werden neben den derzeitigen Strukturen auch die Entwicklungspotenziale in den durch die Wettbewerbsverschärfung betroffenen integrierten Versorgungsbereichen einbezogen.



## 2 Standortbeschreibung und Planvorhaben

### 2.1 Makrostandort Erfurt

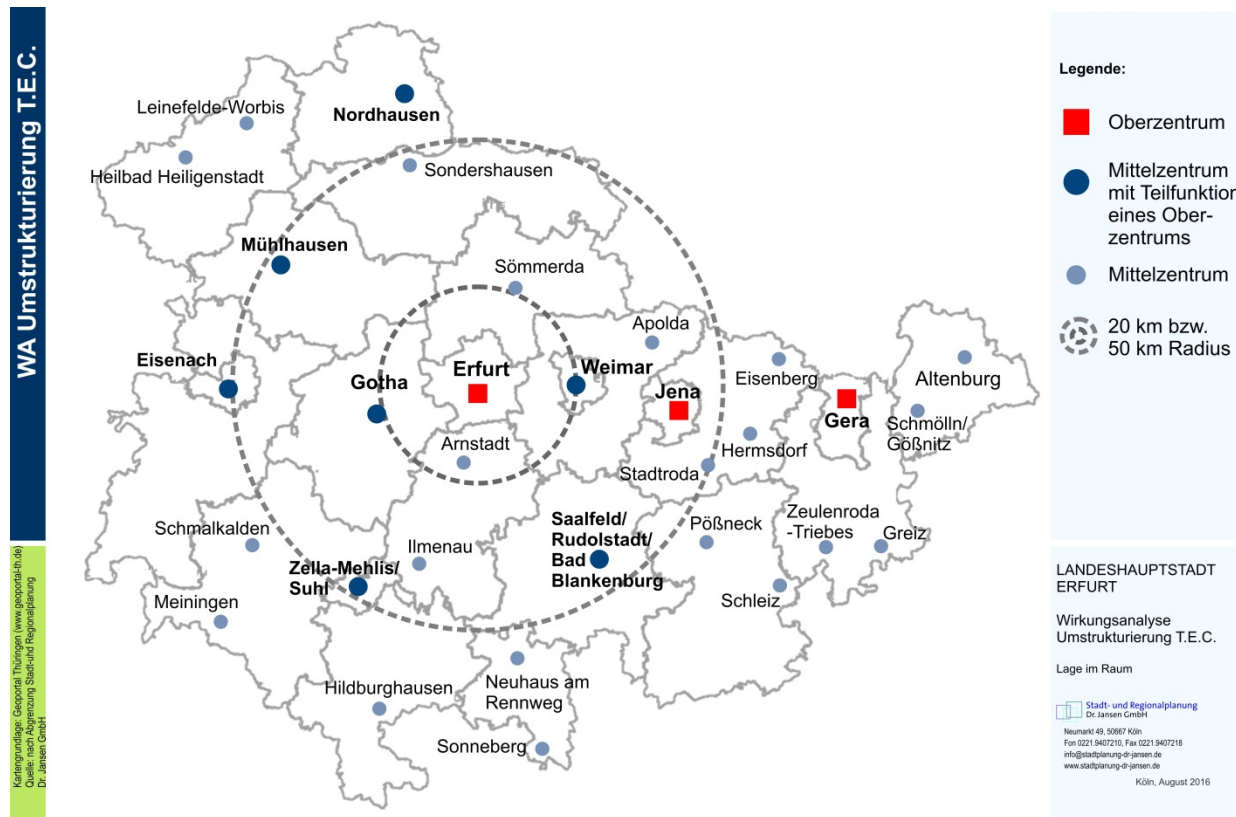
Die kreisfreie Landeshauptstadt Erfurt ist nicht nur räumlich betrachtet das Zentrum des Freistaats Thüringen, sondern auch in politischer, wirtschaftlicher und kultureller Perspektive. Die landesplanerisch als Oberzentrum eingestufte Stadt beherbergt neben verschiedenen Landesbehörden auch das Bundesarbeitsgericht, die Universität und die Fachhochschule Erfurt sowie das katholische Bistum Erfurt, dessen Kathedrale der Erfurter Dom ist. Mit ihren rund 210.270 Einwohnern ist sie nicht nur die flächenmäßig größte, sondern auch die bevölkerungsreichste Stadt des Freistaats Thüringen.

Das von Erfurt nächstgelegene Oberzentrum ist Jena in rund 50 km Entfernung. Die nächsten Mit-

telzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums sind die Stadt Weimar rund 20 km östlich sowie die Stadt Gotha rund 25 km westlich von Erfurt. Sie weisen jeweils keine gemeinsame Grenze mit der Landeshauptstadt auf. Stattdessen ist das Erfurter Stadtgebiet von den Landkreisen Weimarer Land, Ilm-Kreis, Gotha und Sömmerda umgeben. Die nächsten größeren Städte dieser Landkreise sind Sömmerda, Apolda, Arnstadt und Gotha.

Geographisch betrachtet liegt Erfurt am Südrand des Thüringer Beckens im Tal des Flusses Gera, dessen Mäander auch den Stadtkern durchziehen. Im Süden wird das Stadtgebiet von den bewaldeten Höhen des Steigerwalds umgrenzt. Die größte Ausdehnung des Stadtgebiets beträgt von Nord nach Süd rund 21 km und von Ost nach West rund 23 km.

Abbildung 1: Lage im Raum



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2016, Datengrundlage: Zentralörtliche Gliederung des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025, Kartengrundlage: geoportal-th.de

Verkehrstechnisch betrachtet, ist Erfurt aus allen Himmelsrichtungen über das Bundesautobahnnetz erreichbar:

- Die West-Ost-Verbindung der Bundesautobahn (A) 4 verläuft an der südlichen Stadtgrenze Erfurts. In Richtung Westen knüpft die A 4 die Städte Gotha, Eisenach und Bad Hersfeld mit der Landeshauptstadt an. In östlicher Richtung ermöglicht sie eine Anbindung von Erfurt bis in die Städte Weimar, Jena, Gera und Chemnitz und weiter über Dresden bis nach Tschechien.
- Aus nördlicher und südlicher Richtung kommend ist die A 71 die wichtigste Verkehrsroutenach Erfurt, sie schließt diese an die Städte Sömmerda, Arnstadt, Ilmenau und Zella-Mehlis/Suhl sowie an die Bundesländer Sachsen-Anhalt (Sangerhausen) und Bayern (Schweinfurt) an.

Darüber hinaus bestehen mit den Bundesstraßen (B) 4 und 7 regionale Verkehrsbeziehungen mit dem angrenzenden Umland. Die B 7 fungiert im östlichen Stadtgebiet als innerstädtische Schnellroute zur A 71 im Norden sowie als Verbindung zwischen den Stadtzentren von Erfurt und Weimar.

Wie in vielen Großstädten Deutschlands wird auch in Erfurt der innerstädtische motorisierte Individualverkehr durch ein dichtes Netz des öffentlichen Personennahverkehrs ergänzt, wobei das Stadtbahnsystem der Stadtwerke Erfurt eine besondere städtische Bedeutung aufweist und kleinräumlich durch eine Vielzahl von Busverbindungen unterstützt wird.

Erfurt ist durch mehrere Haltepunkte, insbesondere jedoch über den Hauptbahnhof, in das Regional- und Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn integriert. Der internationale Flughafen Erfurt-Weimar liegt rund 15 Autofahrminuten von der Innenstadt entfernt im Westen der Stadt.

Der Wirtschaftsstandort Erfurt weist mit gut 140.000 Beschäftigten und über 14.000 Unternehmen eine hohe Bedeutung auf. Der wirtschaftliche Schwerpunkt im Stadtgebiet liegt im Maschinen- und Anlagenbau, der Medien- und Kreativwirtschaft, dem Gartenbau, der Nahrungsgüterindustrie

oder der Logistikbranche. In diesen Wirtschaftsfeldern sind u. a. die Unternehmen KNV Logistik, Zalando, Siemens, X-FAB, Schuler, Kids Interactiv und die Deutsche Post DHL zu nennen (vgl. *Landeshauptstadt Erfurt – Amt für Wirtschaftsförderung, Wirtschaftsbrochure Erfurt, 2015*). Die Arbeitsplatzbedeutung und -zentralität spiegelt sich auch in den Pendelverflechtungen: Rund 20.950 Auspendlern stehen täglich rund 46.590 Einpendlern gegenüber; dies entspricht einem positiven Pendlersaldo von rund 26.000 Beschäftigten.

Der Bereich Statistik und Wahlen vom Amt für Personal und Organisation veröffentlichte zum 31.12.2015 eine Einwohnerzahl von rund 210.270 für die Landeshauptstadt, die sich administrativ in 53 Stadtteile gliedert. Die Einwohnerdaten lassen dabei eine Konzentration in den innenstadtnahen Stadtteilen Altstadt, Andreasvorstadt, Krämpfervorstadt, Brühlervorstadt und Daberstedt erkennen, in denen mehr als ein Drittel der gesamten Bewohnerschaft lebt.

Nachdem über viele Jahre die Bevölkerungszahl in der Landeshauptstadt Erfurt aufgrund von Wanderungsbewegungen in die alten Bundesländer abnahm und sogar im Jahr 2000 unter die 200.000 Einwohnermarke fiel, ist seit der Jahrtausendwende wieder ein Bevölkerungsanstieg zu verzeichnen. Seit dem Jahr 2010 weist die Landeshauptstadt erstmals wieder mehr als 200.000 Einwohner auf. Insbesondere in den vergangenen sechs Jahren ist eine deutlich stärkere Wachstumsdynamik festzustellen (rund 4,6 %) als zwischen den Jahren 2000 und 2010 (rund 1,8 %). Diese Entwicklungen verlaufen im Rahmen eines sich bundesweit abzeichnenden Trends („Reurbanisierung in Großstädten“) (vgl. *Bereich Statistik und Wahlen Amt für Personal und Organisation der Landeshauptstadt Thüringen, Bevölkerung 2014; August 2015*), der sich durch die derzeitige Flüchtlingssituation zusätzlich intensiviert und für verschiedene Institutionen vermehrt Anforderungen stellt, bspw. im Rahmen einer günstigen Wohnraumversorgung.

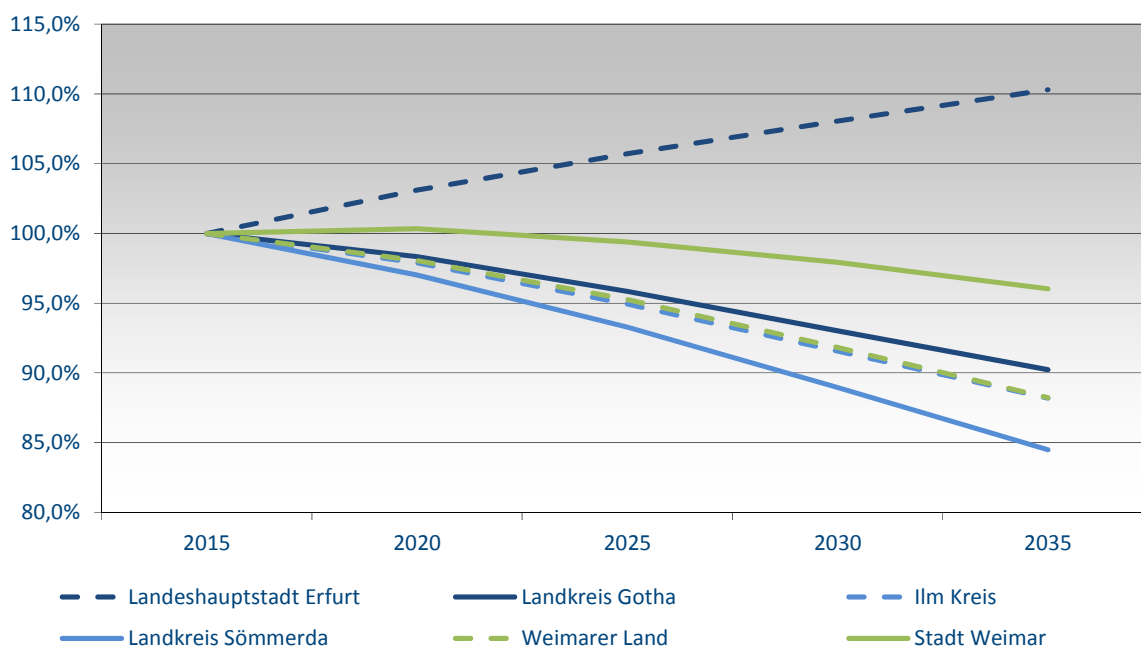
Dies erklärt auch, warum die Bevölkerungsvorausschätzung vom Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Erfurt bereits im ersten Prognosejahr übertroffen wurde. Insgesamt wird zukünftig auch eine weiterhin anhaltende intensive Wachs-



tumsdynamik der Erfurter Bevölkerung prognostiziert. Der Bevölkerungsanstieg wird bis zum Jahr 2040 mit rund 12 % eingeschätzt, basierend auf dem Ausgangsjahr 2014 (vgl. *Bereich Statistik und Wahlen Amt für Personal und Organisation der Landeshauptstadt Thüringen, Erfurter Statistik – Bevölkerungs-*

*prognose bis 2040; Oktober 2015*). Das Thüringer Landesamt für Statistik prognostiziert vom gleichen Bezugsjahr ausgehend bis zum Jahr 2035 ein Wachstum von rund 10 % für die Landeshauptstadt. (vgl. *Thüringer Landesamt für Statistik, Voraussichtliche Bevölkerungsentwicklung 2014 bis 2035 nach Kreisen*).

Abbildung 2: Bevölkerungsprognose für die Landeshauptstadt Erfurt im Vergleich



Quelle: Daten Landeshauptstadt Erfurt: Bereich Statistik und Wahlen Amt für Personal und Organisation der Landeshauptstadt Thüringen Bereich Statistik und Wahlen, Erfurter Statistik – Bevölkerungsprognose bis 2040; Oktober 2015; Daten Nachbarkommunen und Landkreise: Thüringer Landesamt für Statistik, Voraussichtliche Bevölkerungsentwicklung 2014 bis 2035 nach Kreisen; Darstellung Stadt und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Ein Vergleich mit den angrenzenden Landkreisen und kreisfreien Städten zeigt, dass sich die Bevölkerungsentwicklung in der Landeshauptstadt deutlich von der umgebender Räume unterscheidet: in allen angrenzenden Landkreisen wird die Bevölkerung deutlich abnehmen, wobei der Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2035 zwischen ca. 10 % und 15 % liegt. Lediglich die kreisfreie Stadt Weimar verliert in geringerem Umfang an Bürgern; sie kann insofern wie die Landeshauptstadt Erfurt von der Reurbanisierung profitieren.

Der Einzelhandelsstandort Erfurt wird insofern zwar voraussichtlich Entwicklungsimpulse durch einen Anstieg des städtischen Nachfragevolumens erfah-

ren, bezogen auf das gesamte Einzugsgebiet des Erfurter Einzelhandels (vgl. Kapitel 3.1) sind diese jedoch kaum zu erwarten.

## 2.2 Mikrostandort Thüringer Einkaufszentrum

### 2.2.1 Lage und Erreichbarkeit

Das Thüringer Einkaufszentrum (T.E.C) befindet sich im Stadtteil Daberstedt der Landeshauptstadt Erfurt und liegt an der südöstlichen Grenze des Kernsiedlungsbereichs, rund 2 km vom Stadtzentrum entfernt. Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt 2009 als Sonderstandort ausgewiesene Einzelhandelslage befindet sich auf einem Grundstück zwischen der Rudolstädter,

Jenaer, Hermsdorfer und Eisenberger Straße. Das Center ist Bestandteil eines zusammenhängenden Gebäudekomplexes mit Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen, die sich derzeit ausschließlich innerhalb der Centerpassage befinden.

Die nahe Umgebung des Centers wird durch eine gemischte Nutzungsstruktur, bestehend aus fünf Autohäusern, zwei Tankstellen, Autovermietungen und -werkstätten, einem Papier- und Verpackungsmarkt, einem OBI Bau- und Gartenfachmarkt, einem

Baywa Baustoffhandel sowie einer Systemgastronomie geprägt. Im weiteren Umfeld entlang der Weimarischen Straße befindet sich zudem eine Fachmarkttagglomeration mit den Einzelhandelsbetrieben Multipolster, Tedox, Fressnapf und Marondes Gartenparadies. Außerdem schließt ein Bettenfachmarkt des Betreibers Dänisches Bettenlager an die Fachmarkttagglomeration nur wenige Meter weiter östlich an. Südlich des T.E.C befinden sich, neben Wohnbebauungen des Stadtteils Daberstedt auch öffentliche Einrichtungen des Landes.

Abbildung 3: Vorhabenstandort T.E.C



Quelle: Kartengrundlage Google GeoBasis DE/BKG 2009; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Die Haupteerschließungsstraßen aus den angrenzenden Stadtteilen sind die Rudolstädter Straße aus Dittelstedt und Urbich, die Straße Am Herrenberg aus Richtung Herrenberg und Wiesenhügel und die Weimarische Straße aus Richtung Altstadt, Löbervorstadt und Linderbach. Eine Verbindung mit der A 4 ist in ca. 15 km Entfernung über die Rudolstädter Straße sowie die Straße Am Herrenberg gegeben, ein Anschluss an die A 71 in rund 12 km Entfernung erfolgt über die B 7. Damit ist die Verflechtung mit dem Erfurter Stadtgebiet als gut zu be-

zeichnen und die zur Erschließung eines (auch) regionalen Einzugsgebiets benötigte Pkw-Anbindung ebenfalls gegeben.

Das Einkaufszentrum verfügt mit rund 1.400 kostenlosen Parkplätzen über ein ausreichendes Parkplatzangebot. Der überwiegende Teil befindet sich auf einem ebenerdigen, vorgelagerten Parkplatz. Weitere rund 400 Stellplätze stehen den Kunden in einer darunter verorteten Tiefgarage zur Verfügung.





Das T.E.C ist durch eine Reihe von Buslinien über die Haltestelle „Einkaufszentrum“ zu erreichen:

- Buslinie 51: Urbicher Kreuz – Linderbach – Einkaufszentrum – Hauptbahnhof – Möbisburg/Molsdorf
- Buslinie 60: Urbicher Kreuz – Dittelstedt – Einkaufszentrum – Hauptbahnhof – Möbisburg
- Buslinie 65: Wiesenhügel – Blücherstraße – Einkaufszentrum
- Buslinie 155: Erfurt Busbahnhof – Einkaufszentrum – Hohenfelden – Kranichfeld
- Buslinie 235 (Kleinbus): Bad Berka – Gutendorf – Meckfeld bei Bad Berka – Klettbach – Schnellroda – Erfurt Einkaufszentrum – Erfurt Busbahnhof

Ergänzend befinden sich mit den Haltestellen Jenaer Straße, Gewerbegebiet Ost und Eisenberger Straße weitere Haltestellen im Umfeld des Einkaufszentrums.

### 2.2.2 Gliederung und Angebotsstruktur

Das Center gliedert sich in zwei Gebäudeteile, die zwar baulich verbunden sind, jedoch innerhalb der Gebäudekörper nicht durch Laufwege miteinander verknüpft sind. Die nördliche/östliche Gebäudefläche, die zuvor von einem Baumarkt belegt wurde, steht leer. Dieser Gebäudeteil besitzt einen separaten, nach Norden gerichteten Eingang und ist nicht wie die anderen Gebäudeflächen in die Centerpassage eingebunden.

Der südliche, zweigeschossige Gebäudeteil, das eigentliche Einkaufszentrum, besteht aus einer Centerpassage, in die östlich ein SB-Warenhaus integriert ist. Im oberen Geschoss befindet sich keine Mall, sondern es wird ausschließlich durch die Verkaufsflächen von Betrieben, die ihren Eingang im Erdgeschoss haben und über eine zweigeschossige Verkaufsfläche verfügen, und das Centermanagement genutzt.

Als Magnetbetrieb des T.E.C. fungiert das rd. 5.750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche umfassende real SB-Warenhaus. Als Einzelhandelsbetrieb mit ebenfalls starker, auch regionaler Ausstrahlung ist der Elektrofachmarkt Media Markt mit rd. 3.030 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche einzustufen. Beide Betriebe sind als Pole an den östlichen bzw. westlichen Enden der

Centerpassage positioniert. Im Zentrum der Passage befindet sich ein großflächiger Adler Modemarkt mit einer Verkaufsfläche von rund 2.600 m<sup>2</sup>. Ebenso wie Mediamarkt belegt auch Adler Flächen im Erd- und im Obergeschoss, die intern miteinander verbunden sind. Ebenfalls am Standort ansässige Einzelhandelsbetriebe sind:

- Aldi Lebensmitteldiscounter mit rund 745 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- dm Drogeriefachmarkt mit rund 550 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- real Sportwelt mit rund 420 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- Deichmann Schuhfachmarkt mit rund 410 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- Stoffwechsel Bekleidungsgeschäft mit rund 330 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- Jeans Fritz Bekleidungsgeschäft mit rund 140 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- Optiker Matt mit rund 105 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- McPaper Büro und Schreibwarenmarkt mit rund 105 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Weitere 17 Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen (u. a. engbers, Bonita, Gina Laura, Vodafone) ergänzen mit rund 1.025 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche das Angebot am Standort. Hinzu kommen 17 Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe.

Insgesamt verfügt das Center über eine Bestandverkaufsfläche von rund 22.425 m<sup>2</sup>, von denen aktuell rund 15.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bewirtschaftet werden und in die Centerpassage integriert sind. Rund 7.225 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche umfasst der Leerstand des ehemaligen Baumarkts, der sich ebenfalls über zwei Etagen erstreckt, die durch Rollsteige verbunden werden.

Das T.E.C. ist bereits seit einigen Jahren bemüht, die ehemalige Baumarktfläche neu zu belegen. Die Reaktivierung mit dem gleichen Betriebstyp ist erschwert durch begrenzt zeitgemäße Standortbedingungen: die Baukörper der Baumärkte sind selten in Einkaufszentren eingegliedert, auch zweigeschossige Verkaufsflächen werden nur noch in Ausnahmefällen realisiert. Stattdessen werden meist umfassende Außenflächen – nicht oder teilweise überdacht – verwirklicht, die am Standort T.E.C. nur zu Lasten der ebenerdigen Parkplätze möglich wären. Zudem ergibt sich eine räumlich enge Konkur-

renzsituation zum nur rund 200 m entfernten Bau- und Gartencenter OBI auf der gegenüberliegenden Straßenseite, der günstigere Standortbedingungen aufweist. Grundsätzlich belegen allerdings viele Standorte im Bundesgebiet, an denen Baumarktbetreiber benachbarte Standorte belegen, dass der Konkurrenzwirkung auch Synergien gegenüberstehen.

Tabelle 1: Verkaufsflächen im Bestand des T.E.C.

Sortimente*/Standort	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>4.634</b>
davon Real-SB-Warenhaus	3.860
davon EKZ/Fachmärkte	774
<b>Zentrenrelevante Sortimente (inkl. Drogerie-/Parfümeriewaren)</b>	<b>9.652</b>
davon Real-SB-Warenhaus	1.684
davon EKZ/Fachmärkte	7.968
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>916</b>
davon Real-SB-Warenhaus	204
davon EKZ/Fachmärkte	712
<b>Leerstand Baumarkt</b>	<b>7.224</b>
<b>Summe</b>	<b>22.426</b>

\*Anm.: Die Sortimentszuordnung beruht auf der Erfurter Liste, bereitet aber auch schon den Abgleich zwischen zulässiger Verkaufsfläche nach Bebauungsplan EFS 034 vor

Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Bestandsdaten der MEC

Unter betrieblichen und städtebaulichen Aspekten ergibt sich somit für das T.E.C. folgende Standortbewertung:

#### Positive Standortfaktoren

- Hohes Bevölkerungspotenzial im nahen Standortumfeld
- Etablierter Einzelhandelsstandort
- Gute Erreichbarkeit für den Individualverkehr aus dem Erfurter Stadtgebiet mit ausreichendem Stellplatzangebot für Pkw
- Gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV/Bus

- Zusätzliche Besucherfrequenz durch angrenzende Einzelhandelsbetriebe und sonstige gewerbliche Nutzungen mit eigener Ausstrahlungskraft, insbesondere OBI Baumarkt

#### Negative Standortfaktoren

- Leerstand des ehemaligen Baumarkts
- Leerstandsfläche ist für erneute Baumarktnutzung primär aufgrund der Größe und der Zweigeschossigkeit nur eingeschränkt vermarktbarm
- Konkurrenz durch nahegelegene Altstadt und Fachmärkte im Standortumfeld

#### 2.2.3 Derzeitiges Planungsrecht am Standort

Das derzeitige Planungsrecht am Standort T.E.C. wird durch den Bebauungsplan BP EFS 034 „Weimariische Straße Teilgebiet 2“ definiert.

