



Auswirkungsanalyse
zur Errichtung eines Lebensmittelvollsortimenters
in Neunkirchen/Nahe
in der Gemeinde Nohfelden

Entwurf

im Auftrag der

Jürgen Weber
Immobilien GmbH & Co KG
Hagedorner Kirchweg 12 B
32278 Kirchlengern

August 2023

MARKT UND STANDORT · BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Am Weichselgarten 26, 91058 Erlangen
Tel. (09131) 973 769 0, FAX. (09131) 973 769 70
Norbert.Lingen@marktundstandort.de



MARKT UND STANDORT BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Am Weichselgarten 26, 91058 Erlangen

Tel. +49 9131 973 769 0

Fax +49 9131 973 769 70

info@marktundstandort.de

HRB 10996 Fürth

ID Nr. DE 814055381

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.



Inhaltsverzeichnis

A	Vorbemerkung und Aufgabenstellung	4
A.1	Methodik	4
A.1.1	Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft	4
A.1.2	Bestandserhebung	4
A.1.3	Simulationsmodell	5
A.1.3.1	Grundzüge der Methodik	5
A.1.3.2	Verwendete Modellparameter	6
A.1.4	Simulationsrechnung	6
A.1.5	Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall	6
A.1.5.1	Annahmen zum Einzugsgebiet	7
A.1.5.2	Annahmen zur Wettbewerbswirkung	7
A.1.5.3	Annahmen zur Distanzsensibilität	7
A.2	Untersuchter Standort und geplantes Projekt	7
A.2.1	Standort	7
A.2.2	Projektbeschreibung	8
A.2.3	Einordnung in das städtebauliche Gefüge der Gemeinde Nohfelden	9
A.2.4	Sozioökonomische Rahmendaten	10
A.2.4.1	Künftige Entwicklungstrends	10
A.2.4.2	Kaufkraftniveau	11
B	Auswirkungsanalyse	11
B.1	Einzugsbereich des Projektes	12
B.2	Marktpotenzial	13
B.3	Touristische Potenziale	13
B.4	Einzelhandelsbesatz (Nahversorgung) in Nohfelden	14
B.5	Kaufkraftbindung im Nahversorgungssegment in Nohfelden	17
B.6	Die Kaufkraftströme und die erwarteten Veränderungen	17
B.6.1	Der 0-Fall (Status Quo)	17
B.6.2	Der 1-Fall (Projekt)	18
B.7	Verträglichkeitsuntersuchung für das Projekt	19
B.7.1	Bewertung der Sortimentsstruktur	19
B.7.2	Städtebauliche Eignung des Makrostandortes (Konzentrationsgebot, Ziffer 41 und 42)	20
B.7.3	Städtebauliche Eignung des Mikrostandortes (Integrationsgebot, Ziffer 46)	20
B.7.4	Einpassung in die zentralörtliche Versorgungsstruktur (Kongruenzgebot, Ziffer 44)	21
B.7.5	Städtebauliche Auswirkungen auf Nohfelden und die umliegenden Versorgungszentren (Beeinträchtungsverbot, Ziffer 45)	21
B.7.5.1	Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel	22
B.7.5.2	Sortimentsgruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel	23
B.7.5.3	Nonfoodsortimente	24
C	Abschließende Bewertung	25
D	Anhang	26
D.1	Betriebstypen und -formen	26
D.2	Markt und Standort Warengruppensystematik 2023	29
D.3	Quellen	33



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Standortlage des Vorhabens	8
Abbildung 2	Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Türkismühle und Lage des Projekts	9
Abbildung 3	Bevölkerungsprognose.....	10
Abbildung 4	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich	11
Abbildung 5	Einzugsbereich des Nahversorgers in Nohfelden	12
Abbildung 6	Touristische Potenziale in Nohfelden	14
Abbildung 7	Einzelhandel in Türkismühle	15
Abbildung 8	Einzelhandelsbetriebe in Nohfelden	16
Abbildung 9	Betriebe im Umkreis Nohfeldens	16
Abbildung 10	Kaufkraftbindung und Zentralität in den projektrelevanten Sortimentsgruppen	17
Abbildung 11	Kaufkraftströme Status-Quo – Nahrungs- und Genussmittel in Mio. €.....	18
Abbildung 12	Liste der zentrenrelevanten Sortimente aus dem LEP Teilabschnitt Siedlung	19

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Verkaufsflächen und Sortimente des Planvorhabens in Nohfelden.....	8
Tabelle 2	Pro-Kopf-Ausgaben nach Sortimentsgruppen (Bundesdurchschnitt)	13
Tabelle 3	Projektrelevante Marktpotenziale.....	13
Tabelle 4	Projekt, geplante Sortimente und Umsatzerwartung	19
Tabelle 5	Umsatzumlenkungen des geplanten Vorhabens – Nahrungs- und Genussmittel.....	22
Tabelle 6	Umsatzumlenkungen des geplanten Vorhabens – Gesundheits- und Körperpflegeartikel	23



A Vorbemerkung und Aufgabenstellung

Die Gemeinde Nohfelden beabsichtigt die Entwicklung eines Nahversorgungsstandortes im Ortsteil Neunkirchen/Nahe an der Schulstraße. Die Planungsabsicht der Gemeinde Nohfelden ergibt sich aus dem aktuellen Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden, in dem der Bedarf zur Verbesserung der Nahversorgung, insbesondere im westlichen Gemeindegebiet (Neunkirchen/Nahe, Bosen) festgestellt wurde.

Geplant ist ein Lebensmittelsupermarkt mit 1.400 qm Verkaufsfläche am Standort Schulstraße. Es handelt sich um ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben, so dass die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde und den benachbarten Gemeinden entsprechend der Vorgaben im BauGB und in der BauNVO geprüft werden müssen. Die Verträglichkeitsanalyse soll gleichzeitig die Vereinbarkeit mit den Zielen der Landesplanung und den Festlegungen des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Nohfelden nachweisen.

Auftraggeberin ist die Jürgen Weber Immobilien GmbH & Co. KG aus Kirchlengern, die das Vorhaben entwickelt. Der Auftrag wurde im Juli 2023 erteilt. Die Verträglichkeitsanalyse wurde im August 2023 fertiggestellt.

A.1 Methodik

Für die Erstellung einer städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse sind zum einen umfangreiche empirische Arbeiten (Bestandserhebungen, Standortbewertungen, Zentrenbegehungen, Abgrenzungen von Haupteinkaufsbereichen, etc.) und zum anderen Modellberechnungen zur Abbildung der Einkaufsbeziehungen in der Region erforderlich. Darüber hinaus sind auch statistische Analysen zur Ermittlung von Kaufkraft und einzelhandelsrelevanten Potenzialen erforderlich. Im Folgenden finden sich kurze Abrisse über die methodischen Ansätze und die verwendeten Modellparameter.