Das Grundstück, auf dem sich das T.E.C. befindet, wird durch das SO<sup>2</sup> gemäß §§ 11 BauNVO festgesetzt. Folgende Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung reglementieren die Einzelhandelsnutzungen am Standort: Zulässig sind

- insgesamt eine Verkaufsfläche von max. 24.000 m<sup>2</sup>,
- Verkaufsflächen für zentrenrelevante Sortimente auf max. 16.000 m<sup>2</sup>, davon max. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel,
- nicht zentrenrelevante Sortimente auf einer Verkaufsfläche von max. 8.000 m<sup>2</sup>, davon maximal 6.700 m<sup>2</sup> in einem Baumarkt; der maximale Anteil zentrenrelevanter Sortimente für den Baumarkt beträgt dabei 10 %.

#### 2.3 Projektdaten

Das Planvorhaben am Standort T.E.C. wird durch Bausteine charakterisiert, die sortimentsbezogen zu Umstrukturierungen, Minimierungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben und Sortimenten am Standort T.E.C. führen sollen.

Die Grundlage der Planung ist aus Betreibersicht, die bereits dargestellte, seit mehreren Jahren leerstehende Fläche des Baumarkts im östlichen Gebäude am Planstandort. Durch eine T.E.C.-interne Verlagerung und Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Aldi (Erweiterung von rund 745 auf etwa



1.230 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und des Drogeriefachmarkts dm (545 m<sup>2</sup>/800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie die Ansiedlung folgender Fachmärkte soll eine Wiedernutzung der Baumarktfläche initiiert werden:

- Mister & Lady Jeans Bekleidungsgeschäft (ca. 320 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- TK Maxx Textilfachmarkt (ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- Decathlon Sportfachmarkt (ca. 3.560 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- BabyOne Babyfachmarkt (ca. 850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- Siemes Schuhfachmarkt (ca. 780 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)

**Tabelle 2: Geplante Verkaufsflächenstruktur des T.E.C.**

Sortimente*/Standort	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>4.934</b>
davon Real-SB-Warenhaus	3.747
davon EKZ/Fachmärkte	1.187
<b>Zentrenrelevante Sortimente (inkl. Drogerie-/Parfümeriewaren)</b>	<b>14.829</b>
davon Real-SB-Warenhaus	1.798
davon EKZ/Fachmärkte	13.031
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>2.446</b>
davon Real-SB-Warenhaus	204
davon EKZ/Fachmärkte	2.242
<b>Leerstand Baumarkt</b>	<b>0</b>
<b>Summe</b>	<b>22.208</b>

*\*Anm.: Die Sortimentszuordnung beruht auf der Erfurter Liste, bereitet aber auch schon den Abgleich zwischen zulässiger Verkaufsfläche nach Bebauungsplan EFS 034 vor*

*Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Bestandsdaten der MEC*

Parallel sieht die Umstrukturierungsmaßnahme weitere kleinteilige Veränderungen in den Bestandsverkaufsflächen vor, wie zum Beispiel Betreiberwechsel mit einem gleichen Sortimentsschwerpunkt (Stoffwechsel zu Ernsting's Family) oder die Aufgabe eines kleineren Real-Sportfachmarkts, der

sich derzeit neben dem SB-Warenhaus mit eigenem Eingangs- und Kassenbereich befindet und ein ehemals eigenständiges Ladenlokal belegt.

Durch die Gegenüberstellung der Bestands- und der Planungsdaten sowie den Abgleich der Daten mit dem Bebauungsplan BP EFS 034 „Weimarerische Straße Teilgebiet 2“ werden die Veränderungen der im Bebauungsplan festgesetzten Sortimentsgruppen sowie die Vereinbarkeit der geplanten Nutzungsstruktur mit dem Planungsrecht deutlich.

Deutlich wird, dass aufgrund der derzeitigen Nutzungsstruktur am Standort T.E.C. sortimentsbezogen noch eine Planungsreserve besteht. Beispielsweise werden von den maximal zulässigen 16.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten nur rund 14.286 m<sup>2</sup> tatsächlich genutzt, so dass innerhalb des Objektes noch rund 1.714 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten belegt werden könnten.

Nicht in die Tabelle integriert ist die textliche Festsetzung des Bebauungsplans, dass maximal 10 % der Verkaufsfläche eines maximal 6.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche umfassenden Baumarktes mit zentrenrelevanten Randsortimenten zulässig sind. Diese Möglichkeit ist aufgrund des nicht mehr existenten Baumarkts nicht mehr gegeben. Die Festsetzungen des Bebauungsplans lassen sich so verstehen, dass diese Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Randsortimenten zwingend an den Betriebstyp Baumarkt geknüpft ist.

Tabelle 3: Bestandssituation, Planung und Planungsrecht am Standort T.E.C. im Vergleich

Sortimente*/Standort	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> im Bestand	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> in Planung	Veränderung Bestand/Planung in m <sup>2</sup>	Zulässigkeit B-Plan (Maximalwerte in m <sup>2</sup> )	Abgleich Bestand/Zulässigkeit B-Plan in m <sup>2</sup>	Abgleich Planung/Zulässigkeit B-Plan in m <sup>2</sup>
<b>Zentrenrelevante Sortimente insg.</b>	<b>14.286</b>	<b>19.763</b>	<b>5.477</b>	<b>16.000</b>	<b>1.714</b>	<b>-3.763</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	4.634	4.934	300	5.000	366	66
davon Real-SB-Warenhaus	3.860	3.747	-113	-	-	-
davon EKZ/Fachmärkte	774	1.187	413	-	-	-
<b>davon übrige zentrenrelevante Sortimente (inkl. Drogerie-/Parfümeriewaren)</b>	<b>9.652</b>	<b>14.829</b>	<b>5.177</b>	<b>16.000</b>	<b>6.348</b>	<b>1.798</b>
davon Real-SB-Warenhaus	1.684	1.798	105	-	-	-
davon EKZ/Fachmärkte	7.968	13.031	5.063	-	-	-
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>916</b>	<b>2.446</b>	<b>1.530</b>	<b>8.000</b>	<b>7.084</b>	<b>5.554</b>
davon Real-SB-Warenhaus	204	204	0	-	-	-
davon EKZ/Fachmärkte	712	2.242	1.530	-	-	-
<b>(Leerstand) Baumarkt</b>	<b>7.224</b>	<b>0</b>	<b>-7.224</b>	<b>6.700*</b>	<b>6.700</b>	<b>6.700</b>
<b>Maximale Zulässigkeit/ Summe (ohne Leerstand)</b>	<b>15.202</b>	<b>22.208</b>	<b>7.006</b>	<b>24.000</b>	<b>8.798</b>	<b>1.792</b>

Anm.: \* davon maximal 10 % zentrenrelevante Randsortimente

Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Bestandsdaten der MEC, Bebauungsplan BP EFS 034 „Weimarische Straße Teilgebiet 2“ der Landeshauptstadt Erfurt, Rundungsdifferenzen möglich

Für die in Kapitel 4 folgende Berechnung der Umsatzumverteilung zur Prüfung des Vorhabens hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind die oben ausgeführten Berechnungen nicht geeignet, diese dienen ausschließlich der Bewertung in Bezug auf das aktuelle Planungsrecht. Vielmehr ist folgend auf die tatsächliche Veränderung der Verkaufsfläche (und folglich des Umsatzes) der einzelnen Sortimente abzustellen. Das positive Delta der Umsatzveränderung ist dann der umverteilungsrelevante Umsatz in der Wirkungsanalyse.

In den folgenden Darstellungen erfolgt grundsätzlich keine Berücksichtigung des Real-SB-Warenhauses. Es wird vollständig aus den Berechnungen ausgeklammert, weil es einerseits in unveränderter Struktur auch zukünftig am Standort existent sein wird, es jedoch nicht in eine festgelegte Sortimentsstruktur eingeordnet werden kann. Die Betreiber des T.E.C. wünschen sich, sollte es zu einer Bauleitplanung durch die Landeshauptstadt Erfurt kommen, gesonderte Festsetzungen für das Real-SB-Warenhaus. Ebenso fließen keine Bestandsflächen





von Sortimenten in die Berechnungen ein, die zukünftig unverändert angenommen, z. B. die Elektrowaren des Media Markts, oder gar reduziert werden. Gleichwohl sind insbesondere das SB-Warenhaus wie auch der Media Markt bedeutsam für die Gesamtpositionierung des T.E.C. im Erfurter Einzelhandelsgefüge

In Tabelle 4 werden die geplanten Veränderungen auf Sortiments-Ebene dargestellt. Zunächst („ohne Flexibilisierung“) als derzeit, in Anlehnung an die

Sortimentskonzepte der anzusiedelnden Fachmärkte, faktisch zu erwartende Veränderung. Anschließend wird in einer zweiten Spalte der spezifischen Situation eines Einkaufszentrums Rechnung getragen, und es werden ca. 10 %-ige Flexibilisierungszuschläge in den einzelnen Sortimenten ergänzt. So soll sichergestellt werden, dass auch zukünftige Anpassungen an Betreiberwünsche und Marktentwicklungen bereits in die Wirkungsbetrachtung mit eingestellt werden.

Tabelle 4: Ausbau der Verkaufsflächen nach Sortimenten durch das Planvorhaben

Sortiment	VKF (in m <sup>2</sup> ) ohne Flexibilisierung	VK in m <sup>2</sup> inkl. Flexibilisierung
<b>zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>4.685</b>	<b>5.170</b>
Bekleidung	806	890
Bettwäsche/Heimtextilien	90	100
Camping/-zubehör	867	955
Fahrräder/-zubehör	642	710
Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel/Bilder/-rahmen	231	255
Schuhe/Lederwaren/Taschen/Koffer	1.163	1.280
Spielwaren	100	110
Sportartikel	426	470
Sportbekleidung/Sportschuhe	360	400
<b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	<b>796</b>	<b>880</b>
Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik	339	375
Nahrungs-/Genussmittel/Getränke	412	455
Pharmazeutika/Reformwaren	45	50
<b>nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>1.580</b>	<b>1.740</b>
Bettwaren/Matratzen	50	55
Kinderwagen	300	330
Möbel	300	330
Sportgroßgeräte	930	1.025
<b>Summe</b>	<b>7.061</b>	<b>7.790</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Daten der MEC, Rundungsdifferenzen möglich

Die sortimentsbezogen größten Zuwächse der Verkaufsfläche sind für die Kernsortimente der geplanten Fachmarktansiedlungen zu verzeichnen. Dies betrifft zum Beispiel Bekleidung (TK Maxx, Mister & Lady Jeans), Schuhe (Siemes Schuh) und die durch Decathlon projektierten Sortimente Sportbekleidung/Sportschuhe, Sportartikel, Camping und Zubehör, Fahrräder und Zubehör und Sportgroßgeräte.

Bei der sortimentsbezogenen Umsatzeinschätzung des Planvorhabens finden folgende Spezifika Berücksichtigung:

- Zur Prüfung der städtebaulichen Verträglichkeit des Vorhabens erfolgte die Umsatzeinschätzung unter Berücksichtigung des für die Altstadt ungünstigsten Falls und wird damit der Forderung der Rechtsprechung gerecht,

dass die maximal durch ein Vorhaben induzierten handelswirtschaftlichen Effekte Eingang in die städtebauliche Bewertung finden müssen. Dabei wird nicht außer Acht gelassen, dass eine im Sinne des Urteils des OVG NRW (7 D 18/13.NE) vom 2. Oktober 2013 eine „realitätsnahe“ Betrachtung erfolgen sollte.

- Für die Umsatzeinschätzung wurden veröffentlichte sortiments- und betriebstypenbezogene Flächenleistungen herangezogen und standort- und betriebsspezifisch angepasst.
- Zur Herleitung des umsatzumverteilungsrelevanten Umsatzes werden für die projektierten Sortimente sowohl die Bestands- als auch die Planumsätze eingeschätzt. Dabei wird eine Attraktivierung des Standorts T.E.C. unterstellt mit höheren Flächenproduktivitäten bei den neuen Einzelhandelsflächen als im Bestand.

Auf eine Einbeziehung von Leistungssteigerungen auf den Bestandsflächen wird somit zunächst verzichtet.

- Die Sortimente, die auch inklusive Flexibilisierungszuschlag nur um maximal 50 bis 110 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert werden, finden in der Umsatzeinschätzung und Wirkungsberechnung keinen Eingang. Die Prognose der räumlichen Ausstrahlung von handelswirtschaftlichen Effekten durch Vorhaben in diesen geringen Größenordnungen ist nicht belastbar anzustellen. Dies betrifft die Sortimente Bettwäsche/Heimtextilien, Spielwaren, Pharmazeutika/Reformwaren und Bettwaren/Matratzen auf insgesamt rund 315 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Tabelle 5: Projektrelevante Verkaufsflächen, Flächenproduktivitäten und Umsätze im Bestand

Sortiment	VK in m <sup>2</sup>	Flächenproduktivität in EUR/m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. EUR
<b>zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>4.360</b>	<b>2.706</b>	<b>11,8</b>
Bekleidung	3.479	2.700	9,4
Camping/-zubehör	30	1.800	0,1
Fahrräder/-zubehör	50	2.200	0,1
Haushaltswaren, GPK, Geschenkartikel, Bilder/-rahmen	149	2.700	0,4
Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer	412	2.800	1,2
Sportartikel	-	2.400	-
Sportbekleidung/Sportschuhe	240	2.500	0,6
<b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	<b>1.411</b>	<b>4.465</b>	<b>6,3</b>
Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik	637	5.000	3,2
Nahrungs-/Genussmittel/Getränke	774	4.000	3,1
<b>nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>50</b>	<b>2.000</b>	<b>0,1</b>
Kinderwagen	-	2.200	-
Möbel	-	1.300	-
Sportgroßgeräte	50	2.000	0,1
<b>Summe</b>	<b>5.821</b>	<b>3.126</b>	<b>18,2</b>

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu geplanten Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C., Rundungsdifferenzen möglich

Insgesamt wird für die projektierten Sortimente unter Berücksichtigung der Flexibilisierungszuschläge ein Ausbau des Umsatzes von 20,4 Mio. EUR angenommen. Analog zur sortimentspezifischen Veränderung der Verkaufsflächen, sind für die Kern-

sortimente der projektierten Fachmärkte die größten Umsatzzuwächse zu erwarten.

Die höchsten Flächenproduktivitäten werden dagegen für die nahversorgungsrelevanten Sortimente angenommen, dies einerseits vor dem Hintergrund



grundsätzlich vergleichsweise hoher Flächenproduktivitäten der Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren und andererseits weil die

beiden als Marktführer zu bezeichnenden Betreiber Aldi und dm projiziert werden.

Tabelle 6: Prognose der Flächenleistungen des Umstrukturierungsvorhabens (einschließlich Flexibilisierungszuschläge)

Sortiment	VK in m <sup>2</sup>	Flächenproduktivität in EUR/m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. EUR
<b>zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>4.960</b>	<b>2.500</b>	<b>12,4</b>
Bekleidung	890	2.900	2,6
Camping/-zubehör	955	2.000	1,9
Fahrräder/-zubehör	710	2.300	1,6
Haushaltswaren, GPK, Geschenkartikel, Bilder/-rahmen	255	2.900	0,7
Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer	1.280	2.700	3,5
Sportartikel	470	2.400	1,1
Sportbekleidung/Sportschuhe	400	2.500	1,0
<b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	<b>830</b>	<b>5.300</b>	<b>4,4</b>
Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik	375	5.700	2,1
Nahrungs-/Genussmittel/Getränke	455	5.000	2,3
<b>nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>1.685</b>	<b>2.078</b>	<b>3,5</b>
Kinderwagen	330	2.400	0,8
Möbel	330	1.500	0,5
Sportgroßgeräte	1.025	2.200	2,3
<b>Summe</b>	<b>7.475</b>	<b>2.730</b>	<b>20,4</b>

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu geplanten Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C., Rundungsdifferenzen möglich





### 3 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

Die Aussagen zur Marktpositionierung des Planvorhabens umfassen die Abgrenzung seines Einzugsgebiets, die Berechnung der projektbezogenen Kaufkraft und die Ermittlung der voraussichtlichen Marktanteile. Das Ziel ist folgend die Darstellung des zukünftigen, nach Realisierung der Planvorhaben zu prognostizierenden Einzugsgebiets in Abgleich mit der derzeit anzunehmenden Ausstrahlung.

#### 3.1 Abgrenzung des Einzugsgebiets für zentrenrelevante Sortimente

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets gibt den Raum wieder, in dem Kunden das Planobjekt voraussichtlich regelmäßig aufsuchen werden. Bei der Abgrenzung wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- Zeit-Distanz-Werte, Anfahrtszeit der Kundschaft zum Planvorhaben (*alle folgend genannten Fahrzeiten beziehen sich auf die Quelle [www.google.de/maps](http://www.google.de/maps) und stellen die Fahrzeit von Ortszentrum zu Ortszentrum bei staufreier Verkehrslage dar*)
- Attraktivität und voraussichtliche Leistungsfähigkeit des Planvorhabens
- Verkehrsinfrastrukturelle Situation, Erreichbarkeit und Barrierewirkungen
- Spezifische topografische, siedlungsstrukturelle und stadträumliche Gegebenheiten
- Derzeitige und zukünftige lokale und regionale Wettbewerbssituation
- Häufigkeit der Bedarfsdeckung in bzw. Nutzungsdauer der geplanten Sortimentsgruppen
- Traditionelle Einkaufsorientierungen
- Zentralörtliche Funktion der Standortgemeinde

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets für das Umstrukturierungsvorhaben des T.E.C. nutzt weitere drei Quellen:

- Besucherbefragung für das T.E.C., die im Auftrag der Metro Properties im Jahr 2015 durch die JASU Marktforschung und Datenservice GmbH durchgeführt wurde und nach PLZ-

Gebieten die Kundenanteile an der Gesamtkundschaft im T.E.C. darstellt

- Der Homepage des Unternehmens Decathlon ([www.unternehmen.Decathlon.de/expansion/](http://www.unternehmen.Decathlon.de/expansion/)), zu entnehmender Hinweis, dass Einzugsgebiete bis zu 80 km durch eine Filiale erreicht werden, wobei in der Regel davon auszugehen ist, dass eine Fahrzeit von bis zu 45 Minuten von den Decathlon-Kunden akzeptiert wird
- Einzugsgebiet des Einzelhandels der Landeshauptstadt Erfurt, das durch die Gutachter Junker + Kruse im Gutachten „*Landeshauptstadt Erfurt Einzelhandels- und Zentrenkonzept*“ im Jahr 2009 angesetzt wurde und auch nach derzeitigen Stand in der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts unverändert beibehalten wird

Unter Berücksichtigung der genannten Parameter und Grundlagen ergeben sich für das Planvorhaben in Erfurt folgende Rahmenbedingungen für die Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets:

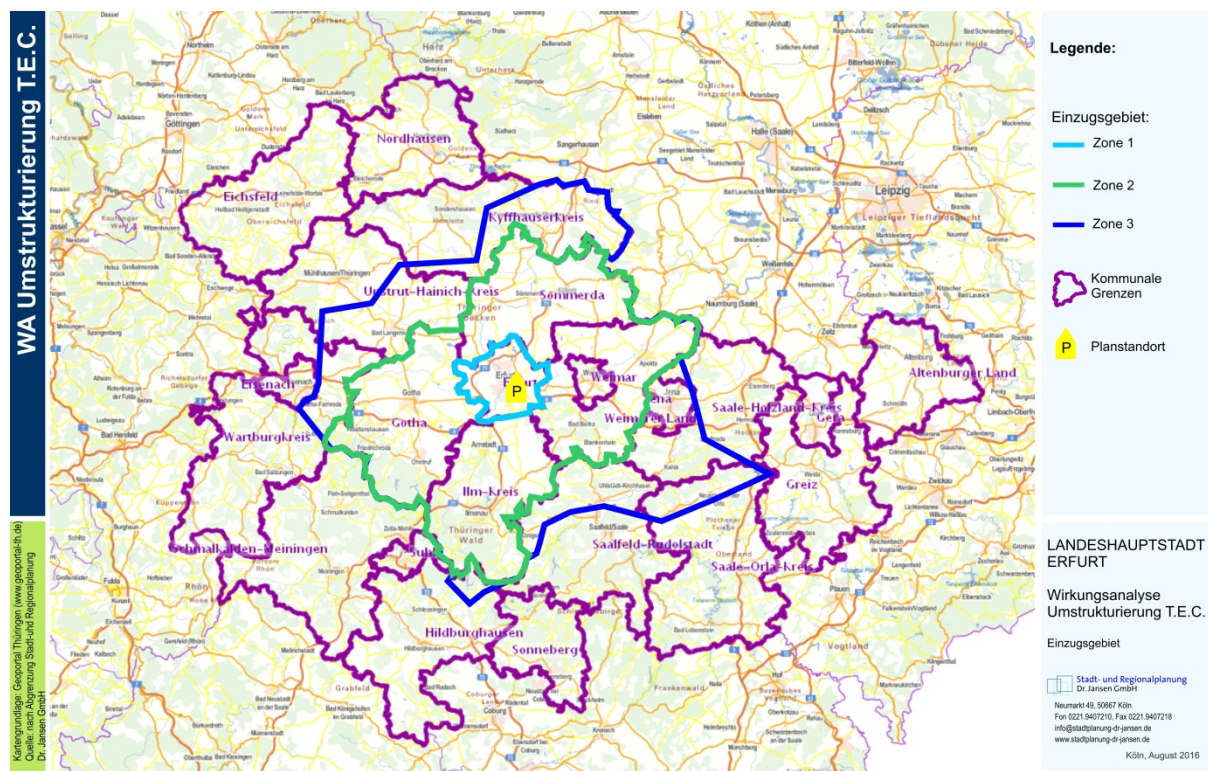
- Die Landeshauptstadt Erfurt ist der größte und leistungsstärkste Einzelhandelsstandort Thüringens mit einer teilweise über Landesgrenzen hinausreichenden Ausstrahlung. Der nächstgelegene Einzelhandelsstandort mit oberzentraler Ausstrahlung ist die Stadt Jena, die über die A 4 in rund 45 Min mit dem Auto erreichbar ist. Zudem sind die Städte Erfurt und Jena per ICE in einer Fahrzeit von ebenfalls rund 45 Min. verbunden.
- Die nächstgelegenen Mittelzentren, in denen sich Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten mit einem gewissen Gewicht und einer Ausstrahlung, die über die Standortkommune hinausgehen, befinden, sind die Städte Weimar (ca. 32 Min. Fahrzeit) und Gotha (ca. 37 Min. Fahrzeit), die östlich und westlich liegen.
- Innerhalb der Landeshauptstadt Erfurt wird der Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten durch drei Einzelhandelsstandorte dominiert: Den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Erfurt Innenstadt, das Einkaufszentrum Thüringen Park im Norden der Landeshauptstadt Erfurt (Gispersleben) sowie das T.E.C.

- Sowohl in Bezug auf die derzeitige Betriebsstruktur, als auf die geplante Struktur nach Realisierung des Planvorhabens ist für den Sportfachmarkt Decathlon die größte Ausstrahlung anzunehmen. Alle weiteren Betriebstypen und Betreiber erreichen in der Regel keine vergleichbaren Einzugsgebiete, können an den ferner gelegenen Wohnorten aber von der

Ausstrahlung des Decathlon-Sportfachmarkts profitieren.

Die Zonierung des Einzugsgebiets weist auf eine voraussichtlich abgestufte Anbindungsintensität in Abhängigkeit von der Distanz des Wohnorts zum Planstandort und der lokalen Wettbewerbssituation hin.

Abbildung 4: Voraussichtliches Einzugsgebiet des Planvorhabens



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2016, Kartengrundlage: Geoportal Thüringen ([www.geoportal-th.de](http://www.geoportal-th.de))

Die **erste Zone** des Einzugsgebiets umfasst ausschließlich die Landeshauptstadt Erfurt. Sie ist als das Kerneinzugsgebiet des Planvorhabens zu bezeichnen. Für die Erfurter Einwohnerschaft wird die intensivste Orientierung zum Planvorhaben angenommen. Gleichwohl gilt (wie in den Zonen 2 und 3): Auch innerhalb des Kerneinzugsgebiets ist im Hinblick auf die Anbindungsintensität keine vollständige Gleichmäßigkeit anzunehmen, sondern es sind lokale Differenzen zu erwarten.

Im Vergleich ist für die derzeitige Angebotsstruktur des T.E.C. davon auszugehen, dass insbesondere die

Einwohnerschaft des südlichen (und östlichen) Stadtgebiets intensiv angebunden ist, während in den nördlichen/westlichen Stadtgebieten der Wettbewerbsstandort Thüringen Park höhere Kundenbindungen aufweisen dürfte.

Als näheres Einzugsgebiet ist die **Zone 2** zu bezeichnen. In Anlehnung an die Abgrenzung des Erfurter Einzugsgebiets im Einzelhandels- und Zentrenkonzept umfasst sie die direkt benachbarten Landkreise Ilm-Kreis, Gotha, Sömmerda und Weimarer Land sowie die kreisfreie Stadt Weimar, die sich innerhalb des Landkreises Weimarer Land befindet.