A.1.1 Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet wurde anhand der Bevölkerungsverteilung, der durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben pro Kopf und dem örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ermittelt.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau ist abgeleitet aus der relativen Höhe des durchschnittlich verfügbaren Einkommens, relativiert um einzelhandelsspezifische Korrekturrechnungen.¹

Die Einzelhandelsausgaben pro Kopf stellen durchschnittliche Ausgaben je Einwohner und Bedarfsgruppe dar. Sie stammen aus der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes, der Erfassung der unterschiedlichen Verbrauchsangaben nach Haushaltstypen des Statistischen Bundesamtes sowie Verbrauchsstatistiken, die von den unterschiedlichsten Marktforschungsinstituten (GfK, Nielsen, F&I) regelmäßig erfasst werden.

A.1.2 Bestandserhebung

Grundlage der Untersuchung sind zum einen umfassende und vollständige Erhebungen der maßgeblichen Anbieter im durch den Standort erschlossenen Umfeld. Zum anderen wurden alle im Untersuchungsraum ansässigen größeren Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe erfasst und in die Untersuchung einbezogen. Erhoben wurden die Verkaufsflächengrößen der für die Untersuchung relevanten Sortimente sowie die Gesamtverkaufsfläche jedes betrachteten Betriebes sowohl innerhalb der Zentren als auch bei den größeren Einzelhandelsbetrieben im Untersuchungsgebiet.

Aufgrund des abgegrenzten Einzugsbereiches und der erwarteten Umsatzherkunft des Projekts, wurden das Gemeindegebiet Nohfelden durch Erhebung der größeren Lebensmittelanbieter in die Untersuchung der Zentrenrelevanz einbezogen.

¹ Beispielsweise ergeben sich aus höheren Einkommen nicht zwangsläufig höhere Einzelhandelsausgaben. Die Einkommensentwicklung hat sich seit einigen Jahren bereits abgekoppelt von der Entwicklung der Einzelhandelsumsätze. Diese Tendenzen sind nach Bedarfsgruppen unterschiedlich.



Darüber hinaus wurden die projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe in den umliegenden Gemeinden erhoben.

- Namborn
- Oberthal
- Tholey
- Nonnweiler
- Hopstädten-Weiersbach
- Freisen

Die weiter entfernten Gemeinden, insbesondere die Kreisstadt St. Wendel mit dem Standort des SB-Warenhauses Globus, wurden bei der Begutachtung aufgrund möglicher Markteinflüsse berücksichtigt, jedoch nicht detailliert erhoben.

Die Gemeinde Nohfelden wurde im Rahmen des im Jahr 2022 erarbeiteten Einzelhandelskonzeptes in ihrem Einzelhandelsbestand vollständig erhoben. Eine Aktualisierung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels und des zentralen Versorgungsbereiches in Türkismühle wurde vom 31.7.2023 bis zum 1.8.2023 vor Ort durchgeführt.

Innerhalb der oben genannten Bereiche wurde eine Erhebung aller projektrelevanten Betriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Sortimenten und insbesondere projektspezifischen Sortimenten vorgenommen. Diese Erhebung erfolgte sortimentspezifisch. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Betriebe nach dem Sortimentschwerpunkt wird bei der sortimentspezifischen Erhebung jedes erhobene Sortiment gesondert erfasst und in der Auswertung separat behandelt. So kann sowohl eine betriebs- als auch eine sortiments- oder auch eine standortbasierte Auswertung vorgenommen werden.

Darüber hinaus wurden innerhalb des Einzugsbereiches alle, für die Sortimentsstruktur des Vorhabens maßgeblichen Einzelhandelsbetriebe auf die gleiche Weise erhoben. Über den Einzugsbereich hinaus werden im Hause vorliegende Datenbankinformationen verwendet, bzw. Internet-Recherchen vorgenommen.

A.1.3 Simulationsmodell

A.1.3.1 Grundzüge der Methodik

Grundlegend für das Markt und Standort Modell ist die Simulation von einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Angebots- (Einzelhandelseinrichtungen) und Nachfragestandorten (Wohnorte der Verbraucher), die in ihrer Gesamtheit letztlich Kaufkraftströme darstellen. Die Abbildung der räumlichen Interaktion ist dabei neben der mathematischen Umsetzung von Attraktivitäten (am Angebots- und Nachfrageort) bestimmt durch Distanzwiderstände, die den Aufwand der Raumüberwindung in Abhängigkeit von Interaktionszwecken darstellen. In der Grundform handelt es sich also um ein Simulationsmodell aus der Familie der Gravitationsansätze, für die Namen wie Reilly (1929), Converse (1949) und Huff (1964) stehen. Die Weiterentwicklung dieser Modellansätze für die praktische Anwendung bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft führte zu Differenzierungen in allen Modellparametern. Neben der vertiefenden sortimentsgruppenspezifischen Analyse der Einkaufsbeziehungen in Bezug auf die Attraktivität der Nachfrage- und Angebotsorte werden auch entsprechend differenzierte warengruppenabhängige Distanzwiderstandsfunktionen verwendet. Die empirisch abgesicherte Kalibrierung erfolgt auf der Grundlage einer Vielzahl durchgeführter Verbraucherbefragungen und regelmäßiger Auswertungen von Verbraucherpanels (F&I, Nürnberg). Die differenzierten sortimentspezifischen Modellberechnungen erfolgen dann nicht mehr auf der Basis des „Huff-Modells“, sondern werden, ähnlich wie bei der Input-Output-Analyse in sortimentspezifischer Modellumgebung vorgenommen. Die Kalibrierung erfolgt standort-, projekt- und sortimentspezifisch mit Hilfe der jeweils vorliegenden empirischen Daten. Hier spielen insbesondere die umfangreichen Bestandsanalysen, deren Umsatzschätzungen das Modell im 0-Fall simulieren muss, eine wesentliche Rolle. Eventuell vorliegende oder durchgeführte Verbraucherbefragungen helfen ebenfalls bei der Kalibrierung. Iterativ werden die Modellparameter solange eingestellt bis der gewünschte 0-Fall im Modell dargestellt werden kann.