Durch die derzeitige Struktur des T.E.C. wird dagegen keine vollständige Erschließung der zweiten Zone des Einzugsgebiets vorausgesetzt. Eine Anbindung der Einwohnerschaft aus den Landkreisen Gotha und Sömmerda ist kaum anzunehmen, weil sich räumlich eher eine Orientierung in Richtung Altstadt und Thüringen Park anbietet. So dürften derzeitige überörtliche Einkaufsbeziehungen primär aus den angrenzenden Gebieten der Landkreise Weimarer Land und Ilm-Kreis resultieren.

Die **Zone 3** des Einzugsgebiets basiert auf einem Fahrzeitradius von ca. 45 Min., der standortbezogen bzw. unter Berücksichtigung administrativer Grenzbeziehungen für eine bessere Nachvollziehbarkeit modifiziert wurde. Neben der kreisfreien Stadt Jena werden dabei Teile der Landkreise Wartburg-Kreis (Hörselberg-Hainich, Wutha-Farnroda, Ruhla, Seebach), Saalfeld-Rudolstadt (Königsee-Rottenbach, Remda-Teichel, Uhlstädt-Kirchhasel, Rudolstadt, Bad Blankenburg), Saale-Holzland-Kreis (VG Südliches Saaleetal), Kyffhäuserkreis (VG An der Schmücke, VG Mittelzentrum-Artern, Roßleben, Wiehe), Unstrut-Hainich-Kreis (Bad Langensalza, Bad Tennstedt, Herbsleben, VG Unstrut-Hainich), Hildburghausen (Nahetal-Waldau, Schleusegrund, Masserberg) und Saale-Orla-Kreis (VG Triptis, VG Ranis Ziegenbrück, VG Oppurg) einbezogen. Diese Zonierung markiert das Ferneinzugsgebiet des Planvorhabens, das sich auch künftig – zumindest für die bekannten Einzelhandelsveränderungen, die hier zu beurteilen sind – ausschließlich aus der Ausstrahlungskraft des Decathlon Sportfachmarkts ergibt. Die Stadt Eisenach wird aufgrund der größeren Entfernung und der eigenen Ausstattung nicht dem Einzugsgebiet zugeordnet, gleichwohl können sich sogenannte Streuumsätze mit der Bewohnerschaft ergeben, die jedoch voraussichtlich keine den übrigen Kommunen der Zone 3 vergleichbaren Marktanteile entsprechen.

Derzeitig wird eine Erschließung der Zone 3 durch das Einkaufszentrum T.E.C. dagegen ausgeschlossen.

Insgesamt leben in dem so abgegrenzten potenziellen zukünftigen Einzugsgebiet ca. 940.000 Einwohner. Davon orientieren sich rund 100.000 bis 150.000 Einwohner heute regelmäßig und bis zu 250.000 mit einer geringeren Einkaufshäufigkeit auf

den Standort (*eigene Bewertung des heutigen Einzugsgebiets unter Hinzuziehung einer Nummernschilderfassung im Februar 2016 sowie einer durch den Vorhabenträger MEC übergebenen und von der JASU Marktforschung und Datenservice GmbH durchgeführten Besucherbefragung im T.E.C. im Januar 2016*).

### 3.2 Nachfragevolumen und voraussichtliche Marktanteile

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Unterhalt, Reisen und Dienstleistungen wird das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial ermittelt, d. h. jene Einkommensanteile, die auch im stationären Einzelhandel nachfragewirksam werden. Die Basis für die Berechnung der regionalen Kaufkraft bilden die Daten der amtlichen Lohn- und Einkommensstatistik, ergänzt um die staatlichen Transferleistungen (z. B. Renten, Arbeitslosengeld und -hilfe, Kindergeld, Wohngeld, BAföG usw.).

Nach Veröffentlichungen der IFH Köln Retail Consultants und eigenen Berechnungen betrug die laden-einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2015 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.775 EUR (inkl. Versandhandel und e-Commerce). Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in Nicht-Lebensmittel andererseits entfallen mit ca. 2.150 EUR ca. 37 % auf den Lebensmittelbereich und mit ca. 3.625 EUR ca. 63 % auf den Nonfood-Bereich.

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Landeshauptstadt Erfurt betrug nach Angaben der IFH Köln Retail Consultants im Jahr 2015 ca. 94,4. Das bedeutet, die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt um rund 5,6 % unter dem Bundesdurchschnitt. Unter Berücksichtigung der Preiselastizität der Nachfrage sind in den einzelnen Sortimenten Abweichungen nach unten oder oben möglich.

Das projektrelevante Kaufkraftpotenzial ergibt sich aus der Berücksichtigung der bundesdurchschnittli-

chen Pro-Kopf-Ausgaben, die für die projektierten Sortimente des Planvorhabens am Standort Erfurt anzunehmen sind. Diese sind insgesamt mit ca. 3.737 EUR pro Einwohner und Jahr anzusetzen und basieren auf den Sortimentskonzepten der anzusiedelnden und umstrukturierenden Betriebe. Auf folgende Sortimentsgruppen verteilt sich diese Pro-Kopf-Ausgabe:

- Nahrungs- und Genussmittel 2.150 EUR
- Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel 261 EUR
- Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer 630 EUR
- Sportbekleidung, Sportschuhe 56 EUR

- Camping und Zubehör, Fahrräder und Zubehör, Sportartikel, Sportgroßgeräte 105 EUR
- Haushaltswaren, GPK, Geschenkartikel, Bilder/-rahmen 80 EUR
- Möbel inkl. Kinderwagen 303 EUR

Nicht in dieser Aufstellung der Pro-Kopf-Ausgaben enthalten sind die Ausgaben für Sortimente, die zwar derzeit am Standort T.E.C. angeboten werden, aber durch die Projektplanung keinen Ausbau erfahren sollen. Dies gilt zum Beispiel für die Sortimente des Elektronikfachmarkts Media Markt. Zudem entfallen Pro-Kopf-Ausgaben für Sortimente, die derzeit und zukünftig nicht im T.E.C. angeboten werden (z. B. Bau- und Heimwerkerbedarf).

Tabelle 7: Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Zone	Stadt/Gemeinde	Einw.	KK-Kennziffer in %*	KK in Mio. EUR
1	Kreisfreie Landeshauptstadt Erfurt	210.270	94,4	711,5
2	LK Weimarer Land	81.663	80,9	77,6
2	LK Sömmerda	70.476	81,3	67,3
2	LK Gotha	135.231	83,6	132,7
2	LK Ilm-Kreis	109.021	83,6	107,0
2	kreisfreie Stadt Weimar	63.575	88,1	65,8
3	Teile des LK Wartburg Kreis	22.161	79,8 – 96,4	22,8
3	Teile des LK Saalfeld-Rudolstadt	44.917	69,0 – 84,2	42,6
3	Teile des LK Saale-Holzland-Kreis	10.805	79,0	10,0
3	Teile des LK Kyffhäuserkreis	20.895	74,1 – 79,8	18,8
3	Teile des LK Unstrut-Hainich-Kreis	34.627	79,4 – 82,5	32,6
3	Teile des LK Hildburghausen	8.186	82,0 – 95,9	8,5
3	Teile des LK Saale-Orla-Kreis	19.155	79,6 – 89,4	19,1
3	Kreisfreie Stadt Jena	108.048	86,5	109,7
Summe Zone 1		210.270	94,4	711,5
Summe Zone 2		459.965	80,9 – 88,1	450,3*
Summe Zone 3		268.795	69,0 – 96,4	264,1*
<b>Einzugsgebiet insgesamt</b>		<b>939.030</b>	<b>69,0 – 96,4</b>	<b>1.425,9</b>

\*Anm.: Zone 2 und Zone 3 ohne nahversorgungsrelevante Kaufkraft, Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Einwohnerdaten des Landesamts für Statistik Thüringen sowie der Landeshauptstadt Erfurt zum 31.12.2015, Kaufkraftkennziffern der Michael Bauer Research GmbH





Insgesamt ergibt sich so ein untersuchungsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet von ca. 1,46 Mrd. EUR; hiervon entfällt ein Anteil von ca. 0,7 Mrd. EUR auf die Kaufkraft der Einwohner in der Zone 1 des Einzugsgebiets. Die Landeshauptstadt Erfurt stellt entsprechend rund die Hälfte der projektrelevanten Kaufkraft des Einzugsgebiets bereit.

In Tabelle 8 werden die berechneten aktuellen und zukünftig zu erwartenden Marktanteile des Vorhabens dargestellt. Dabei finden ausschließlich die zu erweiternden/anzusiedelnden Betriebe und Sortimente Berücksichtigung. Betriebe wie das SB-Warenhaus Real oder Media Markt finden keinen Eingang in die Darstellung.

Für die Bestandssituation (ca. 18,2 Mio. EUR) wird erwartet, dass in Erfurt Marktanteile zwischen 0,7 % bei Nahrungs- und Genussmitteln und rund 7,7 % bei Bekleidung erreicht werden. Bezogen auf alle Sortimente errechnet sich ein Wert von rund 2,1 %.

In der zweiten Zone erreichen die Marktanteile maximal 1 % bei Bekleidung, für die dritte Zone wird derzeit keine Anbindung angenommen.

Die Prognose der Marktanteile zeigt innerhalb aller drei Zonen eine Bedeutungszunahme auf, die sich am Umsatzausbau des Planvorhabens in den einzelnen Sortimenten orientiert. In allen Zonen werden die höchsten Marktanteile in den Sortimenten Sportartikel, Camping und Zubehör, Fahrräder und Zubehör und Sportgroßgeräte prognostiziert, bis zu 19,2 % in Erfurt (Zone 1). Insgesamt errechnet sich in Zone 1 ein Marktanteil von rund 3,8 %, in Zone 2 von etwa 0,7 % und in Zone 3 von ca. 0,2 %.

Tabelle 8: Berechnung aktueller und zukünftiger Marktanteile des untersuchungsrelevanten Einzelhandels am Standort T.E.C.

Sortiment	Zone 1					Zone 2					Zone 3					Einzugsgebiet insg.					Vorhaben- umsatz Bestand	Vorhaben Zielumsatz insg.
	Kaufkraft in Mio. EUR	Markt- anteil in % aktuell	Umsatz- anteil in Mio. EUR aktuell	Markt- anteil in % Prognose	Umsatz- anteil in Mio. EUR Prognose	Kaufkraft in Mio. EUR	Markt- anteil in % aktuell	Umsatz- anteil in Mio. EUR aktuell	Markt- anteil in % Prognose	Umsatz- anteil in Mio. EUR Prognose	Kaufkraft in Mio. EUR	Markt- anteil in % aktuell	Umsatz- anteil in Mio. EUR aktuell	Markt- anteil in % Prognose	Umsatz- anteil in Mio. EUR Prognose	Kaufkraft in Mio. EUR	Markt- anteil in % aktuell	Umsatz- anteil in Mio. EUR aktuell	Markt- anteil in % Prognose	Umsatz- anteil in Mio. EUR Prognose		
Nahrungs- und Genussmittel	426,7	0,7%	2,8	1,1%	4,6	824,7	0,0%	0,3	0,1%	0,8	483,7	-	-	0,0%	1735,1	0,2%	3,1	0,3%	5,4	3,1	5,4	
Drogeriewaren/ Parfümerie-/ Kosmetikartikel	51,8	5,6%	2,9	8,3%	4,3	100,1	0,3%	0,3	1,0%	1,0	58,7	-	-	0,0%	210,6	1,5%	3,2	2,5%	5,3	3,2	5,3	
Bekleidung	97,3	7,7%	7,5	8,7%	8,5	187,9	1,0%	1,9	1,6%	3,0	110,2	-	-	0,5%	395,4	2,4%	9,4	3,0%	12,0	9,4	12	
Schuhe/ Lederwaren/ Taschen/Koffer	27,8	2,9%	0,8	10,8%	3,0	53,7	0,7%	0,4	2,8%	1,5	31,5	-	-	0,6%	113,0	1,1%	1,2	4,2%	4,7	1,2	4,7	
Sportbeklei- dung/ Sportschuhe	11,1	3,6%	0,4	9,0%	1,0	21,5	0,9%	0,2	1,9%	0,4	12,6	-	-	1,6%	45,2	1,3%	0,6	3,5%	1,6	0,6	1,6	
Sportartikel																						
Camping und Zubehör	20,8	1,0%	0,2	19,2%	4,0	40,3	0,2%	0,1	6,5%	2,6	23,6	-	-	2,5%	84,7	0,4%	0,3	8,5%	7,2	0,3	7,2	
Fahrräder und Zubehör																						
Sportgroßgerä- te																						
Haushaltswa- ren/ GPK/ Ge- schenkartike/ Bilder/-rahmen	15,9	1,9%	0,3	3,8%	0,6	30,7	0,3%	0,1	1,3%	0,4	18,0	-	-	0,6%	64,6	0,6%	0,4	1,7%	1,1	0,4	1,1	
Kinderwagen	60,1	-	-	1,5%	0,9	116,2	-	-	0,3%	0,3	68,2	-	-	0,1%	244,5	0,0%	0,0	0,5%	1,3	0	1,3	
Möbel																						
Summe	711,5	2,09%	14,9	3,78%	26,9	1375,1	0,24%	3,3	0,73%	10,0	806,5	-	-	0,21%	2893,1	0,01	18,2	1,33%	38,6	18,2	38,6	

Anm.: Die Berechnung der Umsätze und Marktanteile bezieht sich (für aktuellen Bestand und Prognose) ausschließlich auf die durch die Ansiedlungsplanung projizierten Sortimente und Betriebe. So finden beispielsweise die Umsätze und Marktanteile des T.E.C, die durch die Betriebe real SB-Warenhaus und Media Markt erreicht werden, keinen Eingang in die Darstellung, Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Einwohnerdaten des Landesamts für Statistik Thüringen sowie der Landeshauptstadt Erfurt zum 31.12.2015, Kaufkraftkennziffern der Michael Bauer Research GmbH



## 4 Wettbewerbssituation

### 4.1 Methodische Vorgehensweise

Als Wettbewerber sind grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe einzustufen, in denen Sortimente angeboten werden, welche auch das Planvorhaben führen wird. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße, des jeweiligen Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass sich die Wirkungen nicht gleichmäßig auf alle Wettbewerber verteilen, sondern dass die Anbieter des gleichen Betriebstyps sowie solche mit einem Standort in kürzerer Distanz zum Planvorhaben von Wettbewerbseffekten stärker betroffen sein werden.

Die Darstellung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung, sodass bei der Analyse der Wettbewerbssituation in erster Linie auf die Angebotssituation der Landeshauptstadt Erfurt abgestellt wurde:

- Für die derzeit in Bearbeitung befindliche Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Landeshauptstadt Erfurt, wurde im Jahr 2013/14 durch die Gutachter *Junker + Kruse* eine Vollerhebung des Einzelhandels in Erfurt durchgeführt.
- Die erfassten Daten wurden uns zur Bearbeitung der vorliegenden Wirkungsanalyse zur Verfügung gestellt. Durch eigene Vor-Ort-Begehungen erfolgte im Februar 2016 eine Verifizierung und Aktualisierung der wichtigen projektrelevanten Daten.
- Bei der Darstellung der Wettbewerbssituation werden alle sortimentsbezogenen Verkaufsflächen in der Landeshauptstadt Erfurt berücksichtigt, es erfolgt jedoch eine standortbezogene Fokussierung auf die wichtigen Wettbewerber.

Darüber hinaus wurde auch der projektrelevante Wettbewerb in der Region Mittelthüringen in die Betrachtung der Wettbewerbssituation einbezogen. Für die Erarbeitung des Regionalen Einzelhandelskonzepts der Region Mittelthüringen sind im Jahr 2013/14 alle Einzelhandelsbetriebe des Planungsraums erfasst worden. Auch dieser Datenbestand ist von der Landeshauptstadt Erfurt zur Bearbeitung

der vorliegenden Wirkungsanalyse zur Verfügung gestellt worden.

Die Darstellung der Wettbewerbssituation trägt zudem der anzunehmenden unterschiedlichen Ausstrahlungskraft nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Sortimente Rechnung. So wird für die projektierten Veränderungen am Standort T.E.C. in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren eine engere Darstellung der Wettbewerbssituation gewählt als für die übrigen projektierten Sortimente.

Bei der in Kapitel 5 folgenden Darstellung der handelswirtschaftlichen Effekte und der Prüfung möglicher städtebaulicher Auswirkungen wird zur Berücksichtigung des für die Altstadt ungünstigsten Falls eine besondere Betroffenheit der Einzelhandelsstandorte in der Zone 1 des Einzugsgebiets (Landeshauptstadt Erfurt) unterstellt. Dies berücksichtigt die aus regionaler Perspektive ausgeprägte Leuchtturmfunktion des dortigen Einzelhandels.

Die Umsatzeinschätzung der Wettbewerbsbetriebe erfolgte anhand standardisierter Flächenleistungen und soll dem für die Altstadt ungünstigsten Fall Rechnung tragen. So liegen alle eingeschätzten Flächenleistungen unter der sortimentsbezogenen Raumleistung (vgl. Kapitel 2.3) des Planvorhabens.

### 4.2 Wettbewerb bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Erfurt)

Unter der Annahme räumlich konzentrierter handelswirtschaftlicher Effekte in den projektierten nahversorgungsrelevanten Sortimenten wurden im direkten Erfurter Umfeld (nahversorgungsrelevanter Untersuchungsraum) des Planstandorts alle relevanten Einzelhandelsstandorte mit den geplanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren erfasst. Dies betrifft die Stadtteile Altstadt, Azmannsdorf, Daberstedt, Dittelstedt, Herrenberg, Johannesplatz, Johannesvorstadt, Krämpfervorstadt, Linderbach, Melchendorf, Wiesenhügel und Windischholzhausen. In Anlehnung an die Erfurter Sortimentsliste werden die Sortimente Getränke, Backwaren/Konditoreiwaren und Fleischwaren dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zugeordnet.

#### 4.2.1 Wettbewerb innerhalb zentraler Versorgungsbereiche

Sowohl für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel als auch für Drogeriewaren ist das **Hauptzentrum Altstadt** der zentrale Versorgungsbereich im Umfeld des Planvorhabens, in dem sich die größte Anzahl wettbewerbsrelevanter Einzelhandelsbetriebe befindet. Das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel wird geprägt durch insgesamt sechs Lebensmittel-SB-Betriebe, hierzu werden auch die Anbieter nahkauf und tegut gezählt. Diese belegen in der Regel deutlich geringere Verkaufsflächen als klassische Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmittel-discounter, stellen aber eine regionstypische Ergänzung im Bereich der Lebensmittelversorgung dar. Insgesamt ist in der Altstadt auf rund 6.480 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit Nahrungs- und Genussmitteln und eine Umsatzleistung von rund 25,9 Mio. EUR zu verweisen. Die größten und leistungsstärksten Betriebe sind ein Rewe-Supermarkt sowie ein Aldi-Lebensmitteldiscounter.

Im Bereich Drogeriewaren wird die Ausstattung in der Innenstadt durch projektrelevanten Einzelhandel auf einer Verkaufsfläche von rund 3.940 m<sup>2</sup> und einem Umsatz von etwa 23,7 Mio. EUR charakterisiert. Auffällig ist die große Anzahl des Betriebstyps Drogeriemarkt, der als Hauptwettbewerber des Planvorhabens mit Drogeriewaren am Standort T.E.C. anzusehen ist. So befinden sich vier Filialen von Rossmann, zwei Filialen von dm und ein Drogeriemarkt Müller in der Altstadt, der betriebsbezogen die größte projektrelevante Verkaufsfläche aufweist.

Darüber hinaus ist in Bezug auf die Wettbewerbsrelevanz auf die Randsortimente von zwei Parfümerien sowie Lebensmittel-SB-Betriebe zu verweisen.

Alle genannten wettbewerbsrelevanten Betriebe konzentrieren sich auf die Hauptlauflage/Fußgängerzone der Altstadt.

Das **Nahversorgungszentrum Daberstedt** ist ebenso wie der Standort des Planvorhabens im Stadtteil Daberstedt verortet. In der Nähe des Einzelhandelsstandorts T.E.C. und der Altstadt gelegen beeinflussen die Konkurrenzwirkungen eine Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums, die sich fast ausschließlich auf Nahrungs- und Genussmittel

bezieht. Durch einen vergleichsweise großen und attraktiven Tegel werden rund 1.185 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und etwa 4,7 Mio. EUR Umsatz betrieben und erwirtschaftet. Ein Umsatz von rund 0,4 Mio. EUR im Sortiment Drogeriewaren ist ebenfalls fast ausschließlich auf diesen Betrieb zurückzuführen.

Das **Nahversorgungszentrum Kleiner Herrenberg** befindet sich im Stadtteil Herrenberg südlich des Planstandorts innerhalb einer Großwohnsiedlung. Seine Versorgungsfunktion ist grundsätzlich auf den Stadtteil beschränkt. Das Angebot konzentriert sich insbesondere auf die hier relevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel (ca. 2.475 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche/rund 9,9 Mio. EUR Umsatz) sowie Drogeriewaren (ca. 620 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche/etwa 4,2 Mio. EUR Umsatz) und wird durch die Magnetbetriebe Rewe, Lidl und Rossmann geprägt.

Südwestlich davon liegt im Stadtteil Melchendorf das **Nahversorgungszentrum Melchendorfer Markt**, ebenfalls innerhalb einer Großwohnsiedlung. Das Angebot konzentriert sich auf das gleichnamige Einkaufszentrum. Über zwei Geschosse passt sich die Struktur des Einkaufszentrums an die Topografie des Standorts an. Die Zugänge zur 1. Etage sind zu den Fußwegen der Großwohnanlage orientiert, die unteren Ein-/Ausgänge eignen sich dagegen insbesondere für die Kunden mit Pkw. Auf insgesamt rund 1.840 m<sup>2</sup> bzw. rund 560 m<sup>2</sup> werden die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren angeboten. Auf diesen Flächen wird eine Umsatzleistung von rund 7,4 Mio. EUR bzw. 3,3 Mio. EUR generiert. Die Betriebe Aldi, Rewe und Rossmann entfalten in Bezug auf diese Sortimente Magnetfunktionen. Die Angebotssituation des Nahversorgungszentrums insgesamt geht über die reine Nahversorgung hinaus, zum Beispiel sind auch die Fachmärkte Kik, Mäc Geiz, Ernsting's Family und NKD ansässig, die auch im Bereich zentrenrelevanter Sortimente preisorientierte Angebote aufweisen.

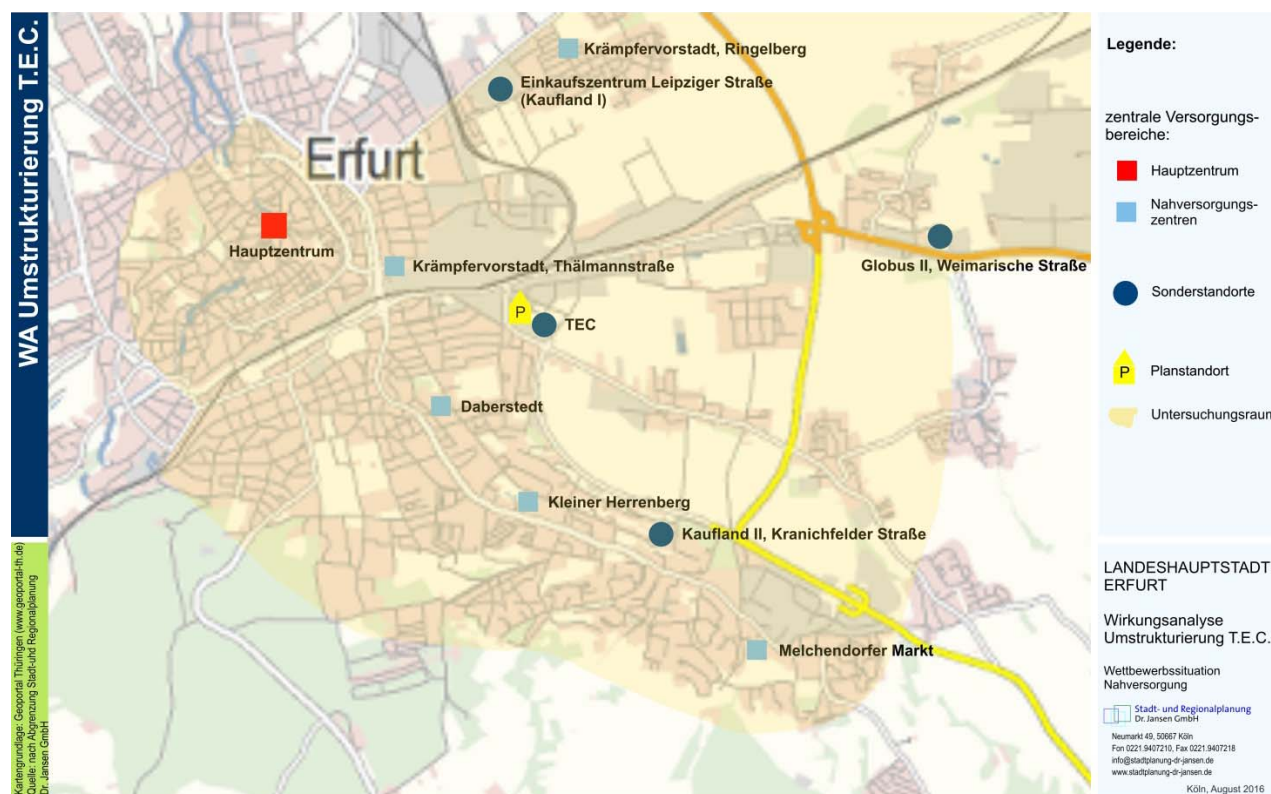
Im Stadtteil Krämpfervorstadt, nördlich des Planvorhabens gelegen, sind zwei Nahversorgungszentren angesiedelt: Im **Nahversorgungszentrum Thälmannstraße** wurde für das Sortiment Nahrungs- Genussmittel ein untersuchungsrelevanter Einzelhandel von rund 860 m<sup>2</sup> mit einer Umsatzerwartung von ca. 0,3 Mio. EUR erfasst; es ist durch



einen Netto-Lebensmitteldiscounter geprägt. Ein Drogeriemarkt ist nicht ansässig, sodass das Angebot mit diesen Sortimenten durch das Randsortiment des Lebensmitteldiscounters mit einem Umsatz von rund 0,3 Mio. EUR abgedeckt wird. Das Nahversorgungszentrum weist eine sehr große Ausdehnung entlang der Thälmannstraße auf bei einer nur geringen Einzelhandelsdichte. Das nahversorgungsrelevante Angebot ist gerade im Vergleich mit den geplanten Nahversorgungsstandorten zur Versorgung der Großwohnsiedlungen unterdurchschnittlich.