A.1.3.2 Verwendete Modellparameter

Das Ziel des Markt und Standort Simulationsmodell besteht darin, in der Variante 0 zunächst die Realität so gut wie möglich abzubilden. Um die Komplexität des Modells in Grenzen zu halten, ist die Zahl der Modellparameter beschränkt. Somit kann die Realität auch nur begrenzt abgebildet werden. Folgende Parameter werden im Modell verwendet:

- Nachfrage:** **projektrelevante Kaufkraft der Einwohner an ihrem Wohnort**
Differenzierung nach Bedarfsgruppen
Berücksichtigung des Einkommensniveaus
Räumliche Differenzierung (Marktzellen) abhängig von der Fragestellung
- Angebot:** **Einzelhandelsstandorte mit Verkaufsflächen und Umsätzen**
Differenzierung nach Absatz-(Betriebs-)formen
Differenzierung nach Sortimentsgruppen
Differenzierung nach Standortqualität und Erreichbarkeit (nach Checkliste)
Differenzierung nach Angebotsattraktivität (nach Checkliste)
- Distanzen:** **Distanzmatrix zwischen allen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten im Untersuchungsgebiet**
Distanzen mit Routensuchroutine berechnet und mit Hilfe von Testfahrten vor Ort kalibriert (Stauinflüsse, etc.)

Im Rahmen der differenzierten, sortimentspezifischen Weiterberechnung werden die Annahmen zu den Modellparametern differenziert. Die Gewichtung der Distanzen wird beispielsweise nach Bedarfsstufen verändert. Auch verändert sich die Distanzsensitivität in Abhängigkeit von der Wettbewerbsdichte und von der Raumstruktur (z.B. Verdichtungsräume, Ländlicher Raum). Spezifische Wettbewerberinformationen, wie z.B. regional unterschiedliche Akzeptanz bestimmter Anbieter („Heimvorteil“ wie z.B. Globus im Saarland, Hornbach in der Pfalz, Möbel Höffner in Berlin, etc.) werden berücksichtigt. Von Fall zu Fall und in Abhängigkeit von der Projekt- und Wettbewerbsstruktur können weitere Parameter berücksichtigt werden.

Aktuell geplante Projekte im Untersuchungsgebiet sollen in das Modell einbezogen werden und deren zu erwartenden Auswirkungen integriert werden.

A.1.4 Simulationsrechnung

Im Rahmen der 1-Variante wird das geplante Projekt hinzugefügt und die unveränderte Kaufkraftsumme unter den neuen Rahmenbedingungen wiederum verteilt. Dies führt zu veränderten Umsätzen bei allen Anbietern im Untersuchungsraum. Das Ausmaß der jeweiligen Umsatzveränderungen bei den ansässigen Anbietern ist von der regionalspezifischen- und Standortattraktivität, Größe sowie Verbraucherakzeptanz einerseits und dem entsprechend gewichteten Distanzunterschied zwischen Verbraucherwohnort und Projekt bzw. Verbraucherwohnort und bisher aufgesuchte Anbieter andererseits abhängig. In der Regel sind dabei kleinere, vom Projekt weiter entfernte Anbieter weniger betroffen als nahe gelegene, größere Anbieter. Die Zentren (Zentrale Versorgungsbereiche) werden in ihrer Gesamtheit als ein attraktiver Anbieter gewertet.

A.1.5 Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall

Ein maßgeblicher Arbeitsschritt zur Simulationsberechnung und Kalibrierung des Modells ist die vorherige Definition von Modellannahmen, die das Modellumfeld im vorliegenden Fall definieren und den 0-Fall des Modells bestimmen. Das Ziel der Kalibrierung ist die Einstellung aller Modellparameter zur Darstellung der getroffenen Annahmen im Modell, also zur modellhaften Abbildung der Realität im Untersuchungsbereich.



A.1.5.1 Annahmen zum Einzugsgebiet

Die Standortlage des Projektes ist aufgrund der Verkehrslage günstig. Der Standort liegt unmittelbar am Hauptstraßennetz der Gemeinde Nohfelden, an der Verbindungsstraße zwischen den Ortsteilen Neunkirchen/Nahe und Bosen. Bezogen auf die Wirkungen in die umgebenden Zentrenstrukturen muss die räumliche Reichweite als eher gering angenommen werden. Dies liegt vor allem an der Versorgungsausrichtung des geplanten Marktes (Nahversorgung).

A.1.5.2 Annahmen zur Wettbewerbswirkung

Die Wettbewerbswirkungen des Projektes werden bestimmt durch das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen einerseits und durch die Betriebsform andererseits. Es wird davon ausgegangen, dass Betriebe gleicher oder ähnlicher Betriebsform stark miteinander konkurrieren. Bei „systemgleichen“² Wettbewerbern wird von einem Höchstmaß an Sortimentsüberschneidungen und Substituierbarkeit ausgegangen. Systemgleiche Wettbewerber verlieren demnach die höchsten Umsatzanteile im Vergleich zu anderen Wettbewerbern. Maßgeblich für die Stärke der Wettbewerbswirkung sind das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen und die Ähnlichkeit des Konzeptes.

A.1.5.3 Annahmen zur Distanzsensibilität

Der Aufwand für die Distanzüberwindung wird zum einen je nach Versorgungsstufe unterschiedlich wahrgenommen. Für die Nahversorgung sind größere Distanzen mit höherem Gewicht zu belegen, als für den aperiodischen Bedarf³. Zum anderen wird für die untersuchte Region eine Kalibrierung der Distanzsensitivität vorgenommen. Im vorliegenden Fall ist von einer insgesamt hohen Distanzsensitivität der Verbraucher auszugehen, da im Verdichtungsraum die Wettbewerbsdichte⁴ relativ hoch ist und deshalb die Überwindung größerer Distanzen nur bei sehr starken „Magnetwirkungen“ bestimmter Anbieter erfolgt, was für das untersuchte Projekt keine größeren Effekte bringt.

A.2 Untersucher Standort und geplantes Projekt

A.2.1 Standort

Der geplante Standort liegt an der Schulstraße im Norden des Ortsteiles Neunkirchen/Nahe. Er erschließt durch die nördliche Lage sowohl den Ortsteil Neunkirchen/Nahe als auch den Ortsteil Bosen.