Entlang der Leipziger Straße in Richtung Osten folgt das **Nahversorgungszentrum Ringelberg**, dessen Lage sich am Siedlungsrand befindet, was auch auf intensive Einkaufsverflechtungen mit Pkw-orientierten Kunden schließen lässt. Das geplante und funktionale Nahversorgungszentrum weist im Bereich Lebensmittel eine Verkaufsfläche von rund 1.055 m<sup>2</sup> und eine Umsatzleistung von rund 4,2 Mio. EUR auf, ebenfalls geprägt durch den Magnetbetrieb Netto. Durch dessen Randsortiment wird die Umsatzleistung im Sortiment Drogeriewaren auf etwa 0,3 Mio. EUR beziffert.

Abbildung 5: Wettbewerbssituation bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Kartengrundlage: Geoportal Thüringen (www.geoportal-th.de), Daten: Landeshauptstadt Erfurt Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Junker + Kruse 2009)

#### 4.2.2 Wettbewerb an sonstigen Standorten

Die Versorgungssituation im ausgewählten Untersuchungsraum wird zudem durch projektrelevante Einzelhandelsbetriebe an sonstigen Standorten geprägt. Für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren sind dabei auch Standorte zu erwähnen, die sich außerhalb des im Einzelhandels- und Zen-

trenkonzepts definierten Systems zentraler Versorgungsbereiche und Sonderstandorte befinden. So übernehmen Lebensmittel-SB-Betriebe und Drogeriemärkte in Streu-/Solitärform teilweise wichtige Nahversorgungsfunktionen. Um bei der späteren Ermittlung der handelswirtschaftlichen Effekte einer Auffächerung der Wirkungen auf eine Vielzahl von Einzelhandelsstandorten und in der Folge möglicherweise unterschätzten standortbezogenen Um-



satzumverteilungen/städtebaulichen Auswirkungen entgegenzusteuern, wurde für diese Standorte eine betriebstypenbezogene Auswahl vorgenommen. So finden nur Lebensmitteldiscounter (keine Lebensmittelvollsortimenter) Eingang in die Untersuchung, weil für diese vom Erweiterungsvorhaben (Lebensmitteldiscounter Aldi) die intensivsten Wettbewerbsbezüge zu erwarten sind. Drogeriemärkte sind innerhalb des Untersuchungsraums nicht in Streu-/Solitärlagen ansässig.

Insgesamt liegen elf Lebensmitteldiscounter an den relevanten Standorten (vier Netto-Lebensmitteldiscounter, drei Norma-Betriebe, zwei Lidl-Filialen und jeweils ein Betrieb von Aldi und Penny). Für die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel beträgt der geschätzte Umsatz rund 30,4 Mio. EUR, die Umsatzleistung des Randsortiments Drogeriewaren ist mit etwa 3,8 Mio. EUR zu beziffern.

Zudem sind gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt neben dem Standort T.E.C. drei weitere Sonderstandorte innerhalb des Untersuchungsraums verortet.

Im Stadtteil Krämpfervorstadt (etwa zwischen den beiden genannten Nahversorgungszentren) gelegen, befindet sich der **Sonderstandort Leipziger Straße (Kaufland I)**, dessen projektrelevantes Angebot sich ausschließlich auf das SB-Warenhaus Kaufland und ergänzende kleinteilige Einzelhandelsbetriebe im Vorkassenbereich des Kaufland beschränkt. Die sortimentsbezogene Ausstattung von rund 2.385 m<sup>2</sup> bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie etwa 415 m<sup>2</sup> bei Drogeriewaren und entsprechende Umsatzleistungen von rund 9,5 bzw. etwa 2,1 Mio. EUR dokumentieren die Konzentration des Angebots innerhalb des abgegrenzten Sonderstandorts im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Im östlich an Daberstedt anschließenden Stadtteil Linderbach liegt der **Sonderstandort Weimarer Straße (Globus II)**. Ebenso wie der Planstandort T.E.C. wird er über die Weimarer Straße erschlossen und strahlt mit seiner Angebotssituation in das ländliche östliche Umland Erfurts aus. Ehemalig wurde der Standort durch die beiden Magnetbetriebe Globus-SB-Warenhaus (inklusive Konzessionäre) und Globus-Bau- und Gartenfachmarkt ge-

prägt. Letzterer ist jedoch mittlerweile geschlossen und wird als Flüchtlingsunterkunft genutzt. In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden auf rund 2.970 m<sup>2</sup> bzw. 395 m<sup>2</sup> Umsätze von etwa 11,9 bzw. 2,0 Mio. EUR generiert.

Des Weiteren ist auf den **Sonderstandort Kranichfelder Straße (Kaufland II)** innerhalb des Untersuchungsgebiets im Stadtteil Herrenberg hinzuweisen. Ebenso wie die vorgenannten Sonderstandorte wird die Nahversorgungssituation ausschließlich durch ein SB-Warenhaus (Kaufland) geprägt. Untersuchungsrelevant sind eine Verkaufsfläche von rund 2.760 m<sup>2</sup> und eine Umsatzleistung von ca. 11,0 Mio. EUR im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie eine Verkaufsfläche von rund 150 m<sup>2</sup> mit einer Umsatzleistung von ca. 0,7 Mio. EUR im Sortiment Drogeriewaren.

#### 4.3 Wettbewerb bei zentrenrelevanten Sortimenten (Erfurt)

Nachfolgend werden – standortbezogen – die wichtigsten Wettbewerbsstrukturen im Bereich der projektierten zentrenrelevanten Sortimente dargestellt.

Unter Berücksichtigung der Einzelhandelsausstattung sowie der ihnen aufgetragenen (Nah-) Versorgungssituation können die Nahversorgungszentren bei dieser Betrachtung ausgeklammert werden. Städtebauliche Auswirkungen, die aus Umsatzumverteilungseffekten abgeleitet werden, sind für Nahversorgungszentren wegen der untergeordneten Ausstattung mit zentrenrelevanten Sortimenten per se auszuschließen.

Eine besondere Betrachtung wird den beiden Einzelhandelsstandorten Altstadt und Thüringen Park gewidmet, da diese im Bereich der projektierten zentrenrelevanten Sortimente die leistungsfähigsten Einzelhandelsstandorte in Erfurt darstellen (vgl. Abbildung 7).

##### 4.3.1 Wettbewerb bei zentrenrelevanten Sortimenten in der Altstadt

Auch – und insbesondere – im Bereich der projektierten zentrenrelevanten Sortimente stellt der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Altstadt



(Abbildung 6, Zentraler Versorgungsbereich Nr. 1) den wichtigsten Wettbewerbsstandorts des T.E.C. dar. Neben der Einzelhandelsausstattung ist hierfür auch die räumliche Nähe der beiden Standorte zueinander ursächlich.

Das **Sortiment Bekleidung** wird in der Erfurter Altstadt auf einer Verkaufsfläche von rund 41.975 m<sup>2</sup> mit einer Umsatzleistung von etwa 113,3 Mio. EUR angeboten. Die größten und wichtigsten Wettbewerber konzentrieren sich entlang der Straße Anger zwischen den Abzweigungen zu Weitergasse und Lachsgasse im Westen und dem Einkaufszentrum Anger 1 im Osten (u. a. Karstadt, Papenbreer, H & M, New Yorker, Zara). Zudem ist die Bedeutung der Betriebe Breuninger (Junkersand) und TK Maxx (Bahnhofstraße) prägend.

Auch im Sortiment Schuhe, Lederwaren ist die Altstadt mit rund 9.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einer Umsatzleistung von etwa 25,7 Mio. EUR. der leistungsfähigste und attraktivste Erfurter Einzelhandelsstandort. Ähnlich wie im Sortiment Bekleidung ist die Einzelhandelslage Anger durch einen besonders großen Besatz geprägt. Hier befinden sich die Schuhhäuser/Anbieter Zumnorde, Roland, Karstadt, Antilope, Salamander, Papenbreer u. a. Weitere wichtige Wettbewerber sind im Bereich Hirschlacher/Einkaufszentrum F1 (Schuhhaus Geier Herren/Damen) und in der Bahnhofstraße (Deichmann, TK Maxx) angesiedelt.

Die Einzelhandelsausstattung in der Altstadt im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente, die primär durch die Ansiedlung des Decathlon-Sportfachmarkts projiziert werden (Sportartikel, Sportbekleidung/-schuhe, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör) ist wie in vielen anderen Innenstädten durch geringere Verkaufsflächen- und Umsatzdimensionen als die vorgenannten Sortimente gekennzeichnet, so auch im Erfurter Hauptzentrum. Für **Sportartikel** ist insgesamt auf eine Verkaufsfläche von rund 720 m<sup>2</sup> mit einer Umsatzleistung von 2,4 Mio. EUR zu verweisen. Sortimentsbezogen ist der Betrieb Sport Schwarz in der Bahnhofstraße der größte Anbieter. Weitere Wettbewerbsbetriebe sind zum Beispiel Karstadt Sport und kleinere spezialisierte Fachgeschäfte wie Domsport Menz, Mountain Store oder Laufladen Erfurt. Der Großteil dieser Fachhändler befindet sich nicht innerhalb der

Hauptgeschäftslage, sondern an weniger frequentierten Standorten.

**Sportbekleidung/-schuhe** werden in der Altstadt auf rund 3.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten und generieren einen Umsatz von etwa 9,4 Mio. EUR. Als größte Anbieter ist erneut auf Karstadt Sport und Sport Schwarz (innerhalb der Hauptgeschäftslage Bahnhofstraße/Anger) hinzuweisen sowie weiterhin auf Runnerspoint (Anger), die Randsortimente einiger Bekleidungs-/Schuhanbieter (TK Maxx, Breuninger, Deichmann u. a.) und auf kleinstrukturierten inhabergeführten Facheinzelhandel (Domsport Menz, Mountain Store oder Laufladen Erfurt u. a.) außerhalb der Hauptgeschäftslage.

Derzeit bestimmen zwei Fachgeschäfte sowie der Sportfachmarkt Karstadt Sport (Randsortiment) das Angebot von **Fahrrädern und Zubehör** im Hauptzentrum Altstadt. Insgesamt wird eine Verkaufsfläche von rund 440 m<sup>2</sup> betrieben, auf der ein Umsatz von etwa 1,3 Mio. EUR erwirtschaftet wird. Es ist darauf hinzuweisen, dass im Zuge der Fortschreibung des Erfurter Einzelhandels- und Zentrenkonzepts eine geringfügige Ausweitung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt geplant wird, die die Einbeziehung eines weiteren Fachgeschäfts bedeuten würde.

Auch **Campingartikel** werden auf einer kleineren Verkaufsfläche (rund 205 m<sup>2</sup>) mit einer ebensolchen Umsatzleistung (ca. 0,4 Mio. EUR) in der Altstadt angeboten. In zwei Fachgeschäften ist neben dem Kernsortiment Outdoorbekleidung auch eine gewisse Spezialisierung für u. a. Campingartikel festzustellen, zudem sind auch geringe Randsortimentsflächen des Sportfachmarkts am Anger projektrelevant.

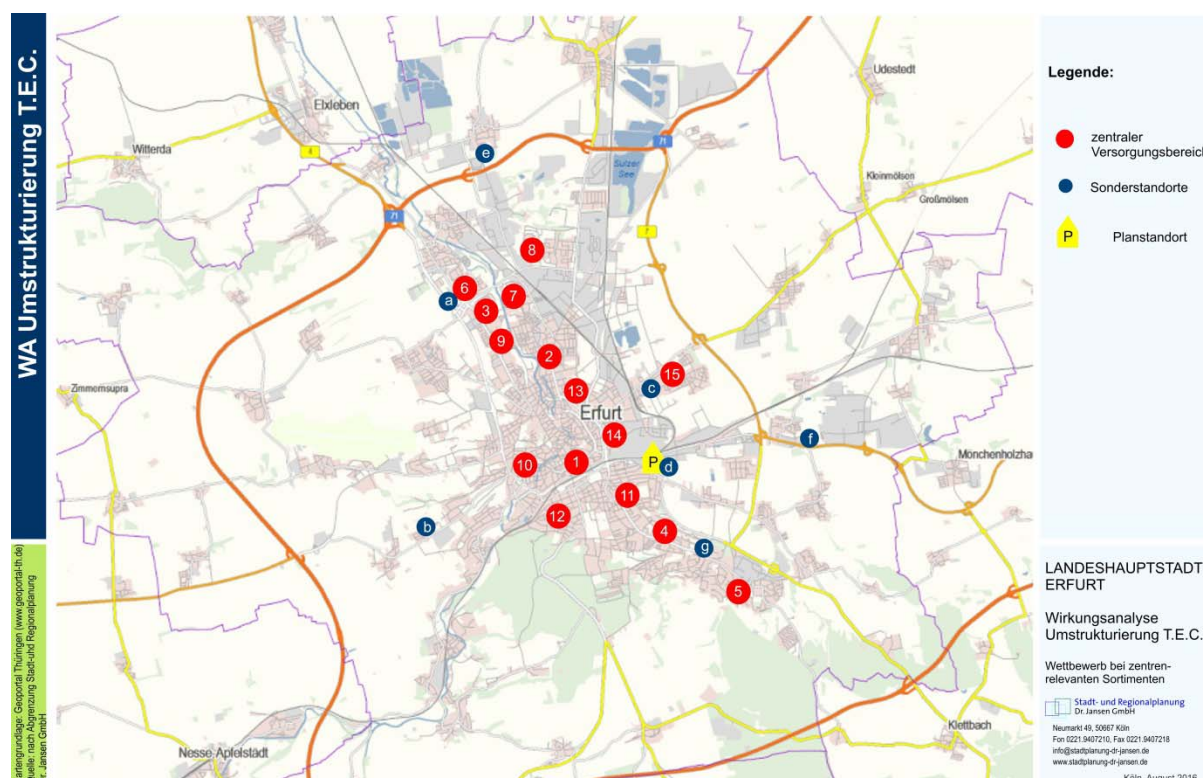
Im Gegensatz zu den letztgenannten Sortimenten, ist für das Sortiment **Haushaltswaren, GPK, Geschenke** etc. eine ausgeprägte Bedeutung des Einzelhandelsstandorts Altstadt festzustellen. Auf rund 6.630 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird ein Umsatz von ca. 17,9 Mio. EUR erwirtschaftet. Das Angebot wird sowohl durch große Mehrbranchenanbieter (z. B. Karstadt) als auch insbesondere durch Fachanbieter einer Größenordnung zwischen rund 200 und rund 400 m<sup>2</sup> geprägt. Darunter sind sowohl qualitätsorientierte Geschäfte (WMF, Stilleben) als auch tendenziell preisorientierte Anbieter (Tedi, Depot, Xenos, Nanu Nana, Pfennigpfeiffer) existent.

### 4.3.2 Wettbewerb bei zentrenrelevanten Sortimenten im Thüringen Park

Der nächstgrößere Wettbewerbsstandort des T.E.C. bzw. des Planvorhabens ist das Einkaufszentrum Thüringen Park (Abbildung 6, Sonderstandorte). In Abbildung 7 wird die besondere Versorgungsfunktion dieser drei Standorte im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente abgebildet. Der Thüringen Park

ist nach der Altstadt der größte und wichtigste Anbieter, auf Platz drei folgt das T.E.C. Ebenfalls wird deutlich, dass den sonstigen Einzelhandelsstandorten (alle Standorte in Erfurt mit Ausnahme der dargestellten) sortimentsbezogen eine ausgeprägte Versorgungsbedeutung beizumessen ist (z. B. Fahrräder und Zubehör, Haushaltswaren, GPK, Geschenke und Sportartikel).

Abbildung 6 Wettbewerbssituation in Erfurt im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Kartengrundlage: Geoportal Thüringen ([www.geoportal-th.de](http://www.geoportal-th.de)), Daten: Landeshauptstadt Erfurt Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Junker + Kruse 2009)

Der Thüringen Park befindet sich im nördlich gelegenen Erfurter Stadtteil Gispersleben. Neben der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Standorts und der Vielzahl an Parkplatzmöglichkeiten ist der Thüringen Park auch fußläufig an die Großwohnsiedlungen rund um den Moskauer Platz angeschlossen. In Anbetracht der Einzelhandelsausstattung ist von einem Einzugsgebiet auszugehen, das insbesondere nördlich über die Stadtgrenzen Erfurts hinausgeht.

Innerhalb des Thüringen Parks weist das Sortiment **Bekleidung** mit einer Verkaufsfläche von rund 8.960 m<sup>2</sup> und einer Umsatzleistung von rund 24,2 Mio.

EUR die größten Ausstattungskennziffern auf. Die Bekleidungsfachmärkte C & A und H & M belegen Verkaufsflächen mit mehr als 1.000 m<sup>2</sup> und werden ergänzt durch weitere filialisierte Fachmärkte und Fachgeschäfte wie Esprit, New Yorker, s.Oliver etc.

Für die Sortimente **Schuhe und Lederwaren** werden durch die Betriebe Deichmann, Roland, Street Shoes, Tamaris u. a. sowie Lederland die größten Wettbewerbsbezüge zum Planvorhaben zu erwarten sein, die durch eine Reihe weiterer kleiner Geschäfte sowie die Randsortimente der großen Bekleidungsfachmärkte ergänzt werden. Die Verkaufsfläche mit Schuhen und Lederwaren insgesamt beträgt





etwa 1.495 m<sup>2</sup> mit einer Umsatzleistung von rund 4,2 Mio. EUR.

Ähnlich wie in der Altstadt ist die Ausstattung mit den zentrenrelevanten Sortimenten, die durch den Decathlon-Sportfachmarkt projiziert werden, schwächer ausgeprägt. Durch **Sportartikel** werden auf rund 100 m<sup>2</sup> Verkaufsflächen, verteilt auf die Betriebe Sport Fink, Kaufland und Ihr Fahrrad Riese, etwa 0,3 Mio. EUR umgesetzt.

Während im Thüringen Park keine Verkaufsfläche mit Campingartikeln betrieben wird, bietet ein Fachmarkt eine Ausstattung im Sortiment **Fahrräder und Zubehör** von gewissem Gewicht, das sich in rund 310 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem Umsatz von ca. 0,9 Mio. EUR dokumentiert.

Bei **Sportbekleidung und Sportschuhe** werden auf rund 740 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ca. 1,9 Mio. EUR Umsatz erwirtschaftet, der sich fast ausschließlich auf einen ansässigen Sportfachmarkt sowie geringfügige Randsortiments-Verkaufsflächen in den Bekleidungs- und Schuhfachmärkten verteilt.

Zudem sind etwa 470 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Sortiment **Haushaltswaren, GPK, Geschenke** wettbewerbsrelevant. Auf dieser Fläche wird ein Umsatz von rund 1,3 Mio. generiert. Nanu Nana fungiert sortimentsbezogen als prägender Anbieter und wird ergänzt durch die Randsortimentsflächen in einigen Mehrbranchenbetrieben wie Kaufland, McPaper oder Hugendubel.

#### 4.3.3 Wettbewerb bei zentrenrelevanten Sortimenten an sonstigen Standorten

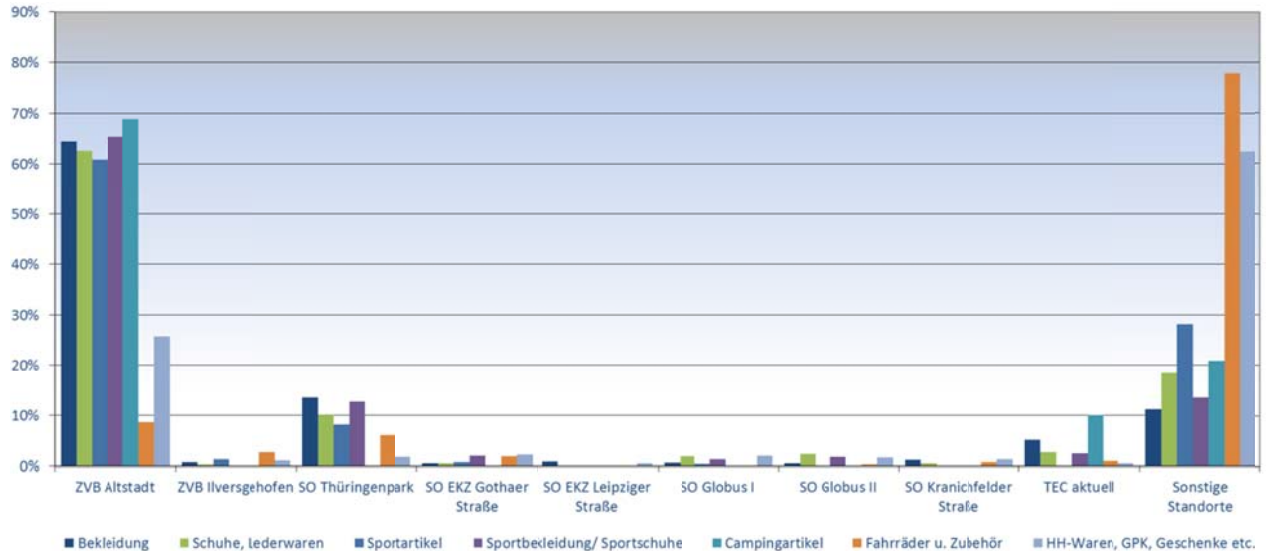
Die folgende Wettbewerbsbetrachtung beachtet alle übrigen projektrelevanten Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet, für die in einzelnen Sortimenten eine Wettbewerbsrelevanz anzunehmen ist. Dies betrifft sowohl die Sonderstandorte Einkaufszentrum Gothaer Straße, Leipziger Straße (Kaufland I), Kranichfelder Straße (Kaufland II), Erfurter Straße (Globus I) und Weimarische Straße (Globus), wie im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Erfurt definiert (vgl. Abbildung 6) als auch Solitärstandorte/Standortagglomerationen von größeren Fachmärkten, die nicht durch eine Kategorisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts abgedeckt werden.

Für das Sortiment **Bekleidung** ist an den weiteren Erfurter Sonderstandorten nur auf eine geringe Wettbewerbsrelevanz für die Planvorhabenuntersuchung hinzuweisen. Das Angebot konzentriert sich auf die Randsortimente der für die Sonderstandorte namengebenden SB-Warenhäuser sowie auf kleine preisorientierte Fachanbieter (Takko, Kik, Ernsting's Family), die sich in deren Vorkassenbereichen befinden. Insgesamt werden durch das Sortiment Bekleidung an den fünf Sonderstandorten rund 2.615 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ein Umsatz von etwa 7,1 Mio. EUR betrieben und erwirtschaftet. In den sonstigen Streulagen ist auf einen großflächigen Textilfachmarkt im Stadtteil Gispersleben hinzuweisen. Für alle weiteren Geschäfte ist keine Projektrelevanz anzunehmen.