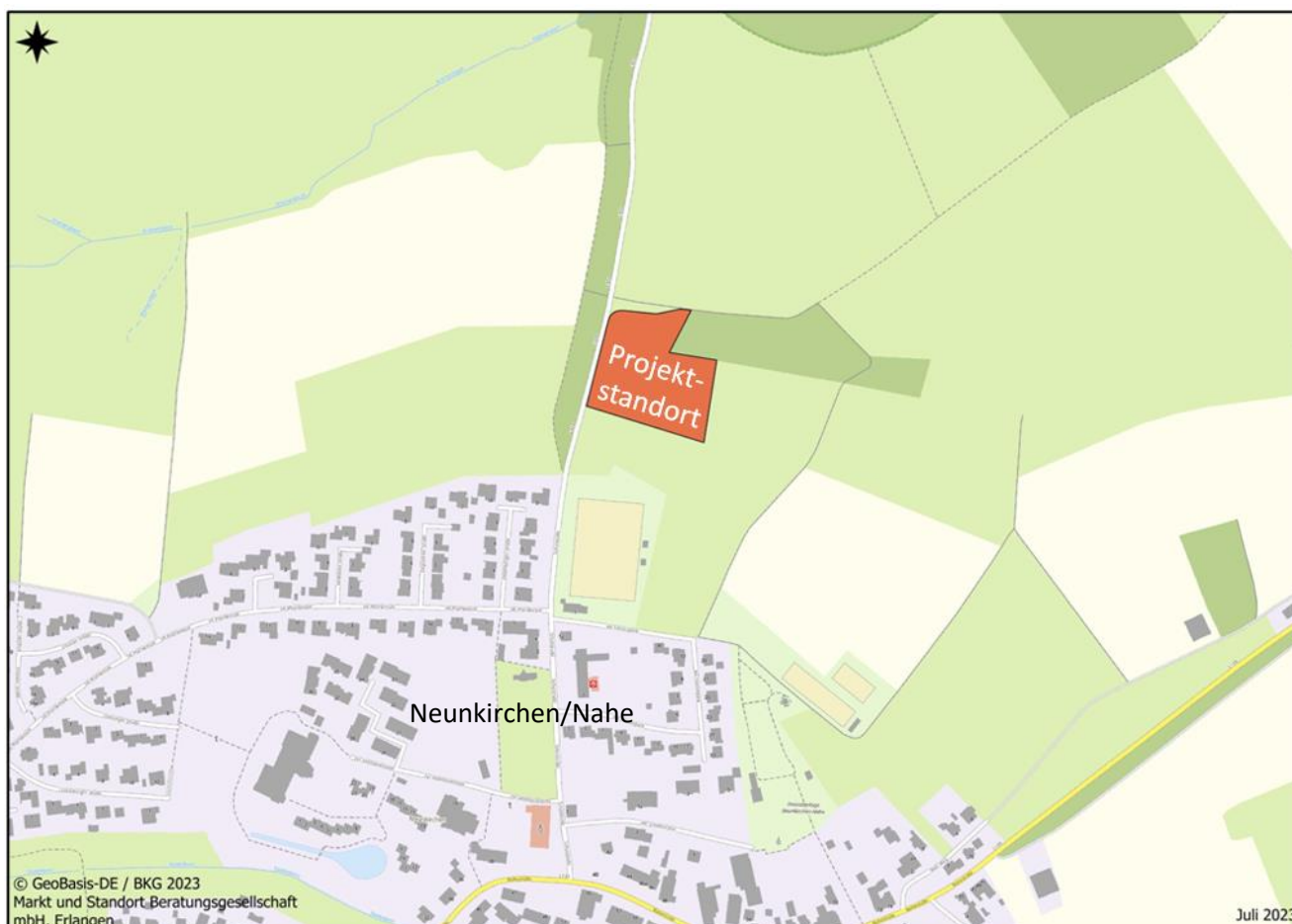
² Betriebe gleicher Betriebsform und Sortimentskonzeption

³ Hierzu wird im Modell eine Gauss-Funktion verwendet, die es ermöglicht, Distanzen unterschiedlich zu gewichten.

⁴ Anzahl der Wettbewerber je Raumeinheit.



Abbildung 1 Standortlage des Vorhabens



Quelle: eigene Darstellung

Die Standortlage ist für ein Einzelhandelsvorhaben dieser Größenordnung als günstig zu bewerten. Eine Anbindung an das örtliche Hauptstraßennetz ist unmittelbar gegeben. Der Projektstandort ist von allen Ortsteilen, insbesondere im Südwesten des Gemeindegebietes Nohfeldens gut erreichbar.

A.2.2 Projektbeschreibung

Es ist geplant, einen Vollsortimenter (Supermarkt) am beschriebenen Standort anzusiedeln. Das Kernsortiment beschränkt sich auf Nahversorgungssortimente. In den Randsortimenten (Non-food) sind Hausratartikel, Tier-nahrung, Zeitschriften und Schreibwaren zu erwarten. Es handelt sich um Sortimentsgruppen, die eine funktionale Nähe zur Nahversorgung haben.

Innerhalb des Baukörpers könnten im Rahmen der Gesamtverkaufsfläche des Weiteren ein Metzger bzw. Bäcker angesiedelt werden.

Tabelle 1 Verkaufsflächen und Sortimente des Planvorhabens in Nohfelden

Sortimentsgruppe	Supermarkt in qm
Nahrungs- und Genussmittel	1.200
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	150
Restliche Nonfood-Artikel	50
Summe Betriebstypen	1.400

Quelle: Angaben des Auftraggebers, Aufteilung der Sortimente



Begutachtet werden soll die Planung von ca. 1.400 qm Verkaufsfläche. Der geplante Nahversorgungsstandort ist als großflächig einzustufen, so dass die Regelvermutung des §11 Abs.3 BauNVO auf sie angewendet werden muss. Dieses Gutachten prüft die städtebauliche Verträglichkeit der geplanten Ansiedlung für die umliegenden Zentren- und die Nahversorgungsstrukturen in Nohfelden.

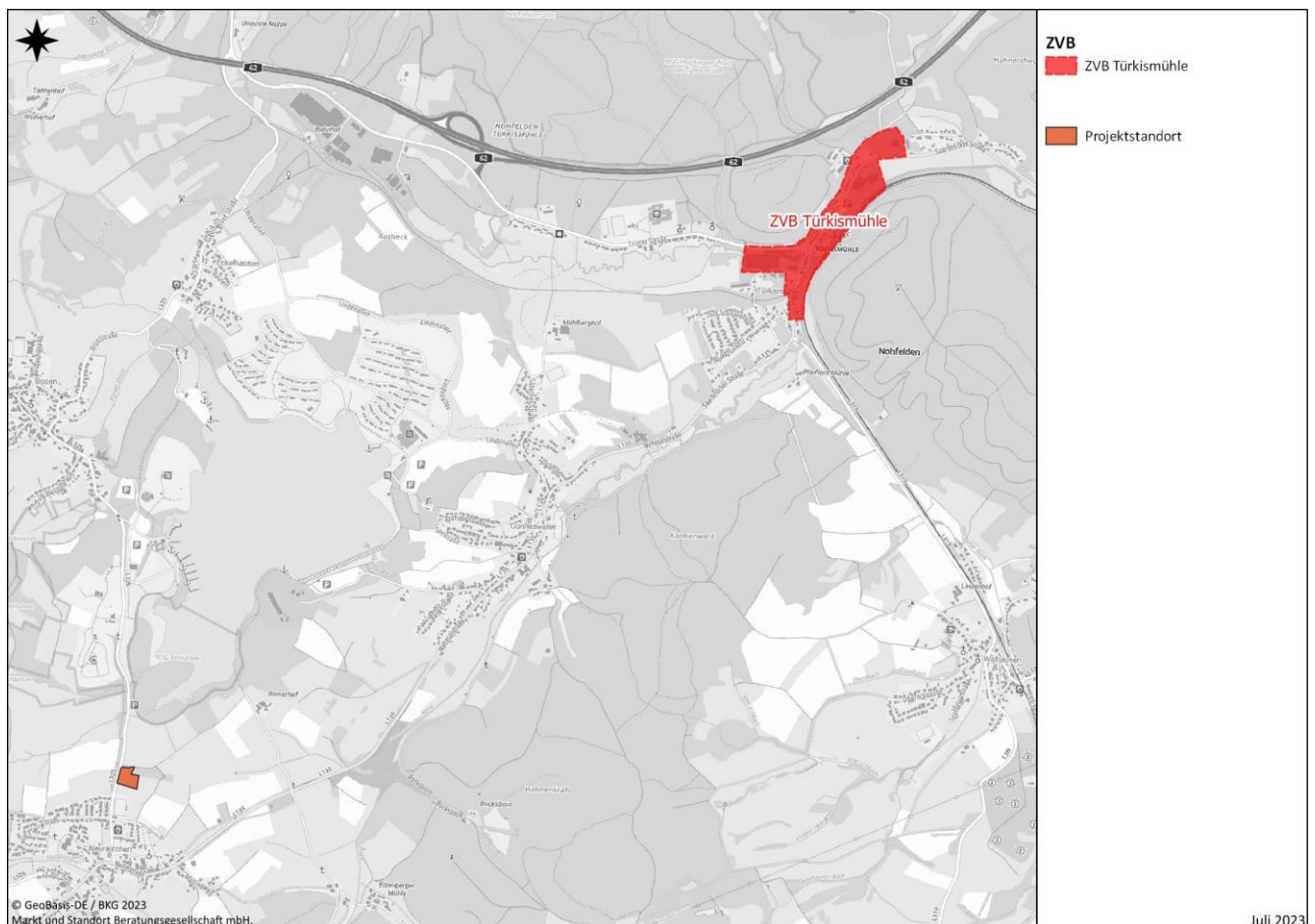
A.2.3 Einordnung in das städtebauliche Gefüge der Gemeinde Nohfelden

Der untersuchte Standort liegt an der Schulstraße, der Verbindungsstraße zwischen den Ortsteile Neunkirchen/Nahe und Bosen.

Das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden⁵ hat in Neunkirchen/Nahe ein perspektivisches Nahversorgungszentrum (NVZ) ausgewiesen. Der Projektstandort sollte zu gegebener Zeit in das EHK als NVZ Neunkirchen/Nahe aufgenommen werden.

Die im Bereich der Saarbrücker Straße/Von-Boch-Straße in Türkismühle ansässigen großflächigen Betriebe (Edeka Vollsortimenter und ein Netto Discounter) sind Bestandteil des ZVB-Türkismühle

Abbildung 2 Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Türkismühle und Lage des Projekts



Quelle: eigene Erhebungen und Darstellung

Das Plangelände liegt außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Türkismühle in einem anderen Ortsteil. Die funktionale Ausrichtung beider Versorgungsstandorte ergänzen sich, wobei das Nahversorgungszentrum Neunkirchen/Nahe eine untergeordnete Versorgungsfunktion für die Gesamtgemeinde erfüllt.

⁵ Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden, 2023



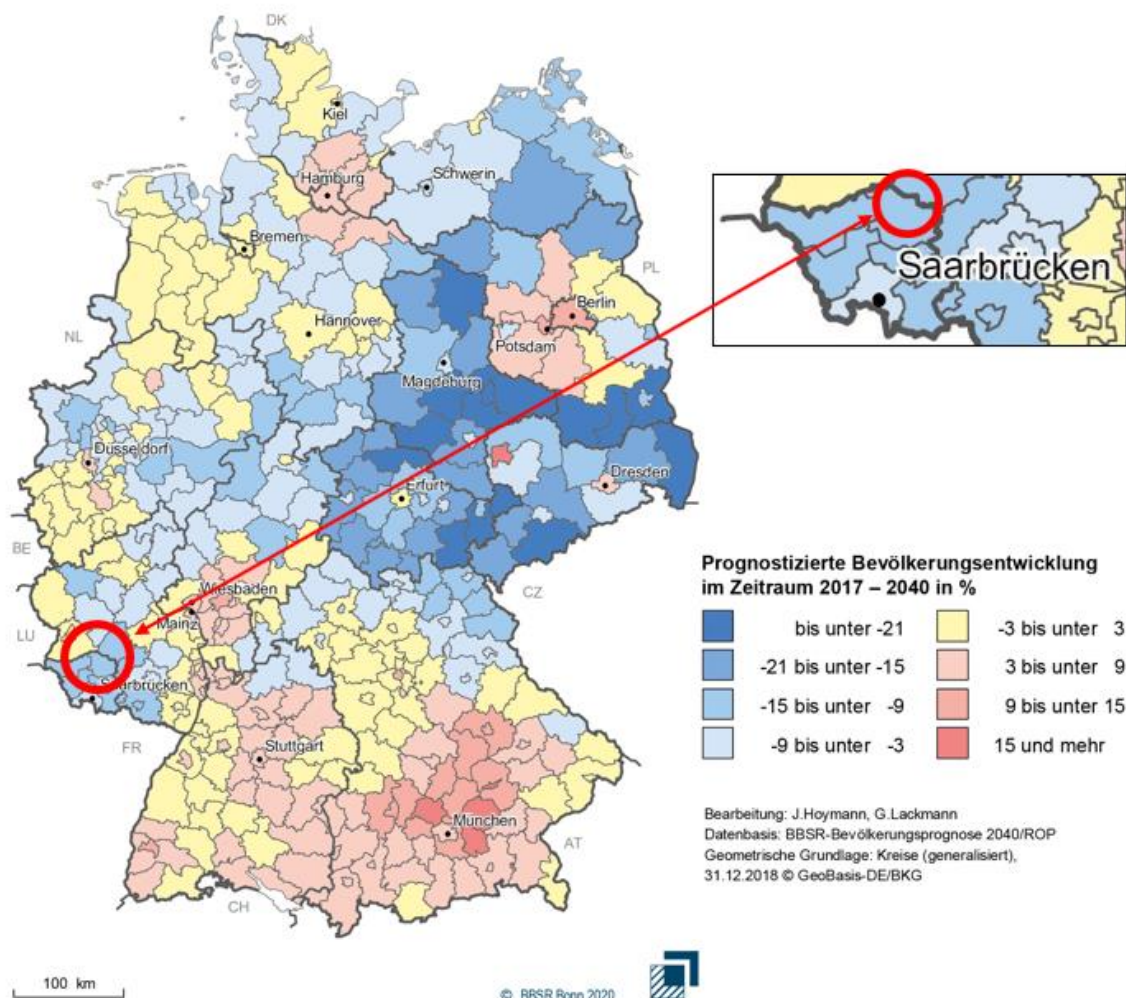
Die Nahversorgungsfunktion des Planstandortes ist gewährleistet. Das gesamte Siedlungsgebiet von Neunkirchen/Nahe liegen innerhalb eines 800 m Radius um den Planstandort, so dass eine fußläufige Versorgung für die dortige Wohnbevölkerung gesichert ist.