Im Sortiment **Schuhe/Lederwaren** sind zwei Schuhfachmärkte der Marke Reno in Streulagen verortet. Einer der beiden liegt in Daberstedt in räumlicher Nähe zum Planvorhaben. Dennoch ist eine Projektrelevanz nicht anzunehmen. Die Angebotsstruktur an den Sonderstandorten wird durch die Randsortimente der bereits oben für das Sortiment Bekleidung genannten Betriebe geprägt. Insgesamt ist an den fünf Sonderstandorten eine Umsatzleistung im Sortiment Schuhe von rund 2,3 Mio. EUR auf einer Verkaufsfläche von etwa 810 m<sup>2</sup> anzunehmen.

In den Sortimenten **Sportartikel, Sportbekleidung/Sportschuhe sowie Campingartikel** sind an den fünf Sonderstandorten lediglich Verkaufsflächen in der Größenordnung von insgesamt rund 370 m<sup>2</sup> zu verzeichnen, die zudem aufgrund der Angebotsstruktur (Randsortimente in SB-Warenhäusern) keine Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben entfalten. Ähnliches gilt für eine Verkaufsfläche von insgesamt 170 m<sup>2</sup> für **Fahrräder und Zubehör**. Letzteres Sortiment wird in Erfurt durch Magnetbetriebe in Streulagen geprägt, insbesondere von den Anbietern Lucky Bike, Fahrradcenter Knaut und RadArt. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl weiterer kleinerer Fahrradgeschäfte in Streulagen der Landeshauptstadt Erfurt, während auch hier kaum eine Bedeutung der Sortimente Sportartikel, Sportbekleidung/Sportschuhe sowie Campingartikel festzustellen ist.

Abbildung 7: Erfurter Einzelhandelsstandorte mit zentrenrelevanten Sortimenten im Vergleich



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Daten: Einzelhandelserhebung durch Junker + Kruse 2014 sowie eigene Aktualisierung 2016

Dagegen wird das Sortiment **Haushaltswaren, GPK, Geschenke** umfangreich an den Sonderstandorten und den Streulagen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angeboten. Die flächenmäßig größten Anbieter sind die Möbelhäuser IKEA, Höffner, Preis Rebell, der Sonderpostenmarkt Thomas Philips sowie die Bau- und Gartenmärkte in Erfurt, die jeweils Haushaltswaren, GPK, Geschenke als Randsortiment führen. So errechnet sich allein in Streulagen eine Verkaufsfläche von rund 14.300 m<sup>2</sup> und eine Umsatzleistung von rund 35 Mio. EUR. Dagegen zeigt die sortimentsbezogene Ausstattung an den Sonderstandorten eine geringere Einzelhandelsbedeutung auf. Der Großteil der insgesamt rund 2.070 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche konzentriert sich als Randsortimentsfläche in den SB-Warenhäusern sowie in einem Discount-Baumarkt am Sonderstandort Einkaufszentrum Gothaer Straße.

Die beschriebene unterschiedliche Qualität und Quantität der sortimentsbezogenen Verkaufsausstattung in Erfurt wird auch durch die entsprechenden sortimentsbezogenen Zentralitäten

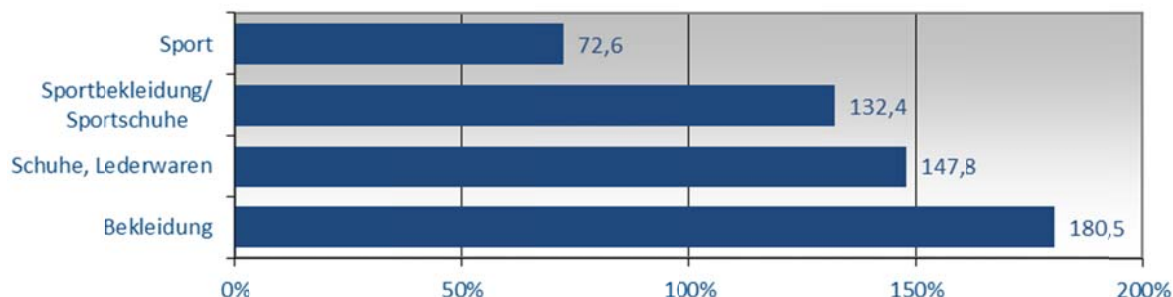
(Verhältnis von Umsatz zu Kaufkraft) dargestellt (vgl. Abbildung 8).

Die Zusammenfassung der dargestellten Sortimente erfolgt in Abbildung 8 nicht analog zur bisherigen Beschreibung, weil eine Orientierung an den zur Verfügung stehenden sortimentsbezogenen Pro-Kopf-Ausgaben für die Gegenüberstellung erfolgen muss. So setzt sich das dargestellte Sortiment „Sport“ durch die in dieser Analyse beschriebenen zentrenrelevanten Sortimente Sportartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör sowie das nicht zentrenrelevante Sortiment Sportgroßgeräte zusammen. Es wird deutlich, dass die Angebotsstruktur im Sortiment Sport in Erfurt defizitär ist. Tendenziell wird dieser Zentralitätswert durch die Erfurter Einzelhandelsausstattung im Sortiment Fahrräder und Zubehör positiv beeinflusst.

Es ist zu konstatieren, dass rund 30 % der Erfurter Kaufkraft im Segment Sport derzeit außerhalb der Landeshauptstadt Erfurt oder über andere Vertriebswege umgesetzt werden.



Abbildung 8: Ausgewählte sortimentspezifische Zentralitäten des Erfurter Einzelhandels



Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Datengrundlage IFH Köln Retail Consultants, Einzelhandelserfassung 2013 (Junker + Kruse), eigene Aktualisierung im Jahr 2016

#### 4.4 Wettbewerb bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Erfurt)

Die Sortimente Sportgroßgeräte, Kinderwagen und Möbel werden ebenfalls durch das Planvorhaben projiziert, haben aber nach Erfurter Liste keine Zentrenrelevanz. Das heißt, dass von ihnen regelmäßig keine schützenswerte Funktionsprägung von zentralen Versorgungsbereichen ausgehen kann.

Das Sortiment **Sportgroßgeräte** wird in der Landeshauptstadt Erfurt insgesamt auf einer Verkaufsfläche von ca. 200 m<sup>2</sup> angeboten, auf der etwa 0,4 Mio. EUR Umsatz generiert werden. Diese Verkaufsfläche konzentriert sich auf den Betrieb Karstadt Sport in der Innenstadt.

Mit **Kinderwagen** wird in Erfurt derzeit ein Umsatz von rund 1,0 Mio. EUR getätigt (auf rund 370 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Das Angebot wird in besonderem Maße durch zwei Babyfachmärkte im Hauptzentrum Altstadt sowie durch das Möbelhaus Höffner geprägt, das regelmäßig eine Babyabteilung aufweist.

Schließlich beschreibt die Verkaufsflächenausstattung im Sortiment **Möbel** in Erfurt von rund 72.740 m<sup>2</sup> die zweitgrößte Erfurter Einzelhandelsbranche nach den Nahrungs- und Genussmitteln. Struktur-

prägend sind die mit regionaler Ausstrahlung ansässigen Betriebe IKEA und Höffner in Streulagen hervorzuheben. Mit dem Anbieter Multipolster befindet sich auch ein Möbelfachmarkt innerhalb der Erfurter Sonderstandorte (Einkaufszentrum Gothaer Straße). Die Gesamtumsatzleistung im Sortiment Möbel beträgt rund 95 Mio. EUR.

#### 4.5 Wettbewerbssituation außerhalb der Landeshauptstadt Erfurt

Wie bereits festgestellt, übernimmt die Landeshauptstadt Erfurt innerhalb der Region Mittelthüringen eine dominierende Einzelhandelsfunktion, die durch die nachstehenden Tabellen dokumentiert wird.

Bezugnehmend auf die Einzelhandelsdaten, die für die Region Mittelthüringen für das Regionale Einzelhandelskonzept (REHK) erfasst und veröffentlicht wurden, ist ersichtlich, dass innerhalb des Oberzentrums Erfurt in den projizierten Sortimenten Bekleidung und Zubehör, Schuhe/Lederwaren, Sport/Freizeit und GPK/Geschenke/Haushaltswaren/Bestecke jeweils mindestens 40 % der regionalen Verkaufsflächen verortet sind. Der höchste Anteil wird bei Bekleidung und Zubehör mit rund 47 % der regionalen Verkaufsfläche erreicht.

Tabelle 9: Verkaufsflächenausstattung in Erfurt und den Mittelzentren der Region Mittelthüringen im Vergleich

	Bekleidung und Zubehör <sup>1</sup>		Schuhe, Lederwaren <sup>1</sup>		Sport/Freizeit <sup>1</sup>		GPK, Geschenke, Haushaltswaren, Bestecke <sup>1</sup>	
	VK in m <sup>2</sup>	Anteil Region	VK in m <sup>2</sup>	Anteil Region	VK in m <sup>2</sup>	Anteil Region	VK in m <sup>2</sup>	Anteil Region
Oberzentrum Erfurt <sup>2</sup>	65.025	47,0%	14.575	42,6%	11.300	41,6%	24.950	43,8%
Mittelzentrum Weimar <sup>34</sup>	17.025	12,3%	5.300	15,5%	4.025	14,8%	5.325	9,3%
Mittelzentrum Gotha <sup>34</sup>	19.075	13,8%	4.250	12,4%	2.600	9,6%	4.900	8,6%
Mittelzentrum Arnstadt <sup>3</sup>	5.700	4,1%	1.875	5,5%	1.675	6,2%	2.025	3,6%
Mittelzentrum Ilmenau <sup>3</sup>	6.725	4,9%	1.650	4,8%	2.500	9,2%	2.300	4,0%
Mittelzentrum Sömmerda <sup>3</sup>	5.950	4,3%	2.475	7,2%	400	1,5%	3.725	6,5%
Mittelzentrum Apolda <sup>3</sup>	6.800	4,9%	1.150	3,4%	850	3,1%	2.300	4,0%
Grundzentren <sup>3</sup>	11.925	8,6%	2.975	8,7%	3.825	14,1%	11.450	20,1%
<b>Region Mittelthüringen insg.<sup>3</sup></b>	<b>138.225</b>	<b>100,0%</b>	<b>34.250</b>	<b>100,0%</b>	<b>27.175</b>	<b>100,0%</b>	<b>56.975</b>	<b>100,0%</b>

<sup>1</sup> Sortimentsbezeichnungen des Regionalen Einzelhandelskonzepts

<sup>2</sup> Daten mit geringfügigen Abweichungen zur Einzelhandelserfassung für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt von Junker + Kruse 2013 sowie eigene Aktualisierung 2016

<sup>3</sup> Daten der Einzelhandelserfassung für das Regionale Einzelhandelskonzept

<sup>4</sup> mit Teilfunktion eines Oberzentrums

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Datengrundlagen: Regionales Einzelhandelskonzept (REHK) für die Region Mittelthüringen 2014 (Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung), Einzelhandelserfassung durch Junker + Kruse 2013 zur Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Landeshauptstadt Erfurt sowie eigene Datenaktualisierung im Februar 2016, Rundungsdifferenzen möglich

Die beiden Mittelzentren Gotha und Weimar (jeweils landesplanerisch mit oberzentralen Teilfunktionen versehen) übernehmen Anteile von jeweils rund 9 % bei GPK/Geschenke/Haushaltswaren/Bestecke, bis zu ca. 16 % bei Schuhe/Lederwaren in Weimar und bis zu ca. 14 % bei Bekleidung und Zubehör in Gotha.

Bei genauerer Betrachtung der leistungsstärksten Einzelhandelsstandorte Mittelthüringens und für Erfurt mit einer differenzierten Ausweisung der Altstadt bzw. der sonstigen Einzelhandelsstandorte zeigt sich sortimentsbezogen die relative Versorgungsbedeutung der Erfurter Altstadt und der sonstigen Einzelhandelsstandorte Erfurts. In den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Zube-

hör sowie Schuhe/Lederwaren werden in der Altstadt jeweils deutlich mehr als ein Drittel der Verkaufsfläche vorgehalten (rund 42 bzw. 39 %). Das Sortiment Sport/Freizeit ist durch die ausgewogenste Verkaufsflächenverteilung der betrachteten Sortimente gekennzeichnet. Die höchste Bedeutung wird durch die sonstigen Erfurter Einzelhandelsstandorte übernommen (ca. 34 %), gefolgt von der Erfurter Altstadt (ca. 29 %) und dem Mittelzentrum Weimar (ca. 23 %). Dagegen wird bei GPK/Geschenke/Haushaltswaren/Bestecke die besondere Bedeutung der sonstigen Erfurter Einzelhandelsstandorte deutlich (rund 52 %), die insbesondere auf die Existenz der beiden strukturprägenden Möbelhäuser IKEA und Höffner zurückzuführen ist.



Tabelle 10: Verkaufsflächenausstattung an ausgewählten Einzelhandelsstandorten im Vergleich

	Bekleidung und Zubehör <sup>1</sup>		Schuhe/Lederwaren <sup>1</sup>		Sport/Freizeit <sup>1</sup>		GPK/Geschenke/Haushaltswaren/Bestecke <sup>1</sup>	
	VK in m <sup>2</sup>	Anteil	VK in m <sup>2</sup>	Anteil I	VK in m <sup>2</sup>	Anteil	VK in m <sup>2</sup>	Anteil
Erfurter Altstadt <sup>2</sup>	41.975	41,5%	9.186	38,1%	5.139	28,7%	6.628	18,8%
Erfurt sonstige Standorte <sup>2</sup>	23.050	22,8%	5.389	22,3%	6.161	34,4%	18.322	52,1%
Mittelzentrum Weimar <sup>34</sup>	17.025	16,8%	5.300	22,0%	4.025	22,5%	5.325	15,1%
Mittelzentrum Gotha <sup>34</sup>	19.075	18,9%	4.250	17,6%	2.600	14,5%	4.900	13,9%
<b>Summe</b>	<b>101.125</b>	<b>100,0%</b>	<b>24.125</b>	<b>100,0%</b>	<b>17.925</b>	<b>100,0%</b>	<b>35.175</b>	<b>100,0%</b>

<sup>1</sup> Sortimentsbezeichnungen des Regionalen Einzelhandelskonzepts

<sup>2</sup> Daten mit geringfügigen Abweichungen zur Einzelhandelserfassung für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt von Junker + Kruse 2013 sowie eigene Aktualisierung 2016

<sup>3</sup> Daten der Einzelhandelserfassung für das Regionale Einzelhandelskonzept

<sup>4</sup> mit Teilfunktion eines Oberzentrums

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Datengrundlagen: Regionales Einzelhandelskonzept (REHK) für die Region Mittelthüringen 2014 (Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung), Einzelhandelserfassung durch Junker + Kruse 2013 zur Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Landeshauptstadt Erfurt sowie eigene Datenaktualisierung im Februar 2016, Rundungsdifferenzen möglich

Von besonderer Relevanz – insbesondere zur Vorbereitung der folgenden Berechnung der handelswirtschaftlichen Effekte – sind die an den betrachteten Einzelhandelsstandorten ansässigen Magnetbetriebe. Für den Einzelhandelsstandort Erfurt wurden diese bereits standort- und sortimentsbezogen dargestellt. Für die Sortimente Bekleidung und Zubehör, Schuhe/Lederwaren, Sport/Freizeit werden folgend die wichtigsten Einkaufsstrukturen in Weimar und Gotha genannt. Das Sortiment GPK/Geschenke/Haushaltswaren/Bestecke wird an dieser Stelle ausgeklammert, weil die bereits dargestellten Wettbewerbsstrukturen mit einer ausgeprägten Versorgungsfunktion sonstiger Einzelhandelsstandorte in Erfurt eine intensivere Betrachtung verzichtbar machen.

In **Weimar** ist für das Sortiment Bekleidung und Zubehör insbesondere auf die Existenz der filialisierten Fachmärkte C & A und AWG sowie die tendenziell markenorientierten Anbieter Schiller Kaufhaus und Labellounge Exquisit und Modepassage am Markt zu verweisen. Der Fachmarkt C & A befindet sich in einem Einkaufszentrum in Randlage der Innenstadt, während für AWG ein peripherer Standort vorliegt. Die übrigen Anbieter liegen dage-

gen innerhalb der innerstädtischen Haupteinkaufslage.

Das Sortiment Schuhe/Lederwaren wird intensiv geprägt durch die filialisierten Fachmärkte Deichmann (Einkaufszentrum in Randlage der Innenstadt), Tamaris, Schuhprofi (jeweils innerstädtische Haupteinkaufslage) sowie Reno (zwei Standorte außerhalb der Innenstadt) und durch kleinstrukturierten Facheinzelhandel ergänzt.

Die beiden Anbieter Sport Schwarz (Innenstadt) und Intersport (Einkaufszentrum in innerstädtischer Randlage) sind die wichtigsten und größten Anbieter der Stadt Weimar in den Sortimenten Sport/Freizeit. Sie werden durch einige Fahrradfachgeschäfte sowie kleinstrukturierte Spezialanbieter (z. B. für Laufen oder Bergsport) ergänzt.

In **Gotha** ist für Bekleidung und Zubehör zunächst auf den großflächigen Anbieter Moses zu verweisen, der in innerstädtischer Lage vornehmlich Marken mittlerer Preisklasse anbietet. Auch ein Adler-Modemarkt befindet sich in der Innenstadt, seit im Jahr 2015 das Modehaus Kressner übernommen wurde. Weitere große Anbieter sind u. a. C & A (Innenstadt) und Mode Vögele (Randlage der In-

nenstadt); weiterhin sind eine Reihe von Fachmärkten mittlerer Größenordnungen ansässig (New Yorker, NKD, Kik etc.).

Das Angebot bei Schuhe/Lederwaren wird durch die Fachmärkte Reno (dezentral), Quick Schuh (jeweils ein Standort in der Innenstadt und einer in Randlage der Innenstadt), K+K Schuh-Center (Randlage der Innenstadt) sowie das innerstädtische und inhabergeführte Fachgeschäft Schuhe am Neumarkt geprägt. Auffällig ist die Verteilung eines Großteils der sortimentsbezogenen Verkaufsflächen auf mehrere Anbieter einer ähnlichen Größenordnung ohne einen Betrieb, der sich aufgrund seiner Größe besonders hervorhebt.

Bei Sport/Freizeit sind in Gotha die Betriebe Intersport (Randlage Innenstadt) und Sporttreff (dezentrales Fachmarktzentrum) hervorzuheben, deren Verkaufsflächen jedoch unter denen der Wettbewerber in Erfurt und Weimar zurückbleiben. Auch hier folgt eine klassische Ergänzung durch kleinere Fachgeschäfte, insbesondere mit Fahrrädern.

#### 4.6 Fazit der Wettbewerbsanalyse

Die Darstellung der Wettbewerbsanalyse lässt folgende zentrale Schlüsse zu:

- Die Nahversorgungssituation im Umfeld des T.E.C.-Standorts ist geprägt durch die Altstadt, Nahversorgungszentren sowie drei Sonderstandorte mit einem SB-Warenhaus. Darüber hinaus sind einige Lebensmitteldiscounter in Streulagen wettbewerbsrelevant.
- Für die zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportbekleidung/Sportschuhe besteht eine dominierende Versorgungsbedeutung des Einkaufsstandorts Altstadt. Gemeinsam mit den nächstgrößten Standorten Thüringen Park und T.E.C. wird ein Großteil der sortimentsbezogenen Versorgung in Erfurt übernommen.
- Die zentrenrelevanten Sortimente Haushaltswaren, GPK, Geschenke sowie Fahrräder und Zubehör weisen in Erfurt die größte Ausstattung an sonstigen/dezentralen Standorten auf.
- Die zentrenrelevanten Sortimente Sportartikel und Campingartikel sind innerhalb Erfurts primär in der Altstadt ansässig, aber insgesamt

durch eine defizitäre Ausstattung gekennzeichnet.

- Die Versorgungsstrukturen für die nicht zentrenrelevanten Sortimente variieren: Möbel werden primär an dezentralen Standorten, Kinderwagen sowohl in der Altstadt als auch dezentral und Sportgroßgeräte in Erfurt insgesamt kaum angeboten.
- Die Landeshauptstadt Erfurt ist der wichtigste Einzelhandelsstandort in der Region Mittelthüringen. Die Mittelzentren mit oberzentraler Teilfunktion Weimar und Gotha weisen sortimentsbezogen zwar attraktive Angebote auf, bleiben in ihrer Versorgungsbedeutung jedoch deutlich hinter der Landeshauptstadt Erfurt zurück.
- Die für die einzelnen projektierten Sortimente unterschiedliche Verkaufsflächenausstattung wird auch durch die Berechnung von sortimentsbezogenen Zentralitäten deutlich.





## 5 Wirkungen des Planvorhabens

### 5.1 Annahmen und Berechnungsansatz

Die voraussichtlichen Markteffekte des Planvorhabens auf bestehende Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum können mit Hilfe der Wirkungsanalyse eingeschätzt werden. Die Wirkungsanalyse beschreibt die durch das Planvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungsprozesse bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben.

Bei der Einschätzung, welche Wettbewerbsbetriebe stärker als andere betroffen sein werden, sind grundsätzliche Nachfrage- und Angebotsstrukturen des bundesweiten Einzelhandels in den durch das Planvorhaben angebotenen Sortimenten sowie die spezifische Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum und die Anforderungen an eine realitätsnahe Berechnung des ungünstigsten Falls für die Altstadt zu berücksichtigen. So ist für die verschiedenen Sortimente u. a. davon auszugehen, dass die durch den Kunden in Kauf genommenen Anfahrtszeiten variieren. Entsprechend konzentrieren sich die Wettbewerbseffekte für die nahversorgungsrelevanten Sortimente auf ein kleineres Untersuchungsgebiet im Umfeld des Planstandorts als bei den zentrenrelevanten und den nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

In den Berechnungen wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- Attraktivität, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Planvorhabens
- Lokale und regionale Einzelhandels-/Wettbewerbsstrukturen
- Distanzen und Verkehrsverbindungen zwischen den relevanten Einkaufslagen bzw. Wettbewerbern und dem Planstandort

Des Weiteren werden den Berechnungen folgende Annahmen zugrunde gelegt:

Im Rahmen der Wirkungsanalyse wird davon ausgegangen, dass voraussichtlich die Anbieter, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Zudem ist zu erwarten, dass mögliche wettbewerbliche Auswirkungen mit zunehmender Entfernung

vom Planstandort abnehmen werden. Dies gilt insbesondere unter Berücksichtigung der in der Region herausragenden Einzelhandelsbedeutung der Landeshauptstadt Erfurt.

Durch die Beachtung folgender Parameter entspricht der Berechnungsansatz dabei einer realitätsnahen Betrachtung des ungünstigsten Falls für die Altstadt:

Die sortimentsbezogenen Flächenleistungen des Planvorhabens liegen auf einem hohen Niveau. Die Werte wurden aus branchenspezifischen Veröffentlichungen abgeleitet und unter Berücksichtigung der Gesamtattraktivität des Planvorhabens für die spezifischen projektierten Betriebe modifiziert.

Die sortimentsbezogenen Flächenleistungen der Wettbewerbsbetriebe hingegen wurden eher vorsichtig/realistisch eingeschätzt. Trotzdem liegen sie nicht durchgängig unter den Flächenleistungen des Planvorhabens, da es sich auch um leistungsstarke Anbieter handelt, die in hochwertigen und stark frequentierten Haupteinkaufslagen ansässig sind. Sie müssen dort hohe Umsätze erreichen, um die Mietkosten abzudecken.

In der Bewertung der künftig zu erwartenden Umverteilungen und der dadurch möglichen städtebaulichen und landesplanerischen Beurteilung wird in der Rechtsprechung und Literatur auf den Aspekt der „... wesentlichen Beeinträchtigung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen ...“ abgestellt. Nach Ansicht des 2. Senats des OVG Nordrhein-Westfalen kann „faustformelartig“ davon ausgegangen werden, dass Umsatzverluste von mehr als 10 % als gewichtig anzunehmen sind und einen Anhaltspunkt für städtebauliche Auswirkungen liefern. Jedoch muss dies je nach Einzelfall überprüft und bewertet werden (vgl. *OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 9. November 2012 – Az. 2 D 63/11.NE*).

Durch den Markteintritt des Planvorhabens werden Umsatzumverteilungseffekte bei den bestehenden Wettbewerbern ausgelöst. Diese werden in den nachstehenden Modellrechnungen aufgezeigt, wobei Differenzierungen nach Standortbereichen und Sortimenten erfolgen. Bei der Prognose der Umsatzumverteilungen wird eine maximale Konzentration auf Einzelhandelsstandorte innerhalb der Landeshauptstadt Erfurt und dort in der Altstadt ange-

setzt. Vor dem Hintergrund der marktführenden Position des Einzelhandelsstandorts Erfurt in der Region und dort insbesondere der Altstadt folgt dieser Ansatz einer Betrachtung des ungünstigsten Falls, die gleichwohl als realitätsnah einzustufen ist.

Nicht in die Umsatzumverteilungen einbezogen werden die Einzelhandelsbestände des T.E.C. Dies einerseits vor dem Hintergrund, dass unter Berücksichtigung des ungünstigsten Falls für die Altstadt die Umverteilungen an anderen Standorten nicht unterschätzt werden und zudem, weil mittelfristig davon auszugehen ist, dass die Bestandsbetriebe durch die Gesamtattraktivierung des T.E.C. im Zuge der Vorhabenplanung eine Erhöhung ihrer Leistungsfähigkeit erreichen können, die eine eventuelle Umsatzumverteilung wieder ausgleichen würde.

## 5.2 Wirkungen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Für das Planvorhaben – die Verkaufsflächen- und Umsatzerweiterungen des Lebensmitteldiscounters Aldi sowie des Drogeriefachmarkts dm – wird eine Umsatzerwartung von rund 2,3 Mio. EUR im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und ca. 2,1 Mio. EUR im Sortiment Drogeriewaren angesetzt. Die Umsatzumverteilungen konzentrieren sich auf einen engen Untersuchungsraum.

### 5.2.1 Wirkungen in zentralen Versorgungsbereichen

Für die städtebauliche Bewertung der Wirkungen des Planvorhabens sind insbesondere die Umverteilungseffekte von Bedeutung, die für die zentralen Versorgungsbereichen prognostiziert werden, da diese städtebaurechtlich vor schädlichen Auswirkungen geschützt sind.

In der **Erfurter Altstadt** wird eine Umsatzumverteilung von 0,1 Mio. EUR bei Nahrungs- und Genussmittel sowie rund 1,1 Mio. EUR bei Drogeriewaren prognostiziert. Dies entspricht jeweils rund 0,4 % bzw. 4,6 % des derzeit in der Altstadt mit diesen Sortimenten erwirtschafteten Umsatzes. Dass eine deutlich intensivere Wettbewerbswirkung im Sortiment Drogeriewaren erwartet wird, resultiert aus der Verteilung der Drogeriemärkte im Vergleich zu den Lebensmittel-SB-Betrieben im Untersuchungsraum. Während sich die Lebensmittel-SB-Betriebe auf eine Vielzahl von wettbewerbsrelevanten

Standorten verteilen, zeigt die Verteilung der Drogeriemärkte eine besondere Konzentration in der Innenstadt auf, insgesamt befinden sich hier sieben Drogeriemärkte.

Anhand der prognostizierten Umverteilungsquoten sind städtebauliche Auswirkungen im zentralen Versorgungsbereich Altstadt auszuschließen. Es erfolgt auch keine existenzielle Gefährdung einzelner Betriebe.

Innerhalb der Nahversorgungszentren wird die intensivste Wettbewerbsauseinandersetzung mit dem Nahversorgungszentrum **Melchendorfer Markt** erwartet. Hier befinden sich sowohl ein Aldi-Lebensmitteldiscounter, dessen Vergrößerung am Planvorhabenstandort projiziert ist, als auch ein Rossmann-Drogeriefachmarkt sowie ein Rewe-Lebensmittelvollsortimenter. Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel weist eine Umsatzumverteilung von rund 0,4 Mio. EUR (ca. 5,4 %) nicht auf Auswirkungen städtebaulicher, sondern rein wettbewerblicher Art hin. Gleiches gilt für eine Umsatzumverteilung von rund 0,2 Mio. EUR (ca. 6,0 %) im Sortiment Drogeriewaren.

Dies begründet sich mit der Leistungsfähigkeit des Nahversorgungszentrums Melchendorfer Markt. Anders als die meisten nachfolgend genannten Nahversorgungszentren bezieht sich die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums nicht nur auf ein bis zwei nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe, sondern es wird durch ein funktionierendes kleines Einkaufszentrum charakterisiert.

Auch im Nahversorgungszentrum **Kleiner Herrenberg** sind jeweils ein Lebensmitteldiscounter (Lidl), ein Lebensmittelvollsortimenter (Rewe) und ein Drogeriemarkt (Rossmann) ansässig, deren Betriebskonzepte als zeitgemäß/modern und leistungsfähig einzustufen sind. Umsatzumverteilungen von rund 0,2 Mio. EUR (ca. 2,0 %) im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie rund 0,1 Mio. EUR (ca. 2,4 %) im Sortiment Drogeriewaren führen nicht zu städtebaulichen Auswirkungen.

Im Nahversorgungszentrum **Daberstedt** wird eine Umsatzumverteilung von rund 0,3 Mio. EUR (ca. 6,3 %) im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel prognostiziert, die insbesondere mit der Nähe zum





Planvorhaben zu begründen ist. Die Umverteilung konzentriert sich fast ausschließlich auf den Betrieb Tegut und erreicht eine Dimension, die betriebliche Reaktionen (z. B. in Bezug auf die Sortimentsstruk-

tur), nicht aber eine Schließung des Betriebs und damit eine Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereichs hervorrufen könnte.

Tabelle 11: Handelswirtschaftliche Effekte in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Umsatzherkunft	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %
ZVB Altstadt	25,9	0,1	0,4	23,7	1,1	4,6
NVZ Kleiner Herrenberg	9,9	0,2	2,0	4,2	0,1	2,4
NVZ Melchendorfer Markt	7,4	0,4	5,4	3,3	0,2	6,0
NVZ Krämpfervorstadt/Thälmannstraße	3,4	0,2	5,8	0,3	/	/
NVZ Krämpfervorstadt/Ringelberg	4,2	0,1	2,4	0,3	/	/
NVZ Daberstedt	4,7	0,3	6,3	0,4	/	/
SO Kaufland I, EKZ Leipziger Straße	9,5	0,1	1,0	2,1	0,1	4,8
SO Globus II, Weimariische Straße	15,1	0,2	1,3	2,7	0,2	7,5
SO Kaufland II, Kranichfelder Straße	11,0	0,1	0,9	0,7	0,1	13,4
Sonstige relevante Anbieter an sonstigen Standorten (nur Lebensmitteldiscounter)	30,4	0,6	2,0	3,8	0,3	7,9
<b>Summe</b>	<b>121,7</b>	<b>2,3</b>	<b>1,9</b>	<b>41,5</b>	<b>2,1</b>	<b>5,1</b>

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C.; Rundungsdifferenzen möglich

Für das Nahversorgungszentrum **Krämpfervorstadt/Thälmannstraße** errechnet sich eine Umsatzumverteilung von ca. 0,2 Mio. EUR (ca. 5,8 %) im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel. Der Umsatz wird in erster Linie dem dort ansässigen Lebensmitteldiscounter Netto entzogen, der sich erst in jüngerer Vergangenheit angesiedelt hat und einen leistungsfähigen Eindruck erweckt. Die Höhe der absoluten und relativen Umsatzumverteilung führt nicht zu einem Umschlagen in städtebauliche Wirkungen.

Gleiches gilt für das Nahversorgungszentrum **Krämpfervorstadt/Ringelberg**, für das eine Umsatzumverteilung von bis zu 0,1 Mio. EUR (2,4 %) im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel prognostiziert wird. Auch die Versorgungsfunktion dieses Nahversorgungszentrums wird durch einen Netto-Lebensmitteldiscounter geprägt; eine Beeinträchtigung wird nicht gesehen.

### 5.2.2 Wirkungen an sonstigen Standorten

Innerhalb des Untersuchungsraums liegen neben den genannten zentralen Versorgungsbereichen drei im Einzelhandels- und Zentrenkonzept definierte Sonderstandorte mit Nahversorgungsrelevanz. Diese unterscheiden sich insofern von den zentralen Versorgungsbereichen, als dass sie nicht städtebaurechtlich vor Beeinträchtigungen geschützt sind.

Des Weiteren sind 11 Lebensmitteldiscounter an Standorten konzentriert, die zwar eine ergänzende wohnungnahe Versorgungsfunktion aufweisen, jedoch im Zentrensystem der Landeshauptstadt Erfurt keine Funktionszuweisung haben. Drogeriefachmärkte befinden sich weder an den Sonderstandorten noch an sonstigen, die wohnungnahe Versorgung ergänzenden Standorten. Lebensmittelvollsortimenter (außer den SB-Warenhäusern an den Sonderstandorten) wurden an dieser Stelle aus der Untersuchung ausgeklammert, da davon auszugehen ist, dass Lebensmitteldiscounter durch die Erweiterung des typgleichen Aldi-Lebensmitteldiscounters stärker von Wettbewerbswirkungen betroffen sind. So wird auch einer Atomisierung der handelswirtschaftlichen Effekte entgegengewirkt. Diese würde zu einer geringfügigen Umsatzumverteilung an einer Vielzahl von Standorten führen und das Risiko beinhalten, die Wirkungen an besonders betroffenen Standorten zu unterschätzen.

Für den Sonderstandort **Globus II, Weimarerische Straße** ist die intensivste Wettbewerbsauseinandersetzung des Planvorhabens im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente zu erwarten, die aus der räumlichen Nähe, der jeweiligen Anbindung durch die Weimarerische Straße und der Abschöpfung der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft im östlichen Einzugsgebiet resultiert. Insgesamt werden 0,4 Mio. EUR Umsatzumverteilung gegenüber dem SB-Warenhaus Globus prognostiziert, davon etwa 0,2 Mio. EUR (ca. 1,3 %) im Bereich von Nahrungs- und Genussmitteln und ebenfalls ca. 0,2 Mio. EUR (ca. 7,5 %) im Sortiment Drogeriewaren, das innerhalb des Betriebs auf einer ausgedehnten Randsortimentsverkaufsfläche angeboten wird. Durch die bereits eingetretene Schließung des ehemals ansässigen Baumarkts ist grundsätzlich eine gesunkene Besucherfrequenz am Standort/geringere Umsatzleistung nicht auszuschließen. Dennoch führen die prognostizierten Umsatzumverteilungen nicht zu einer Gefährdung des Betriebs. Vielmehr ist es für

großflächige SB-Warenhäuser in der Regel möglich, durch eine Anpassung der Sortimentsstruktur auf Wettbewerbsentwicklungen zu reagieren.

Am **Sonderstandort Kaufland II/Kranichfelder Straße** sind sowohl bei Nahrungs- und Genussmitteln als auch bei Drogeriewaren Umsatzumverteilungen bis zu 0,1 Mio. EUR zu erwarten (ca. 0,9 % bzw. ca. 13,4 % des derzeitigen Umsatzes in diesen Sortimenten). Trotz der relativen Höhe der Umsatzumverteilung im Sortiment Drogeriewaren führt dies nicht zu einer Gefährdung des betroffenen SB-Warenhauses Kaufland. Auch hier ermöglicht die Flexibilität innerhalb des SB-Warenhauses Sortimentsanpassungen, falls diese notwendig werden.

Auch am **Sonderstandort Kaufland I/EKZ Leipziger Straße** werden voraussichtlich Umsatzumverteilungen von rund 0,1 Mio. EUR (ca. 1,0 %) im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie ebenfalls 0,1 Mio. EUR (ca. 4,8 %) bei Drogeriewaren wirksam, die sich vollständig auf das Kaufland-SB-Warenhaus beziehen. Über die rein wettbewerblichen Wirkungen hinausgehende, raumbedeutsame Wirkungen sind auszuschließen.

Für die **sonstigen Standorte** sind folgende Wettbewerbswirkungen zu erwarten: Durch die 11 Lebensmitteldiscounter wird im Bereich Nahversorgung ein Umsatz von etwa 30,4 Mio. EUR und bei Drogeriewaren von rund 3,8 Mio. EUR erwirtschaftet. Die Umsatzumverteilungen betragen rund 0,6 Mio. EUR (ca. 2,0 %) bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie ca. 0,3 Mio. EUR (ca. 7,9 %) bei Drogeriewaren.

Selbst diese vollständige Konzentration der Umsatzumverteilungen auf die 11 Lebensmitteldiscounter, die nicht zu Lasten der vorherigen zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte angesetzt wurde, führt im Ergebnis nicht zu städtebaulichen Auswirkungen im Sinne einer Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgungsstruktur. Diese wären dann zu erwarten, wenn ein Lebensmitteldiscounter aus dem Markt gedrängt würde, der für die wohnungnahe Versorgung eines bestimmten Einzugsgebiets wesentlich ist. Diese Folgewirkung ist auszuschließen; es sind vielmehr die Lebensmitteldiscounter von Umsatzumverteilungen betroffen, für die schon heute eine dichte räumliche Wettbewerbssituation anzunehmen ist.



### 5.3 Wirkungen in den zentrenrelevanten Sortimenten

Die geplanten Ansiedlungen von zwei Bekleidungsfachmärkten (voraussichtlich TK Maxx und Mister & Lady Jeans), eines Schuhfachmarkts (Siemes Schuh), eines Sportfachmarkts (Decathlon) sowie eines Babyfachmarkts (BabyOne) wird wettbewerbliche Wirkungen in den zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung, Sportbekleidung/Sportschuhe, Schuhe/Lederwaren/Taschen/Koffer, Camping/-zubehör, Fahrräder/-zubehör, Sportartikel und Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel/Bilder/-rahmen hervorrufen, die im Folgenden standortbezogen erläutert und in Bezug auf mögliche städtebauliche Auswirkungen bewertet werden.

Nicht in die Betrachtung eingestellt werden die Wettbewerbswirkungen in den Sortimenten Bettwäsche/Heimtextilien, Spielwaren, Pharmazeutika/Reformwaren und Bettwaren/Matratzen. Durch das Planvorhaben wird hier nur eine geringe Verkaufsfächenerweiterung geplant und eine entsprechende Umsatzerwartung generiert. Bei der Prognose der Umsatzumverteilungen müssten Beträge von weniger als 50.000 EUR dargestellt werden. Diese Darstellung wäre aus Sicht der Gutachter nicht belastbar. Zudem sind städtebauliche Auswirkungen definitiv auszuschließen.

#### 5.3.1 Wirkungen im Sortiment Bekleidung

Für das Sortiment **Bekleidung** wird eine Umsatzerwartung des Planvorhabens von rund 2,6 Mio. EUR in die Untersuchung eingestellt, davon werden maximal 2,5 Mio. EUR gegenüber Standorten in der Landeshauptstadt Erfurt umverteilt.

Die intensivsten Wirkungen werden mit rund 2,0 Mio. EUR Umverteilung (ca. 1,7 %) in der Erfurter

Altstadt erwartet. Es ist zu prognostizieren, dass dabei insbesondere Fachmärkte betroffen sind, die mit den Betrieben TK Maxx und Mister & Lady Jeans vergleichbar sind. TK Maxx ist bereits mit einer Filiale in der Innenstadt ansässig und betreibt ein Outlet-Konzept von Markenprodukten (teilweise hochwertig), das kaum mit anderen Betrieben vergleichbar ist. So ist durch die betreibergleiche Ansiedlung am Standort T.E.C. eine starke Wettbewerbsintensität anzunehmen.

Dagegen ist Mister & Lady Jeans weniger spezialisiert. Das Angebot des Betriebs wird in einer vergleichbaren Weise durch eine Reihe preisorientierter Bekleidungsfachmärkte in der Altstadt präsentiert, die sich tendenziell an ein junges Publikum richten. Die Umsatzumverteilung wird auch für diese Betriebe wirksam.

Des Weiteren wird eine Umsatzumverteilung von ca. 0,3 Mio. EUR am Standort Thüringen Park prognostiziert (ca. 1,2 %). Auch hier ist eine Betroffenheit preisorientierter Fachmärkte zu erwarten, insbesondere des ansässigen Mister & Lady Jeans sowie des Weiteren z. B. für die Betreiber Jeans Fritz, Orsay oder Street One.

In Erfurt befindet sich mit dem Textilkaufhaus Weyrauch sowie weiteren kleineren Betriebseinheiten auch ein projektrelevanter Wettbewerbsbesatz in Streulagen. Vom dortigen Umsatz in Höhe von rund 29,5 Mio. EUR werden bis zu 0,2 Mio. EUR (ca. 0,7 %) umverteilt.

Außerhalb von Erfurt wird eine Umsatzumverteilung von max. 0,1 Mio. EUR erwartet.

**Die Wettbewerbsintensivierung im Sortiment Bekleidung begründet keine städtebaulichen Auswirkungen.**

Tabelle 12: Handelswirtschaftliche Effekte in den zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren

Umsatzherkunft	Bekleidung			Schuhe/Lederwaren		
	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %
ZVB Altstadt	113,3	2,0	1,7	25,7	2,4	9,2
ZVB Ilversgehofen	1,5	/	/	0,1	/	/
SO Thüringen Park	24,2	0,3	1,2	4,2	0,4	9,2
SO EKZ Gothaer Straße	1,0	/	/	0,2	/	/
SO EKZ Leipziger Straße	1,5	/	/	0,0	/	/
SO Globus I	1,3	/	/	0,8	/	/
SO Globus II	0,9	/	/	1,0	/	/
SO Kranichfelder Straße	2,3	/	/	0,2	/	/
Sonstige relevante Anbieter an sonstigen Standorten	29,5	0,2	0,7	8,7	0,5	5,8
<b>Erfurt gesamt</b>	<b>175,6</b>	<b>2,5</b>	<b>1,0</b>	<b>41,1</b>	<b>3,3</b>	<b>8,0</b>
Sonstige Standorte/Versand	/	0,1	/	/	0,2	/
<b>Summe</b>	<b>/</b>	<b>2,6</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>3,5</b>	<b>/</b>

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C., Rundungsdifferenzen möglich

### 5.3.2 Wirkungen im Sortiment Schuhe/Lederwaren

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens ist mit rund 2,4 Mio. EUR zu beziffern.

Prognostiziert wird eine ähnliche Wettbewerbsaus-einandersetzung wie im Sortiment Bekleidung, so-dass nur in der Altstadt (ca. 2,4 Mio. EUR Um-satzumverteilung/rund 9,2 %), im Thüringen Park (ca. 0,4 Mio. EUR/ca. 9,2 %) und an sonstigen Standorten (rund 0,5 Mio. EUR/ca. 5,8 %) beach-tenswerte Umsatzumverteilungen angenommen werden. Die standortbezogene relative Höhe der Umverteilungen macht deutlich, dass der projek-tierte Schuhfachmarkt am Standort T.E.C. höhere Marktanteile in Erfurt erreichen wird als die beiden Textilfachmärkte.

In der Altstadt tritt das Planvorhaben insbesondere in Konkurrenz zu vergleichbaren großen und preis-orientierten Anbietern (z. B. Deichmann, Roland und Reno), abgeschwächt auch zu den eher quali-

tätsorientierten Anbietern wie den Schuhhäusern Zumnorde oder Geier. Die betroffenen Betriebe befinden sich alle im Bereich der Haupteinkaufslage der Altstadt.

Im Thüringen Park sind die Betriebe Deichmann, Roland, Street Shoes und Tamaris die prägenden Wettbewerber, die von den prognostizierten Um-satzumverteilungen betroffen sein werden.

Die Umsatzumverteilung an Standorten außerhalb der betrachteten zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte konzentriert sich ebenfalls auf größere Fachmärkte mit einem vergleichbaren Sor-timent. Dies ist zum Beispiel für zwei Filialen der Fa. Reno an Solitärstandorten anzunehmen.

**In der Altstadt – städtebaulich vor wesentlichen Auswirkungen geschützt – werden Umsatzumver-teilungsquoten von mehr als 9 % prognostiziert, städtebauliche Auswirkungen lassen sich demnach nicht zwingend ausschließen, sodass eine Redukti-on der Verkaufsfläche zu empfehlen wäre.**



### 5.3.3 Wirkungen im Sortiment Sportbekleidung/Sportschuhe

Die Ansiedlung des Decathlon-Sportfachmarkts ist im Sortiment Sportbekleidung/Sportschuhe mit einer Umsatzerwartung von rund 1,0 Mio. EUR verbunden. Ähnlich wie bei den zuvor beschriebenen Sortimenten, konzentrieren sich die Angebote im Bereich Sportbekleidung/Sportschuhe in Erfurt in der Innenstadt und sind darüber hinaus auch im Thüringen Park sowie an sonstigen Standorten vertreten.

In der Altstadt beträgt die Umsatzumverteilung voraussichtlich rund 0,5 Mio. EUR (ca. 5,3 %) und bezieht sich maßgeblich auf die Sportfachmärkte Karstadt Sport und Sport Schwarz.

Die Leistungsfähigkeit, die Lage und die Alleinstellungsmerkmale der beiden Betriebe in der Altstadt begründen die Annahme, dass städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Tabelle 13: Handelswirtschaftliche Effekte in den zentrenrelevanten Sortimenten Sportartikel, Sportbekleidung/-schuhe

Umsatzherkunft	Sportbekleidung/-schuhe			Sportartikel		
	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %
ZVB Altstadt	9,4	0,5	5,3	2,4	0,4	18,0
ZVB Ilversgehofen	0,0	/	/	0	/	/
SO Thüringen Park	1,8	0,1	5,5	0,3	0,1	33,0
SO EKZ Gothaer Straße	0,3	/	/	0,1	/	/
SO EKZ Leipziger Straße	0,0	/	/	0	/	/
SO Globus I	0,2	/	/	0	/	/
SO Globus II	0,3	/	/	0	/	/
SO Kranichfelder Straße	0,0	/	/	0	/	/
Sonstige relevante Anbieter an sonstigen Standorten	2,6	0,2	7,8	0,3	0,1	32,3
<b>Erfurt gesamt</b>	<b>14,65</b>	<b>0,8</b>	<b>5,0</b>	<b>3,2</b>	<b>0,6</b>	<b>20,0</b>
Sonstige Standorte/Versand	/	0,2	/	/	0,5	/
<b>Summe</b>	<b>/</b>	<b>1,0</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>1,1</b>	<b>/</b>

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu geplanten Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C., Rundungsdifferenzen möglich

Gleiches gilt aufgrund des fehlenden städtebaulichen Schutzes grundsätzlich auch für die Betriebe im Thüringen Park (v.a. Intersport) und an sonstigen Standorten (Textilkaufhaus Weyrauch Textilkaufhaus, Aqua Fun). Unabhängig von der fehlenden städtebaulichen Relevanz sind jedoch auch aufgrund der Höhe der Wettbewerbswirkungen – 0,1 Mio. EUR/ca. 5,5 % im Thüringen Park bzw. 0,2 Mio. EUR/ca. 7,8 % an sonstigen Standorten – keine Effekte zu erwarten, die Betriebsschließungen begründen könnten.

### Städtebauliche Auswirkungen im Sortiment Sportbekleidung/Sportschuhe sind auszuschließen.

### 5.3.4 Wirkungen in den Sortimenten Sportartikel, Campingartikel und Fahrräder

Ebenso durch den Decathlon-Sportfachmarkt projiziert werden die zentrenrelevanten Sortimente Sportartikel, Campingartikel sowie Fahrräder und Zubehör. Die Wettbewerbsbeschreibung in Erfurt sowie die Modellrechnung zur sortimentspezifischen

schen Zentralität für das gesamte Segment Sport (inkl. der nicht zentrenrelevanten Sportgroßgeräte) zeigt Angebotsdefizite in Erfurt auf. Entsprechend unterscheiden sich auch die projektierten Umsatzumverteilungen.

Bei Sportartikeln steht der Vorhabenumsatz von rund 1,1 Mio. in einem Verhältnis von ca. 34 % zum derzeit in Erfurt mit Sportartikeln generierten Umsatz (ca. 3,2 Mio.). Die Umsatzumverteilung in der Altstadt beträgt voraussichtlich maximal 0,4 Mio. EUR (ca. 18 %). Damit werden Größenordnungen erreicht, die prinzipiell eine Reaktion der Wettbewerber nicht ausschließen lassen. Bei genauerer Betrachtung der Wettbewerbsbetriebe jedoch werden städtebauliche Auswirkungen nicht erwartet. Es sind insbesondere die großen Sportfachmärkte betroffen, die Sportartikel im Verhältnis zu Sportbekleidung nur untergeordnet anbieten. Sie wären ggf. in der Lage, auch durch Anpassung des Sortimentskonzepts auf die verschärfte Wettbewerbssituation zu reagieren.

Umsatzumverteilungen von jeweils 0,1 (jeweils rund 33 %) sind zudem zu Lasten des Sonderstandorts Thüringen Park und der sonstigen Standorte in Erfurt zu erwarten. Selbst Marktaustritte wären ausschließlich Folgen wettbewerblicher Art ohne städtebauliche Relevanz.

Darüber hinaus wird eine Umsatzumverteilung von bis zu 0,5 Mio. EUR für sonstige Standorte außerhalb der Landeshauptstadt Erfurt angenommen, die auch intensiv aus der Rückholung bislang abfließender Kaufkraft resultieren. Die Umverteilungen in Höhe von 0,5 Mio. werden insbesondere gegenüber den leistungstärkeren Mittelzentren Mittelthüringens (Weimar, Gotha), dem Online-Handel und den nächstgelegenen Decathlon-Sportfachmärkten wirksam (z. B. Chemnitz). Nur die Umsatzumverteilungen in Gotha und Weimar könnten eine städtebauliche Relevanz erreichen, wenn eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche begründet wird. Diese negativen Beeinträchtigungen sind auszuschließen. Die Beschreibung der sortimentspezifischen Wettbewerbssituation in Weimar und Gotha macht deutlich, dass die möglicherweise von Umsatzumverteilungen betroffenen

Betriebe sich auf mehrere Standorte aufteilen, die sich teilweise außerhalb städtebaurechtlich geschützter Standortlagen befinden.