A.2.4 Sozioökonomische Rahmendaten

A.2.4.1 Künftige Entwicklungstrends

Die durch die Bundesregierung im Bundesraumordnungsbericht aufgezeigten Trends im Zuge der wirtschaftlichen und demografischen Entwicklung zeigen für den Landkreis St. Wendel, demnach also auch für die Gemeinde Nohfelden, eine Abnahme der Bevölkerung. Die zukünftige Tragfähigkeit der bestehenden Einzelhandelsbetriebe ist trotzdem grundsätzlich gewährleistet, denn die zu erwartenden Ausgaben im stationären Einzelhandel sind damit nicht festgelegt. In Nohfelden ist die ungünstige gemeindliche Versorgungssituation, die durch hohen Kaufkraftabflüsse geprägt ist, erheblicher für die Entwicklungschancen von Neuansiedlungen als die zu erwartende Bevölkerungsentwicklung. Auch in den nächsten Jahren ist mit hohen Besucherzahlen am Bostalsee zu rechnen.

Abbildung 3 Bevölkerungsprognose



Quelle: BBSR-Raumordnungsbericht 2020, verändert

Laut der dargestellten Prognose des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung ist bis 2040 von einem Bevölkerungsrückgang zwischen 9% und 15% im Landkreis St. Wendel auszugehen. Eine Projektion auf Gemeindeebene liegt für diese Prognose nicht vor. Es ist jedoch davon auszugehen, dass durch



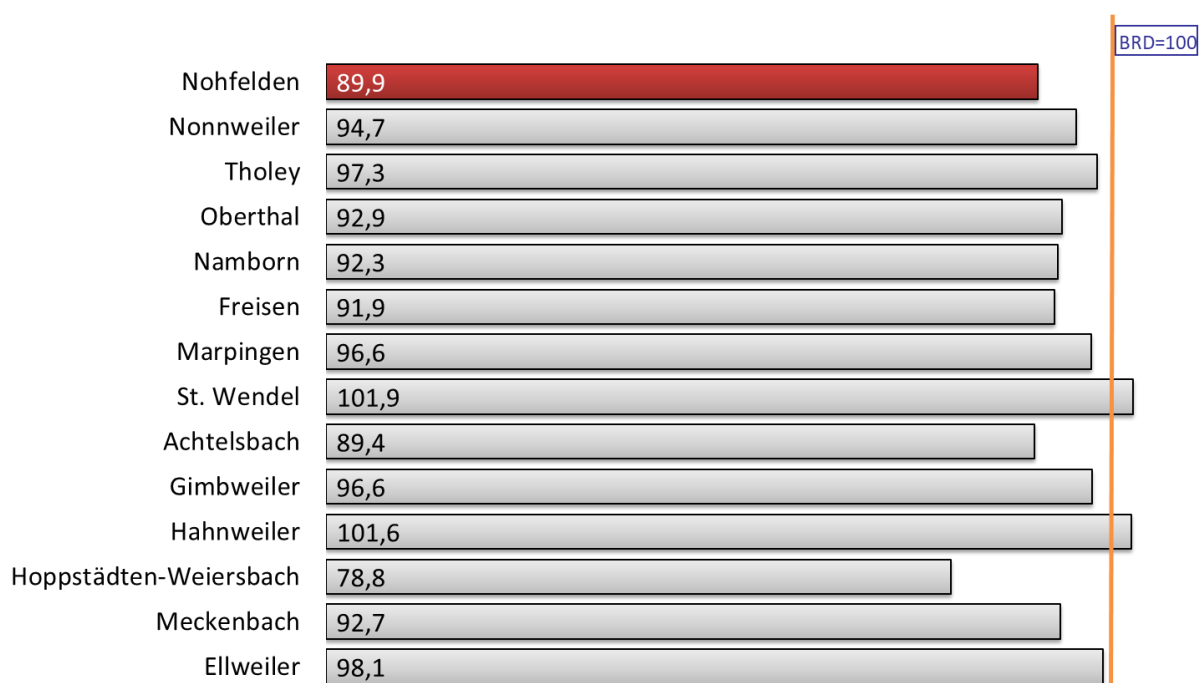
Wohnungsbauprojekte in Nohfelden die Prognose zu verbessern ist. Durch gezielte Ansiedlungspolitik vor Ort o.ä. kann auch eine positive Entwicklung herbeigeführt werden.

A.2.4.2 Kaufkraftniveau

Die Kaufkraftverhältnisse innerhalb einer Region lassen sich am ehesten durch die Darstellung der Kaufkraftkennziffern darstellen. Die Kaufkraftkennziffern geben Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage. In Verbindung mit den aktuellen Zahlen zur (ortsansässigen) Bevölkerung erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Waren und Gütern, die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen distribuiert werden.

Eine qualitative Bewertung der Kaufkraft des Einwohnerpotenzials erlaubt das regionale Kaufkraftniveau. Es gibt an, ob ein bestimmtes Gebiet in der Tendenz über, oder unter dem Bundesdurchschnitt (BRD=100) liegt. Das jeweilige Kaufkraftniveau pro Einwohner beeinflusst direkt die standortspezifischen Nachfragepotenziale.

Abbildung 4 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich



Quelle: MB-Research, Nürnberg 2023

Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt weist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Gemeinde Nohfelden mit 89,9 einen unterdurchschnittlichen Wert auf. Damit erreicht das Ausgabenniveau in Nohfelden 10,1% weniger als im Bundesdurchschnitt. Im regionalen Vergleich liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Nohfelden auf leicht unterdurchschnittlichem Niveau. Die höchsten Werte können St. Wendel mit 101,9 und Hahnweiler mit 101,6 erreichen. Insgesamt betrachtet liegt das Kaufkraftniveau im Untersuchungsgebiet unter dem Bundesdurchschnitt von 100.

B Auswirkungsanalyse

Die Auswirkungsanalyse für das geplante Projekt beinhaltet als Grundlage die Darstellung und Bewertung der Bestandssituation in Nohfelden. Zunächst jedoch wird der zu erwartende Einzugsbereich des Projektes erarbeitet und in seinen Nachfrage- und Angebotsstrukturen beschrieben. Auf der Basis dieser Analysen werden die Ergebnisse der Modellberechnungen (Analyse der Einkaufsbeziehungen) dargestellt und als Kaufkraftströme quantifiziert.



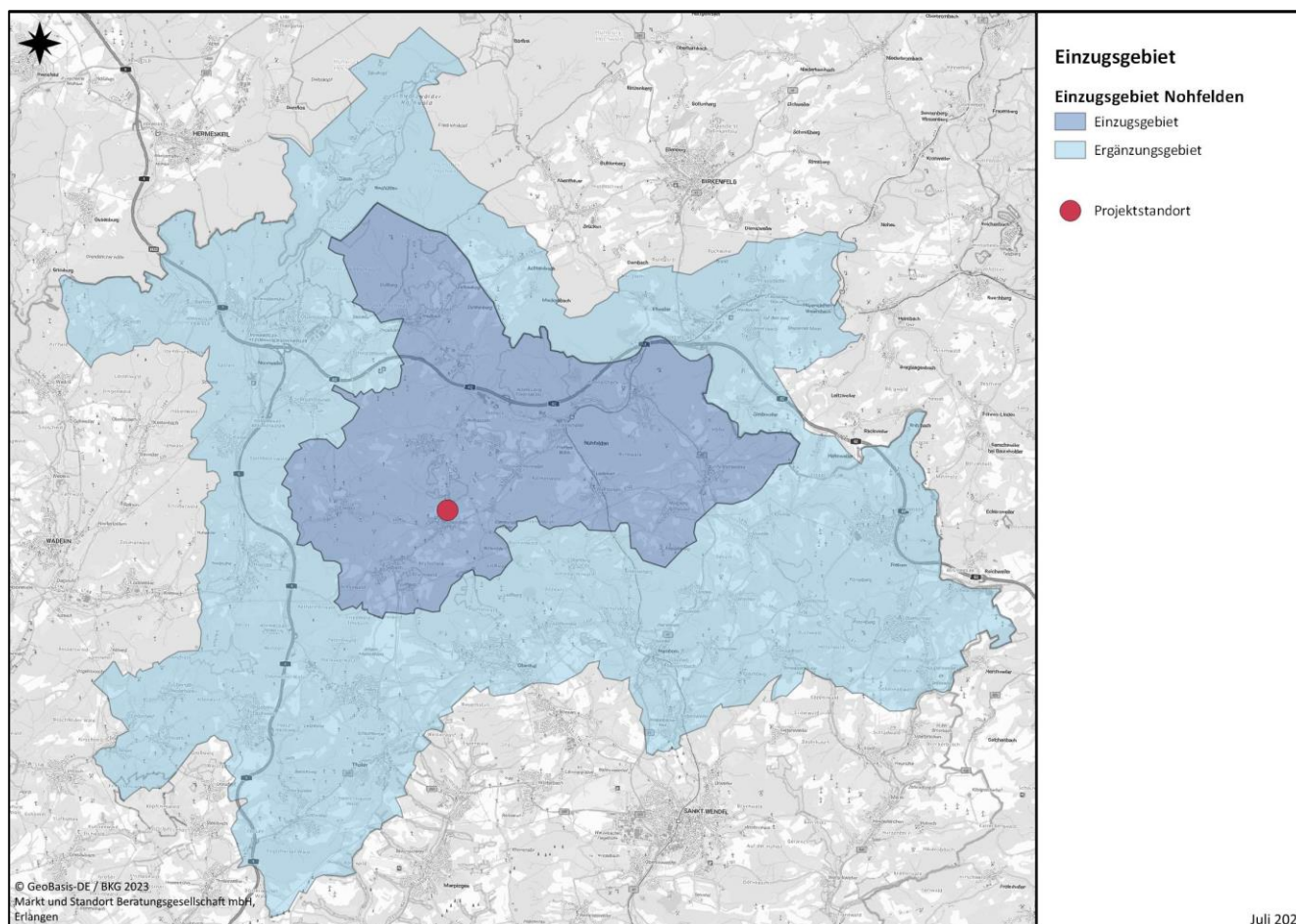
In Simulationsrechnungen werden dann die Veränderungen der Kaufkraftströme ermittelt, die durch das zu prüfende Projekt verursacht werden.

Die städtebaulichen Bewertungen dieser Kaufkraftstromveränderungen werden auf dieser Basis erarbeitet und der Einfluss der aktuellen Planungen wird bewertet.

B.1 Einzugsbereich des Projektes

Der Einzugsbereich des Projektes ist zum einen abhängig von der Angebotsstruktur des Projektes, die bereits beschrieben wurde, und zum anderen von der Verkehrslage und der Erreichbarkeit für die Verbraucher. Die Standortlage des Projektes ist als verkehrsgünstig bewertet.

Abbildung 5 Einzugsbereich des Nahversorgers in Nohfelden



Quelle: eigene Darstellung

Der Einzugsbereich basiert auf der grundzentralen Funktion der Ortsteile Nohfelden und Türkismühle und umfasst für Nahversorgungsprojekte das Gemeindegebiet. Schwerpunkt der Versorgung am Standort Neunkirchen/Nahe wird jedoch das südwestlich Gemeindegebiet sein.

Als Grundlage für die Abgrenzung des Marktgebietes wurde insbesondere die Bewertung der umliegenden Konkurrenzzentren und die für die Nahversorgung besonders wesentlichen Distanzen herangezogen. Zum anderen spielt die Angebotsstruktur eine erhebliche Rolle für die Erschließung eines Einzugsbereiches. Daneben fließen auch topographische und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten sowie die übergemeindliche Wettbewerbssituation und die Pendlerbeziehungen in das Abgrenzungsverfahren mit ein.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden basiert ebenfalls auf dem Nahbereich der Gemeinde, der dem Gemeindegebiet entspricht.