Im Sortiment Campingartikel beträgt der Planumsatz rund 1,9 Mio. EUR, während in Erfurt derzeit nur ein sortimentspezifischer Umsatz von rund 0,5 Mio. EUR generiert wird.

Eine prognostizierte Umsatzumverteilung von rund 0,1 Mio. EUR in der Altstadt (ca. 19,1 %) wird möglicherweise Auswirkungen für einen/wenige Betriebe mit einem Angebot bei Campingartikeln haben, jedoch ist auszuschließen, dass die Funktionsfähigkeit des Hauptzentrums negativ beeinflusst wird. Die funktionsschwächende Wirkung bezieht sich auf den zu erwartenden Verlust an Angebotsvielfalt. Es ist jedoch nicht zu erwarten, dass Magnetbetriebe mit Frequenzeffekten für umgebende Einzelhandelsbetriebe, welche auch die Stabilität von Einzelhandelslagen sichern, betroffen sind. Von städtebaulichen Wirkungen ist somit nicht auszugehen.

Ca. 1,8 Mio. EUR Umsatz mit Campingartikeln werden somit an Einzelhandelsstandorten außerhalb Erfurts umverteilt.

Durch die Darstellung des Vorhabenumsatzes und der Umverteilungswirkungen wird das spezifische Konzept des Decathlon-Sportfachmarkts deutlich. Es werden auch hochspezialisierte Sortimente angeboten, die nicht in jeder Innenstadt vorgehalten werden, sondern oft regional durch wenige bekannte Fachhändler präsentiert oder in hohem Maße durch den Online-Handel vertrieben werden.

Des Weiteren wird ein Umsatz von rund 1,7 Mio. EUR mit Fahrrädern von Decathlon projektiert. Hiervon werden rund 0,2 Mio. EUR voraussichtlich gegenüber Anbietern im zentralen Versorgungsbereich Altstadt umverteilt (ca. 15,3 %). Bei den Umsatzumverteilungen gegenüber der Altstadt ist anzumerken, dass sich auch im Umfeld des zentralen Versorgungsbereichs Fachgeschäfte befinden. Zumindest eines davon wird bei der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts voraussichtlich zukünftig in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs einbezogen.





Tabelle 14: Handelswirtschaftliche Effekte in den zentrenrelevanten Sortimenten Fahrräder und Zubehör, Campingartikel

Umsatzherkunft	Fahrräder und Zubehör			Campingartikel		
	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %
ZVB Altstadt	1,3	0,2	15,3	0,4	0,1	19,1
ZVB Ilversgehofen	0,3	/	/	0,0	/	/
SO Thüringen Park	0,9	0,1	11,2	0,0	/	/
SO EKZ Gothaer Straße	0,2	/	/	0,0	/	/
SO EKZ Leipziger Straße	0,0	/	/	0,0	/	/
SO Globus I	0,0	/	/	0,0	/	/
SO Globus II	0,0	/	/	0,0	/	/
SO Kranichfelder Straße	0,1	/	/	0,0	/	/
Sonstige relevante Anbieter an sonstigen Standorten	8,1	0,9	11,1	0,1	/	/
<b>Erfurt gesamt</b>	<b>11,0</b>	<b>1,2</b>	<b>10,9</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>14,0</b>
Sonstige Standorte/Versand	/	0,5	/	/	1,8	/
<b>Summe</b>	<b>/</b>	<b>1,7</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>1,9</b>	<b>/</b>

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu geplanten Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C., Rundungsdifferenzen möglich

Auch im Thüringen Park ist ein Fahrradfachmarkt ansässig, der voraussichtlich durch Umsatzumverteilungen bis zu 0,1 Mio. EUR (ca. 11,2 %) betroffen sein wird. Die höchste stadtinterne Umsatzumverteilung findet jedoch an sonstigen Standorten in Erfurt statt, an denen drei leistungsstarke Fahrradfachmärkte vertreten sind. Eine Umsatzumverteilung von rund 0,9 Mio. beschreibt anteilig einen Rückgang von etwa 11,1 % des derzeitigen Umsatzes. Wie bei den zuvor genannten „Sport-Sortimenten“ wird auch bei Fahrrädern und Zubehör ein relevanter Anteil des Vorhabenumsatzes gegenüber Standorten außerhalb des Erfurter Stadtgebiets umverteilt (ca. 0,5 Mio. EUR).

Bei der städtebaulichen Bewertung der Umsatzumverteilungen in den Sortimenten Sportartikel, Campingartikel und Fahrräder und Zubehör darf inhaltlich bereits auf die Ausführungen zu den Sportgroß-

geräten (bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten) vorgegriffen werden.

Aufgrund der Bestandssituation in Erfurt und im Umfeld konnten belastbare Umsatzumverteilungen nur für die Sortimente Sportartikel sowie Fahrräder und Zubehör ermittelt werden. Die prognostizierten Umsatzumverteilungen führen nicht zu dem Ergebnis, dass ein Umschlagen in städtebauliche Auswirkungen erwartet wird. Diese wären dann anzunehmen, wenn beispielsweise Magnetbetriebe gefährdet würden, die funktionsprägend für die Altstadt sind. Auch nicht anzunehmen sind Effekte, die ein „Trading-down“ von Randlagen der Erfurter Altstadt beeinflussen. Vielmehr zeigt die schwache Ausstattung im Segment Sport ein Angebotsdefizit in Erfurt auf. Diese Potenziale könnten in der Erfurter Altstadt gebündelt werden und würden einerseits eine positive Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt innerhalb des Erfurter Zen-

trennsystems unterstützen sowie andererseits auch zu einer Stabilisierung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Gesamtstadt Erfurt beitragen.

Aus Gutachtersicht wird die Ansiedlung eines Decathlon-Sportfachmarkts in der Landeshauptstadt Erfurt ausschließlich in der Erfurter Altstadt empfohlen, um der Entstehung von Ungleichgewichten der Versorgungsfunktion einzelner Standorte außerhalb der Altstadt mit zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. T.E.C.) entgegenzuwirken und die Entwicklungsmöglichkeiten des Erfurter Hauptzentrums nicht zu beeinträchtigen. Ein perspektivisches Nebeneinander zweier Märkte mit dem Sortimentskonzept und der Dimensionierung von Decathlon dürfte im Übrigen aufgrund der begrenzten Kaufkraft ausgeschlossen sein, da sich maximal ein weiterer Anbieter betriebswirtschaftlich rechnen dürfte. Damit bestünden weder Marktpotenziale für ein diversifiziertes Angebot mit kleineren Anbietern, z. B. Fachangebote für Randsportarten noch für die Aufnahme von Teilen eines Breitensportangebots in Fachabteilungen von Kaufhäusern oder sonstigen Betriebskonzepten mit gemischtem Sortiment.

**Vor dem Hintergrund des § 1 (6) BauGB, wonach bei der Aufstellung von Bauleitplänen auch die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche Berücksichtigung finden muss, wird die Ansiedlung eines Decathlon-Sportfachmarkts am Standort T.E.C. nicht empfohlen.**

### 5.3.5 Wirkungen im Sortiment Haushaltswaren, GPK, Geschenke

Rund 0,7 Mio. EUR Umsatz werden am Standort T.E.C. im Sortiment Haushaltswaren, GPK, Geschenke projiziert. Diese beziehen sich auf die Randsortimentsverkaufsflächen der Fachmärkte TK Maxx und BabyOne.

Zwar kommt die Wettbewerbsbeschreibung zu dem Ergebnis, dass ein Großteil der sortimentsbezogenen Erfurter Umsätze an Standorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche generiert wird, unter Berücksichtigung des ungünstigsten Falls für die Altstadt wird jedoch ein Großteil der Umsatzumverteilung in der Erfurter Altstadt (rund 0,6 Mio. EUR/3,6 %) angenommen. Etwa 0,1 Mio. EUR werden darüber hinaus gegenüber den sonstigen Einzelhandelsstandorten in Erfurt (z. B. Höffner und IKEA) wirksam.

**Städtebauliche Wirkungen werden für das Sortiment Haushaltswaren, GPK, Geschenke ausgeschlossen.** Die Wettbewerbsauseinandersetzung mit zentralen Versorgungsbereichen konzentriert sich auf die Altstadt. Es ist auszuschließen, dass das Planvorhaben Marktaustritte betroffener Betriebe begründen wird.

Tabelle 15: Handelswirtschaftliche Effekte im zentrenrelevanten Sortiment Haushaltswaren/GPK/Geschenke etc.

Umsatzherkunft	Haushaltswaren/GPK/Geschenke etc.		
	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %
ZVB Altstadt	17,9	0,6	3,6
ZVB Ilversgehofen	0,8	/	/
SO Thüringen Park	1,3	/	/
SO EKZ Gothaer Straße	1,6	/	/
SO EKZ Leipziger Straße	0,4	/	/
SO Globus I	1,5	/	/
SO Globus II	1,2	/	/
SO Kranichfelder Straße	0,9	/	/
Sonstige relevante Anbieter an sonstigen Standorten	43,8	0,1	0,2
<b>Erfurt gesamt</b>	<b>69,4</b>	<b>0,7</b>	<b>1,0</b>
Sonstige Standorte/Versand	/	/	/
<b>Summe</b>	<b>/</b>	<b>0,7</b>	<b>/</b>

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu geplanten Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C., Rundungsdifferenzen möglich



#### 5.4 Wirkungen in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass die prognostizierten Umsatzumverteilungen in den Sortimenten Sportgroßgeräte (ca. 2,3 Mio. Umsatzerwartung von Decathlon), Kinderwagen (ca. 0,8 Mio. Umsatzerwartung von BabyOne) und Möbeln (ca. 0,5 Mio. EUR Umsatzerwartung von BabyOne und TK Maxx) schon nach der Definition der nicht zentrenrelevanten Sortimente nicht in städtebauliche Auswirkungen umschlagen könnten. Für diese Sortimente wird in Erfurt keine zentrenprägende Funktion angenommen.

Unabhängig davon beziehen sich die tatsächlich angenommenen Umsatzumverteilungen aber auch nur teilweise auf zentrale Versorgungsbereiche.

Für das Sortiment Sportgroßgeräte wurde die Bewertung bei der Darstellung der übrigen Decathlon-Sortimente bereits teilweise vorweggenommen. Eine Umsatzerwartung von rund 2,3 Mio. EUR beschreibt ungefähr das 5,8-fache des derzeitigen Sortimentsumsatzes in Erfurt von rund 0,4 Mio. EUR. Auch in den Mittelzentren des Umlands sind zwar klassische Sportfachmärkte (Intersport, Sport

2000) ansässig, diese bieten aber keine oder nur geringfügig Sportgroßgeräte an. Insofern kann eine belastbare Berechnung der Umsatzumverteilungseffekte nicht dargestellt werden, weil kaum wettbewerbsrelevanter Einzelhandelsbesatz innerhalb der Region verortet ist. Diesbezüglich wurde bereits auf das Alleinstellungsmerkmal des Betriebskonzepts Decathlon hingewiesen.

Orientiert an der Bewertung der Umsatzumverteilungen in den übrigen Sortimenten des Segments „Sport“ ist festzustellen, dass die Ansiedlung von Decathlon erheblich zur Bindung von Erfurter Kaufkraft im Sortiment Sportgroßgeräte beitragen und ein Angebotsdefizit ausgleichen würde. **Für das Sortiment Sportgroßgeräte käme dafür grundsätzlich auch ein Standort außerhalb der Altstadt in Betracht (Sortiment ist nicht zentrenrelevant, teilweise sperrige/für den Transport mit einem Pkw vorgesehene Produkte). Für das Gesamtvorhaben Decathlon-Sportfachmarkt dagegen wird eine Ansiedlung am Standort T.E.C. nicht empfohlen, um die Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt nicht zu beeinträchtigen (i. S. d. § 1 Abs. 6 BauGB).**

Tabelle 16: Handelswirtschaftliche Effekte im nicht zentrenrelevanten Sortiment Sportgroßgeräte

Umsatzherkunft	Sportgroßgeräte		
	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %
ZVB Altstadt	0,4	/	/
ZVB Ilversgehofen	0,0	/	/
SO Thüringen Park	0,0	/	/
SO EKZ Gothaer Straße	0,0	/	/
SO EKZ Leipziger Straße	0,0	/	/
SO Globus I	0,0	/	/
SO Globus II	0,0	/	/
SO Kranichfelder Straße	0,0	/	/
Sonstige relevante Anbieter an sonstigen Standorten	0,0	/	/
<b>Erfurt gesamt</b>	0,4	/	/
Sonstige Standorte/Versand	/	/	/
<b>Summe</b>	/	<b>2,3</b>	/

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu geplanten Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C., Rundungsdifferenzen möglich

In Anbetracht einer absoluten Umsatzleistung von rund 1,0 Mio. EUR im Sortiment Kinderwagen in Erfurt, wird die Umsatzumverteilung in Höhe von 0,8 Mio. EUR zu einem Großteil gegenüber Standorten außerhalb der Landeshauptstadt Erfurt ange-  
setzt (ca. 0,5 Mio. EUR).

In der Landeshauptstadt Erfurt sind insbesondere zwei Baby-/ Spielwarenfachmärkte im zentralen Versorgungsbereich Altstadt von Umsatzumverteilungen betroffen, die sich an Standorten in Randlage des Haupteinkaufsbereichs (F1 Fachmarktzentrum/Hirschlachufer) befinden.

Für beide Betriebe wird eine intensive Erhöhung des Wettbewerbsdrucks durch die Ansiedlung des Babyfachmarkt BabyOne erwartet (ca. 0,2 Mio. EUR/rund 35,4 %). **Städtebauliche Auswirkungen jedoch sind durch die Einordnung als nicht zentrenrelevantes Sortiment ausgeschlossen.**

**Die Umsatzerwartung im Sortiment Möbel von rund 0,5 Mio. EUR führt standortbezogen weder zu wettbewerblichen Effekten, die beispielsweise einen Marktaustritt begründen, noch sind städtebauliche Auswirkungen möglich.**

Tabelle 17: Handelswirtschaftliche Effekte in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten Möbel, Kinderwagen

Umsatzherkunft	Möbel			Kinderwagen		
	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in Mio. EUR	Umsatzverlagerung in %
ZVB Altstadt	1,1	0,1	9,3	0,6	0,2	35,4
ZVB Ilversgehofen	0,6	/	/	0,1	/	/
SO Thüringen Park	0,0	/	/	0,0	/	/
SO EKZ Gothaer Straße	2,2	/	/	0,0	/	/
SO EKZ Leipziger Straße	0,0	/	/	0,0	/	/
SO Globus I	0,0	/	/	0,0	/	/
SO Globus II	0,0	/	/	0,0	/	/
SO Kranichfelder Straße	0,0	/	/	0,0	/	/
Sonstige relevante Anbieter an sonstigen Standorten	90,7	0,4	0,4	0,3	0,1	32,9
<b>Erfurt gesamt</b>	<b>94,6</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>0,3</b>	<b>31,0</b>
Sonstige Standorte/ Versand	/	/	/	/	0,5	/
<b>Summe</b>	<b>/</b>	<b>0,5</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>0,8</b>	<b>/</b>

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 auf Basis der Angaben zu geplanten Verkaufsflächen der MEC für den Standort T.E.C., Rundungsdifferenzen möglich

### 5.5 Zusammenfassende Bewertung

Im Hinblick auf mögliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen des Planvorhabens auf bestehende, projektrelevante Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsgebiet ist zusammenfassend festzuhalten, dass sich die Wettbewerbsauseinandersetzung des Planvorhabens im Wesentlichen auf die Erfurter Altstadt konzentrieren wird.

Weder für die Erfurter Altstadt noch für weitere städtebaurechtlich schützenswerte Standorte werden Beeinträchtigungen erwartet, die aus einem

Umschlagen handelswirtschaftlicher Effekte in städtebauliche Auswirkungen resultieren. Eine Ausnahme bildet das Sortiment Schuhe, sodass eine Verringerung der Verkaufsfläche anzuraten ist.

Vielmehr kommen die Berechnungen zu dem Ergebnis, dass mit der Ansiedlung eines Decathlon-Sportfachmarkts die Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt eine Beeinträchtigung erfahren, die es gemäß i. S. d. § 1 Abs. 6 BauGB bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu vermeiden gilt.



## 6 Vereinbarkeit mit übergeordneten Vorgaben

Die Bewertung des Planvorhabens erfolgt gemäß den im zweiten Kapitel erläuterten Vorgaben der Raumordnung (Bundes-, Landes- und Regionalplanung) sowie anhand der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt enthaltenen Ziele der Einzelhandelsentwicklung.

### 6.1 Bundesrechtliche Vorgaben

Das in Rede stehende Planvorhaben ist planungsrechtlich als Einkaufszentrum zu beurteilen. Das Bundesverwaltungsgericht hat diesbezüglich mit Beschluss vom 12. Juli 2007 (4 B 29.07) festgestellt, dass von einem Einkaufszentrum auszugehen ist, wenn verschiedene Betriebstypen und -größen des Einzelhandels räumlich konzentriert werden und aus Kundensicht als aufeinander bezogen sowie räumlich-konzeptionell und kooperativ miteinander verbunden erscheinen.

Städtebauliche Auswirkungen können dann eintreten, wenn innerhalb zentraler Versorgungsbereiche jene bestehenden Einzelhandelsbetriebe durch die vom Planvorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gefährdet würden, die für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs von Bedeutung sind.

Als Erheblichkeitsschwelle einer Umsatzumverteilung, die auf negative städtebauliche Auswirkungen hinweist, wird oftmals eine Umverteilung von 10 % des projektrelevanten Umsatzes in einem zentralen Versorgungsbereich angenommen. In der Rechtsprechung wird jedoch darauf verwiesen, dass für die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Vorhaben stets auch die spezifischen Gegebenheiten eines zentralen Versorgungsbereichs und die wirtschaftliche Stabilität der Anbieter maßgeblich sind (OVG Münster 10 D 148/04.NE vom 28. Dezember 2005).

In der Folge ist davon auszugehen, dass auch bei Unterschreitung einer Umsatzumverteilungsquote von 10 % je nach Ausgangssituation negative städtebauliche Auswirkungen induziert werden können. Mit der gleichen Argumentation kann postuliert werden, dass auch Umsatzumverteilungen von

mehr als 10 % nicht zwangsläufig zu diesen mehr als unwesentlichen Auswirkungen führen müssen. Dementsprechend wird auch die Spannweite möglicher Schwellenwerte zwischen 10 % und 30 % in der Rechtsprechung diskutiert.

In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass Umsatzumverteilungen, die nach gutachterlicher Prognose standortbezogen weniger als 0,1 Mio. EUR betragen, nicht ausgewiesen werden müssen. Sie liegen unterhalb der Nachweisbarkeitschwelle hinreichend genauer Umsatzumverteilungs-Prognosen auf Grundlage modellhafter Berechnungsmethoden. Das wird durch ein Urteil des OVG Nordrhein-Westfalen vom 30. September 2009 bestätigt (Aktenzeichen 10 A 1676/08).

Für das Einkaufs-/Fachmarktzentrum T.E.C. ist zudem zu berücksichtigen, dass es sich nicht um eine Ansiedlung, sondern eine Umnutzung des bestehenden Einkaufs-/Fachmarktzentrums handelt. Das OVG Nordrhein-Westfalen (mit Urteil vom 6. November 2008, Az. 10 A 1417/07) sowie in Bestätigung dessen das BVerwG (mit Urteil vom 17. Februar 2009, Az. 4 B 4.09) haben sich dahingehend geäußert, dass zwar die „Vorbelastung“ bzw. „Vorschädigung“ der Bestandsstruktur in die Bewertung städtebaulicher Auswirkungen einfließen muss, dass jedoch in Bezug auf das zu erweiternde Planvorhaben lediglich die Umsatzsteigerung bzw. -umlenkungen relevant sind, d. h. es kann nur der Umsatzzuwachs nach Planvorhabenrealisierung in die Berechnung der handelswirtschaftlichen Effekte einbezogen werden. Die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen berücksichtigt durch die Prüfung einer Vorschädigung auch die Ausgangssituation.

Bei der Aufstellung von Bauleitplänen sind gem. § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Die Prüfung der Verträglichkeit des Planvorhabens kommt zu dem Ergebnis, dass ein Umschlagen handelswirtschaftlicher Effekte in städtebauliche Auswirkungen innerhalb zentraler Versorgungsbereiche nicht erwartet wird, mit Ausnahme des Sortiments Schuhe im Hauptzentrum Altstadt.

Zudem wird eine Beeinträchtigung der Entwicklungschancen des Erfurter Hauptzentrums Altstadt im Falle einer Ansiedlung des Sportfachmarkts der Firma Decathlon angenommen.

## 6.2 Landesentwicklungsprogramm Thüringen

Das Landesentwicklungsprogramm (kurz: LEP) Thüringen 2025 ist im Juli 2014 in Kraft getreten und gibt verbindliche Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Bundesland Thüringen. Als Einzelhandelsgroßprojekte werden Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher im Sinne des § 11 BauNVO verstanden. Dazu werden auch Agglomerationsstandorte gezählt.

Grundsätzliche Leitvorstellungen der Entwicklung von Einzelhandelsgroßprojekten im Rahmen der Landesplanung sind

- die gewachsenen Versorgungsstrukturen, insbesondere in den Innenstädten, nachhaltig zu stärken und zu einer insgesamt ausgewogenen und wettbewerbsgerechten Handelsstruktur beizutragen,
- für alle Bevölkerungsgruppen die Erreichbarkeit von Einrichtungen und Angeboten der Grundversorgung angemessen zu gewährleisten. Dabei sei darauf zu achten, dass bei der Standortwahl von Einzelhandelsgroßprojekten eine den Mobilitätsmöglichkeiten und Versorgungsanforderungen aller Bevölkerungsgruppen angepasste verkehrliche Erschließung, insbesondere mit dem ÖPNV, erreicht wird.

Die im LEP aufgestellten Ziele (raumordnerisch bindend) und Grundsätze (im Rahmen der kommunalen Abwägung zu überwinden) unterscheiden Einzelhandelsplanungen mit grundversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Innerhalb des LEP wird jedoch keine Sortimentsliste für eine Zuordnung vorgeschlagen, da eine verbindliche Vorgabe auf Ebene der Landesplanung eine Berücksichtigung ortsspezifischer Besonderheiten sowie eine zeitnahe und flexible Anpassung an geänderte Rahmenbedingungen nicht gewährleisten kann.

Vornehmliche Grundlage für den Umgang mit Einzelhandelsgroßprojekten sind die zentralörtliche Einstufung der Plankommune sowie ihre daraus

resultierende versorgungsfunktionelle Bedeutung. Die Landeshauptstadt Erfurt als eines von drei Oberzentren des Freistaats Thüringen soll die Funktionen der Daseinsvorsorge mit landesweiter Bedeutung konzentrieren. Zu diesen Funktionen zählen auch zentrale Einzelhandelsfunktionen (**2.2.5. Zi. V. m. 2.2.6 G**) mit Gütern des hochwertigen, hier insbesondere gemeint: längerfristigen Bedarfs und erweitertem Einzugsbereich mit überörtlicher Ausstrahlungskraft.

Vier Grundsätze und Ziele, die sich aus den genannten übergeordneten Leitvorstellungen der Entwicklung von Einzelhandelsgroßprojekten ableiten lassen, formulieren die vornehmlichen Erfordernisse der Raumordnung für den Umgang mit Einzelhandelsgroßprojekten. Sie können wie folgt zusammengefasst und kommentiert werden:

**2.6.1 Z Konzentrationsgebot:** Mit dem Konzentrationsgebot sollen Einzelhandelsgroßprojekte nur in Zentralen Orten höherer Stufe zulässig sein. Dies soll der Sicherung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungssystems dienen. Da das Planvorhaben innerhalb des Oberzentrums Landeshauptstadt Erfurt geplant ist, ist die **Kompatibilität mit Ziel 1 gegeben**.

**2.6.2 G Kongruenzgebot:** Einzelhandelsgroßprojekte sollen sich maßstäblich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und dürfen keine Beeinträchtigung ausgeglichener Versorgungsstrukturen begründen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen daher im Rahmen des Kongruenzgebots so im Umfang ihrer Verkaufsfläche und ihres Warensortiments konzipiert werden, dass sie der Versorgungsfunktion und dem Einzugsbereich der jeweiligen Zentralitätsstufe des Zentralen Orts entsprechen. Dem Oberzentrum Erfurt wird diesbezüglich ein mittelzentraler Funktionsraum zugeordnet. Um die Vereinbarkeit mit dem Kongruenzgebot zu prüfen, ist das Gesamtvorhaben in den Blick zu rücken, nicht nur eine Erweiterungsfläche. Bei einer projektrelevanten Kaufkraft der Einwohner der Landeshauptstadt Erfurt in Höhe von ca. 711,7 Mio. EUR, ist auszuschließen, dass der Umsatz mit den perspektivisch vorgesehenen Einzelhandelsnutzungen diesen Betrag überschreitet. Gleiches gilt dementsprechend bei einer Berücksichtigung der projektrelevanten Kaufkraft innerhalb des mittelzentra-





len Funktionsraums. **Das Planvorhaben entspricht daher dem Kongruenzgebot im Grundsatz 2.6.2**

**2.6.3. G Beeinträchtigerungsverbot:** Im Sinne des Beeinträchtigerungsverbots dürfen keine wesentlichen Beeinträchtigungen der verbrauchernahen Versorgung und der Funktionsfähigkeit anderer Orte durch Einzelhandelsgroßprojekte entstehen. Dargestellt wurde, dass die Entwicklungsmöglichkeiten des Erfurter Hauptzentrums Altstadt im Sportsegment durch die Ansiedlung eines Decathlon-Sportfachmarkts am Standort T.E.C. beeinträchtigt würden. Damit geht auch eine Beeinträchtigung der funktionalen Bedeutung der Altstadt einher. **Das Planvorhaben ist daher mit dem Beeinträchtigungsverbot nicht vollumfänglich kompatibel.**

**2.6.1 G Integrationsgebot:** Einzelhandelsgroßprojekte mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer angemessenen ÖPNV-Anbindung erfolgen. Eine städtebauliche integrierte Lage zeichnet sich aus durch einen baulich verdichteten Siedlungszusammenhang bzw. eine räumliche und funktionale Zuordnung zum jeweiligen Siedlungsschwerpunkt (Stadtzentrum, Nebenzentrum, Ortszentrum) sowie weiterhin dadurch, dass sie Teil eines planerischen Gesamtkonzepts ist (bspw. als zentraler Versorgungsbereich). Beim Planstandort handelt es sich um einen im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt ausgewiesenen Sonderstandort, für den ein Ausbau zentrenrelevanter Sortimente nicht empfohlen wird. Damit steht das **Planvorhaben nicht im Einklang mit dem Integrationsgebot**, das die zentrenrelevanten Sortimente auf integrierte Standortlagen zu lenken versucht.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die landesplanerischen Ziele und Grundsätze nur in Teilen durch das Planvorhaben erfüllt werden. Diskussionswürdig sind insbesondere das Beeinträchtigungs- und das Integrationsgebot. Da es sich bei den strittigen Punkten um Grundsätze der Landesplanung handelt, lassen sich diese im Rahmen der kommunalen Abwägung durch die Einbeziehung weiterer Argumente ggf. überwinden.

### 6.3 Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen

Die Bewertung des Planvorhabens im Hinblick auf das REHK Mittelthüringen erfolgt anhand der in 6.2. genannten und hier vorhabenrelevanten Zielsetzungen. Diese orientieren sich weitestgehend an den im LEP formulierten Grundsätzen und Zielen:

**Zielsetzung 1:** Zur Sicherstellung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit ist ein regional abgestimmtes und einheitliches Handeln bei Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit überörtlicher Ausstrahlung erforderlich. Diese Ausstrahlung wird zumindest für den Decathlon-Sportfachmarkt angenommen, sodass von einer interkommunalen Abstimmung auszugehen ist, sollte die Landeshauptstadt Erfurt eine entsprechende Bauleitplanung zur Zulässigkeit des Vorhabens initiieren wollen.

**Zielsetzung 2:** Zum Erhalt/zur Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsstrukturen soll auf das Zentrale-Orte-System, wie es im Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 und im Regionalplan Mittelthüringen enthalten ist, abgestellt werden (siehe LEP 2.2.5. Zi. V. m. 2.2.6 G, Konzentrationsgebot).

**Zielsetzung 3:** Zum Erhalt/zur Stärkung der Versorgungsfunktion und -vielfalt der Innenstädte und sonstigen Zentren sind großflächige Planvorhaben mit zentrenrelevantem Kernsortiment unter Beachtung einer standortgerechten Dimensionierung in die Zentren zu lenken (siehe LEP 2.6.1 G: Integrationsgebot).

**Zielsetzung 4:** Zur Erhaltung/zur Stärkung der wohnungs-/verbrauchernahen Grund-/Nahversorgung ist darauf zu achten, dass sich die Einzugsgebiete der Grundversorgungsangebote zentraler und nicht zentraler Orte (Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren) nicht überschneiden. Auf diese Weise soll in besonderem Maße einer standortgerechten Dimensionierung bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen – unter Berücksichtigung der jeweiligen kommunalen Versorgungsfunktion/-aufgabe – Rechnung getragen werden.

**Zielsetzung 7:** Eine Gewährleistung der Planungs- und Investitionssicherheit soll durch die räumliche Lenkung zentrenrelevanter Sortimente an definierte

Standorte mittels eines verbindlichen Einzelhandelskonzepts und dessen konsequenter Umsetzung erreicht werden.

In Bezug auf die Zielsetzungen des REHK ist festzustellen, dass eine **Übereinstimmung des Vorhabens mit den Zielsetzungen 3 und 7 nicht zu erkennen** ist. Ebenso wie das Integrationsgebot des LEP zielt Zielsetzung 3 auf den Erhaltung und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche ab, insbesondere der Innenstädte. Durch das Vorhaben werden jedoch die Entwicklungsmöglichkeiten der Altstadt

beeinträchtigt. Des Weiteren würden den Empfehlungen des Einzelhandelskonzepts zur räumlichen Steuerung zentrenrelevanter Sortimente (u. a. nicht am Standort T.E.C. vorgesehen) nicht gefolgt (Zielsetzung 7).

Darüber hinaus kann auf Basis einer „Matrix“ zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung ein Planvorhaben in der Region Mittelthüringen in Bezug auf die Kompatibilität mit den raumordnerischen Vorgaben sowie dem Zielsystem des REHK überprüft werden.

Abbildung 9: Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung aus dem REHK (Ausschnitt)

Zentrenrelev.	nahversorgungsrelevante Sortimente			sonstige zentrenrelevante Sortimente			nicht zentrenrel. Sortimente		
	Standorttyp	Nachbarschaftsladen	nicht großflächig	großflächig	Laden (5 4 BauNVO)	nicht großflächig	großflächig	nicht großflächig	großflächig
nicht integrierter, EH-geprägter Standort		keine Flächenerweiterung/ ausnahmsweise zentrenrelevante Randsortimente		nur Modifizierung im Bestand (bis zu 10% der Gesamtverkaufsfläche, max. 800 qm)					Inuz OZ/ MZ

■ OZ = Oberzentrum; MZ = Mittelzentrum; GZ = Grundzentrum; OrtZ = Ortszentrum nichtzentrale Orte; IS = Innenstadt; EH = Einzelhandel

■ entspricht Zielsystem  
■ dito; ergänzend zu LEP

■ entspricht nicht Zielsystem  
■ dito; ergänzend zu LEP

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept (REHK) für die Region Mittelthüringen 2014 (Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung)

Es wird deutlich, dass Einzelhandelsvorhaben an nicht integrierten, bereits von Einzelhandel geprägten Standorten nur dann regional abstimbar sind, wenn sie nicht zentrenrelevante Sortimente betreffen und bei Großflächigkeit in Oberzentren bzw. Mittelzentren geplant sind. **Das Planvorhaben ist entsprechend der Zielmatrix nicht mit den übergeordneten Vorgaben kompatibel**, da ein Ausbau der bereits bestehenden Einzelhandelsbedeutung mit zentrenrelevanten Sortimenten geplant ist.

Im Rahmen des REHK Mittelthüringen wurde auch eine gemeinsame Sortimentsliste für die Region erarbeitet, die sich aus den vorhandenen Sortimentslisten der Einzelhandelskonzepte der beteiligten Kommunen ableitet. Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass übergeordnete Sortimentslisten dem Vorbehalt der kommunalen Abwägung unterliegen und daher nicht bindend sind. Auf eine weitere Kommentierung wird demnach verzichtet, weil die Landeshauptstadt Erfurt über eine kommunal abgestimmte und beschlossene Sortimentsliste verfügt.

#### 6.4 Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Erfurt wurde vom Stadtrat in seiner Sitzung vom 29.04.2009 einstimmig beschlossen. Das Konzept definiert die Bereiche im Stadtgebiet in denen die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben (verschiedener Sortimente) angestrebt wird, zeigt auf, wo die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche liegen und formuliert den Handlungsbedarf zur Steuerung des Einzelhandels.

Inhaltlich kann das Konzept in drei Abschnitte zusammengefasst und gegliedert werden:

Im allgemeinen Teil (1.) findet sich eine Analyse der spezifischen Situation in Erfurt in einer sowohl quantitativen als auch qualitativen Darstellung sowie die Darstellung einer möglichen Entwicklungsperspektive bis zum Jahr 2020. Im Jahr 2009 wurden in Erfurt insgesamt 487.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in 1.745 Einzelhandelsbetrieben erfasst. Die errechnete Einzelhandelszentralität von 1,4 weist auf eine überregionale Bedeutung Erfurts als Ein-



kaufstadt hin. Da im Jahr 2009 von einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung ausgegangen wurde, beziehen sich die Zielvorstellungen insbesondere auf die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation. Um diese Positionierung zu stabilisieren, werden folgende übergeordnete Zielsetzungen formuliert:

- Sicherung der landesplanerischen Funktion der Landeshauptstadt Erfurt
- Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebots in Erfurt, insbesondere einer attraktiven Innenstadt
- Sicherung und ggf. Ausbau eines Grund- und Nahversorgungsangebots im gesamten Stadtgebiet
- Sicherung und Stärkung der funktional gegliederten Versorgungsstruktur
- Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe
- Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel bei paralleler Verhinderung konterkariender Planungen
- Sicherung einer langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung

Diesbezüglich ist festzustellen, dass die Realisierung des Planvorhabens zur Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion Erfurts beitragen würde. Aus der Umsatzzumlenkung gegenüber Einzelhandelsstandorten außerhalb der Landeshauptstadt Erfurt resultieren auch bei Berücksichtigung von Umverteilungswirkungen innerhalb des Stadtgebiets in der Summe „positive“ Zentralitätseffekte.

Der wesentliche konzeptionelle Abschnitt folgt im 2. Teil; dem eigentlichen Einzelhandelskonzept. Dieses gliedert sich in die Darstellung der Erfurter Zentrenhierarchie, der Sonderstandorte und der Sortimentsliste. Alle zentralen Versorgungsbereiche werden mit einem Standortprofil beschrieben und bewertet.

Die Erfurter Sortimentsliste (Tabelle 18) gibt Auskunft darüber, welche Einzelhandelsortimente zentrenrelevant sind und demnach insbesondere auf Standorte in zentralen Versorgungsbereichen konzentriert sind bzw. zu konzentrieren sind, und die nicht zentrenrelevanten Sortimente, die auch (großflächig) außerhalb zentraler Versorgungsberei-

che situiert und möglich sind. Das in Kapitel 2.3 dargestellte Sortimentskonzept des Planvorhabens orientiert sich an der Erfurter Liste.

Tabelle 18: Erfurter Sortimentsliste

<b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b>
▪ Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel
▪ Getränke
▪ Nahrungs- und Genussmittel
▪ Pharmazeutika/Reformwaren
▪ Schnittblumen
▪ Zeitungen/Zeitschriften
<b>zentrenrelevante Sortimente</b>
▪ Bekleidung
▪ Bettwäsche
▪ Bild- und Tonträger
▪ Bilderrahmen
▪ Bücher
▪ Büromaschinen
▪ Camping und Zubehör
▪ Computer und Zubehör
▪ Elektrokleingeräte
▪ Fahrräder und Zubehör
▪ Fotoausrüstung und Zubehör
▪ Gardinen
▪ Geschenkartikel
▪ Glas/Porzellan/Keramik
▪ Handarbeitsbedarf/Kurzwaren/Meterware/Stoffe/Wolle
▪ Haushaltswaren (Küchenartikel und -geräte – ohne Elektrokleingeräte; Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer, -körbe, Besen, Kunststoffbehälter, -schüsseln)
▪ Heimtextilien, Dekostoffe, Haus- und Tischwäsche
▪ Hörgeräte
▪ Kunstgewerbe/Bilder
▪ Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme
▪ Musikinstrumente und Zubehör
▪ Optik, Augenoptik
▪ Papier, Bürobedarf, Schreibwaren
▪ Sanitätsbedarf
▪ Schuhe
▪ Spielwaren
▪ Sportartikel/-geräte (ohne Sportgroßgeräte)
▪ Sportbekleidung
▪ Sportschuhe
▪ Telekommunikation und Zubehör
▪ Teppiche (Einzelware)

- Uhren/Schmuck
- Unterhaltungselektronik und Zubehör
- Waffen, Jagdbedarf
- Wäsche/Miederwaren/Bademoden

#### nicht zentrenrelevante Sortimente

- Bauelemente, Baustoffe
- Bettwaren/Matratzen
- Bodenbeläge, Teppiche (Auslegware)
- Büromöbel
- Eisenwaren/Beschläge
- Elektrogroßgeräte
- Elektroinstallationsmaterial
- Erotikartikel
- Farben/Lacke
- Fliesen
- Gartenbedarf/-geräte (auch Terrakotta, Gartenhäuser)
- Gartenmöbel
- Kamine/Kachelöfen
- Kfz-Handel
- Kfz- und Motorradzubehör
- Kinderwagen
- Küchenmöbel
- Leuchten
- Maschinen/Werkzeuge (auch Gartenmaschinen wie Rasenmäher, Wasserpumpen)
- Möbel
- Pflanzen/Samen
- Rollläden/Markisen
- Sanitärbedarf
- Tapeten
- Zoologischer Bedarf

Quelle: Landeshauptstadt Erfurt Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Junker + Kruse 2009); Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Die Erfurter Zentrenhierarchie unterscheidet insgesamt 15 zentrale Versorgungsbereiche der Kategorien Hauptzentrum, Nebenzentrum und Nahversorgungszentrum. Das Erfurter Hauptzentrum, bestehend aus der historischen Altstadt, ist der größte und bedeutendste Einzelhandelsstandort der Landeshauptstadt und erreicht eine überregionale Ausstrahlungskraft.

Neben den zentralen Versorgungsbereichen wird auch die Versorgungsbedeutung von weiteren Sonderstandorten aufgezeigt. Der Planvorhabenstandort wird im Einzelhandelskonzept als „Sonderstandort Einkaufszentrum TEC (OBI II)“ gekennzeichnet und mit einer regionalen Ausstrahlung bewertet.

Im dritten relevanten Abschnitt steht die Umsetzung des Einzelhandelskonzepts im Fokus. Im Sinne der Grundsätze und Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts soll innerhalb von Sonderstandorten kein Ausbau von zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen. Vielmehr sollen im Sinne des Grundsatzes 2 zur Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment eben diese nur im Haupt- oder Nebenzentrum (großflächig) oder in den übrigen zentralen Versorgungsbereichen (mit mehr als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) angesiedelt werden. Betriebe mit weniger als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Anlagentyp „Erfurter Laden“) sind in allen Baugebieten konzeptkonform, außer in Gewerbe-, Industrie- und Sondergebieten, in denen Einzelhandel ausgeschlossen ist.

Dabei wird für alle Grundsätze festgehalten, dass die Regeln keine unmittelbare Wirkung entfalten, sondern vielmehr als Richtlinien für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung verstanden werden sollen und nur für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen gelten. Darüber hinaus sei für die Zulässigkeit von Planvorhaben uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgeblich.

Die in dieser Wirkungsanalyse durchgeführten Analysen und Berechnungen sowie deren städtebauliche Bewertungen zeigen auf, dass eine Erweiterung von zentrenrelevanten Sortimenten an einem Standort projiziert wird, der gemäß Einzelhandelskonzept hierfür nicht geeignet ist. Des Weiteren wird festgestellt, dass im Segment Sport (bestehend aus den Sortimenten Camping und Zubehör/Sportartikel/Fahrräder und Zubehör) eine Beeinträchtigung der Entwicklungsmöglichkeiten der Altstadt zu erwarten ist.



## 7 Empfehlungen zum weiteren Vorgehen

Die geplante Umstrukturierung des T.E.C. verfolgt das Ziel, die leer gezogene Verkaufsfläche des ehemaligen Praktiker-Baumarkts neu zu belegen. Diese Fläche, die sich über zwei Geschosse erstreckt, erfüllt nicht mehr die Standortrahmenbedingungen zeitgemäßer Baumärkte. Daher sollen vorhandene Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Objekts verlagert und erweitert werden; zudem sind Ansiedlungen weiterer Einzelhandelsbetriebe auf den frei gezogenen Verkaufsflächen geplant, die die Gesamtattraktivität des Einkaufszentrums erhöhen sollen. Mit den bestehenden Festsetzungen ist die Umsetzung der Gesamtplanung nicht vereinbar, auch mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Erfurt, den bundesrechtlichen Vorgaben, dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen und dem REHK Mittelthüringen wäre keine Kompatibilität zu erreichen.

Dies gilt in besonderem Maße für die Ansiedlung eines Decathlon-Sportfachmarkts, welcher die Entwicklungsperspektiven des Hauptzentrums Erfurter Altstadt beeinträchtigen würde. Dieser Fachmarkt wäre grundsätzlich bereits auf der Grundlage der bestehenden Festsetzungen möglich – würde allerdings den Verzicht auf vorhandene Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten erfordern, da auch die planungsrechtliche Reserve mit zentrenrelevanten Sortimenten bei einer Ansiedlung überschritten würde.

Diese Ausführungen legen dar, dass auch auf Seiten der Landeshauptstadt Erfurt ein Interesse vorliegt, die Festsetzungen für den Sonderstandort T.E.C. auf Sortimentsebene vorzunehmen. Zudem besteht das Risiko, dass sich durch den Leerstand der Baumarktfläche und den so fehlenden Magnetbetrieb auch die Umsatzerwartungen benachbarter Einzelhandelsbetriebe reduzieren und in Folge Betriebsaufgaben und Leerstände auslösen.

Im Zusammenhang mit der Diskussion um Maßnahmen, die städtebaulichen Missständen am T.E.C.-Standort entgegenwirken und gleichwohl die Einzelhandelsbedeutung der Erfurter Altstadt nicht in größerem Umfang beeinträchtigen, sind die übrigen Bausteine der Planung zu beachten. Dabei zeigt

sich, dass sich mit Ausnahme des Decathlon-Sportfachmarkts für die gewünschten Erweiterungen bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten der geplanten T.E.C.-Umstrukturierung weder gravierende handelswirtschaftliche noch städtebauliche Wirkungen ergeben. Erweiterungen des Aldi Lebensmitteldiscounters und des dm Drogeriemarkts wären insofern verträglich im Hinblick auf ihre städtebaulichen Folgen, gleiches gilt für die Ansiedlungen von TK Maxx, Mister & Lady Jeans, BabyOne und Siemes Schuhin einer reduzierten Größenordnung. Die Gesamtverkaufsfläche dieser Märkte beläuft sich auf ca. 3.890 m<sup>2</sup>. Da vom Vorhabenträger nicht nur gewünscht wurde, diese Umstrukturierung vorzunehmen, sondern zudem noch Flexibilisierungen in den sortimentsbezogenen Obergrenzen vorzusehen, würden die so abgeleiteten Festsetzungen auf Sortimentsebene gewisse Entwicklungsspielräume bzw. perspektivische Veränderungen im Besitz erlauben. Sofern diese Veränderungen durch die Festsetzungen ermöglicht würden, reduziert sich die verbleibende, aktuell leer stehende Baumarktfläche auf maximal ca. 3.000 m<sup>2</sup>. Sie kann auch zukünftig durch nicht zentrenrelevante Sortimente belegt werden.

Eine Umsetzung von Teilen der vorgelegten Planung wäre insofern dann zu unterstützen, wenn ein Verzicht auf eine Decathlon-Ansiedlung erfolgt und durch Festsetzungen auch perspektivisch nicht mehr möglich wäre. Gleichwohl stünde eine solche Erweiterung von nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Verkaufsfläche am Standort T.E.C. im Widerspruch zu den einzelhandelssteuernden Vorgaben von Bund, Land und Region sowie dem Erfurter Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

Die Ausführungen lassen zudem erkennen, welche starke Ausstrahlungskraft und damit verbundene Magnetwirkung durch den Betriebstyp des Sportfachmarkts ausgelöst werden kann. Dies gilt in besonderem Maße für den Betreiber Decathlon, nachgeordnet aber auch für Globetrotter oder Sport Scheck. Aufgrund der geringen Ausstattung der Erfurter Altstadt mit Magnetbetrieben wäre es zielführend diesen Betriebstyp auf die Erfurter Altstadt zu lenken. Eine Möglichkeit besteht durch die Einbeziehung dieses Betriebstyps in Projektplanungen an den beiden aufgezeigten Potenzialstandorten, alternativ können freiwerdende Flächen per-

spektivisch belegt werden. Zwingend zu berücksichtigen sind dabei zum einen die Anforderungen an die Fläche und zum anderen an Erreichbarkeit und Außenwirkung. Nur wenn es gelingt potenziellen Betreibern diese Zielsetzung durch einen konsequenten Ausschluss der diesbezüglichen Sortimente außerhalb der Erfurter Altstadt zu dokumentieren, ist eine Ansiedlung innerhalb des Hauptzentrums Altstadt perspektivisch zu erreichen.





## **Abbildungen**

<b>Abbildung 1: Lage im Raum</b>	<b>9</b>
<b>Abbildung 2: Bevölkerungsprognose für die Landeshauptstadt Erfurt im Vergleich</b>	<b>11</b>
<b>Abbildung 3: Vorhabenstandort T.E.C</b>	<b>12</b>
<b>Abbildung 4: Voraussichtliches Einzugsgebiet des Planvorhabens</b>	<b>22</b>
<b>Abbildung 5: Wettbewerbssituation bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten</b>	<b>29</b>
<b>Abbildung 6 Wettbewerbssituation in Erfurt im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente</b>	<b>32</b>
<b>Abbildung 7: Erfurter Einzelhandelsstandorte mit zentrenrelevanten Sortimenten im Vergleich</b>	<b>34</b>
<b>Abbildung 8: Ausgewählte sortimentspezifische Zentralitäten des Erfurter Einzelhandels</b>	<b>35</b>
<b>Abbildung 9: Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung aus dem REHK (Ausschnitt)</b>	<b>54</b>

## **Tabellen**

<b>Tabelle 1: Verkaufsflächen im Bestand des T.E.C.</b>	<b>14</b>
<b>Tabelle 2: Geplante Verkaufsflächenstruktur des T.E.C.</b>	<b>15</b>
<b>Tabelle 3: Bestandssituation, Planung und Planungsrecht am Standort T.E.C. im Vergleich</b>	<b>16</b>
<b>Tabelle 4: Ausbau der Verkaufsflächen nach Sortimenten durch das Planvorhaben</b>	<b>17</b>
<b>Tabelle 5: Projektrelevante Verkaufsflächen, Flächenproduktivitäten und Umsätze im Bestand</b>	<b>18</b>
<b>Tabelle 6: Prognose der Flächenleistungen des Umstrukturierungsvorhabens (einschließlich Flexibilisierungszuschläge)</b>	<b>19</b>
<b>Tabelle 7: Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet</b>	<b>24</b>
<b>Tabelle 8: Berechnung aktueller und zukünftiger Marktanteile des untersuchungsrelevanten Einzelhandels am Standort T.E.C.</b>	<b>26</b>
<b>Tabelle 9: Verkaufsflächenausstattung in Erfurt und den Mittelzentren der Region Mittelthüringen im Vergleich</b>	<b>36</b>
<b>Tabelle 10: Verkaufsflächenausstattung an ausgewählten Einzelhandelsstandorten im Vergleich</b>	<b>37</b>
<b>Tabelle 11: Handelswirtschaftliche Effekte in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten</b>	<b>41</b>
<b>Tabelle 12: Handelswirtschaftliche Effekte in den zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren</b>	<b>44</b>
<b>Tabelle 13: Handelswirtschaftliche Effekte in den zentrenrelevanten Sortimenten Sportartikel, Sportbekleidung/-schuhe</b>	<b>45</b>



<b>Tabelle 14: Handelswirtschaftliche Effekte in den zentrenrelevanten Sortimenten Fahrräder und Zubehör, Campingartikel</b>	<b>47</b>
<b>Tabelle 15: Handelswirtschaftliche Effekte im zentrenrelevanten Sortiment Haushaltswaren/GPK/Geschenke etc.</b>	<b>48</b>
<b>Tabelle 16: Handelswirtschaftliche Effekte im nicht zentrenrelevanten Sortiment Sportgroßgeräte</b>	<b>49</b>
<b>Tabelle 17: Handelswirtschaftliche Effekte in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten Möbel, Kinderwagen</b>	<b>50</b>
<b>Tabelle 18: Erfurter Sortimentsliste</b>	<b>55</b>