Aufgrund der hohen Kaufkraftabflüsse sind zwar Rückholungseffekte aber kaum Kaufkraftzuflüsse aus benachbarten Gemeinden (Tholey, Namborn etc.) zu erwarten.

B.2 Marktpotenzial

Das Potenzial für den Einzelhandel im Einzugsbereich ergibt sich zum einen aus der Bevölkerungskonzentration und -verteilung und zum anderen aus den Pro-Kopf-Ausgaben, die Grundlage für die Berechnung der Einzelhandelsausgaben sind. Folgende bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben werden für diese Studie zugrunde gelegt.

Tabelle 2 Pro-Kopf-Ausgaben nach Sortimentsgruppen (Bundesdurchschnitt)

Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik
3.166	635	701	161	119	125

Elektroartikel	Bücher / Schreibwaren / Zeitschriften	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	Hobby- und Freizeitartikel	Gesamt
595	229	676	629	411	7.445

Quelle: eigene Berechnungen Stand 2023, maßgebliche Pro-Kopf-Werte fett und schwarz gedruckt

Aus der Verrechnung mit dem Einkommensniveau und der Bevölkerungszahl ergibt sich das im Einzugsbereich verfügbare einzelhandelsrelevante Potenzial, das den Einwohnern jährlich für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Insgesamt stehen im Marktsegment des geplanten Vorhabens folgende Marktpotenziale zur Verfügung:

Tabelle 3 Projektrelevante Marktpotenziale

	Einwohner	Potenzial Nahrungs- und Genussmittel in Mio. Euro	Potenzial Gesundheits- und Körperpflegeartikel in Mio. Euro	Potenzial Nahversorgung in Mio. Euro
Gemeinde Nohfelden	9.826	28,0	5,6	33,6

Quelle: eigene Berechnungen, 2023

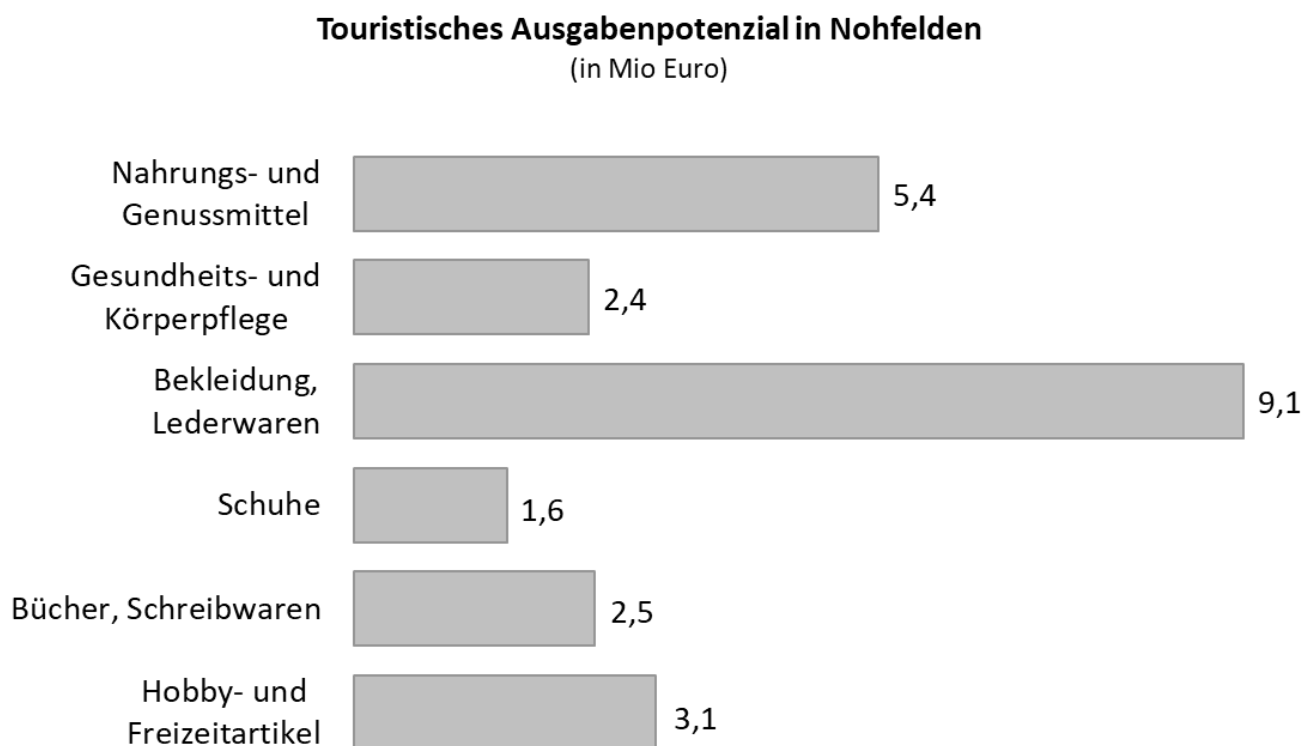
Damit steht der Bevölkerung im Einzugsbereich (Gemeinde Nohfelden) ein einzelhandelsrelevantes, projektbezogenes Potenzial in Höhe von rund 33,6 Mio. Euro zur Verfügung. Die genannten Potenziale sind Grundlage für die Umsatzschätzung sowie für die Berechnung der Auswirkungen der Kaufkraftumlenkungen, die durch das geplante Projekt im Einzugsbereich verursacht werden.

B.3 Touristische Potenziale

Durch den Bostalsee und die dortigen Freizeitanlagen gibt es in Nohfelden enormes Touristisches Ausgabenpotenzial. In den projektrelevanten Sortimenten belaufen sich diese Potenziale auf 7,8 Mio. €.



Abbildung 6 Touristische Potenziale in Nohfelden



Basis: Übernachtungen und Besucher des Freizeitzentrums Vor-Covid-Zeit (2019)

Quelle: eigene Berechnungen, 2023

Die Berechnungen der Fremdenverkehrspotenziale stammen aus den Ausführungen des Einzelhandelskonzept⁶ und basieren auf Daten Der Fremdenverkehrsverwaltung des Landkreises St. Wendel

Insgesamt belaufen sich die Potenziale in Nohfelden in den projektrelevanten Sortimenten letztlich auf ZVB-Türkismühle 41,4 Mio. €.

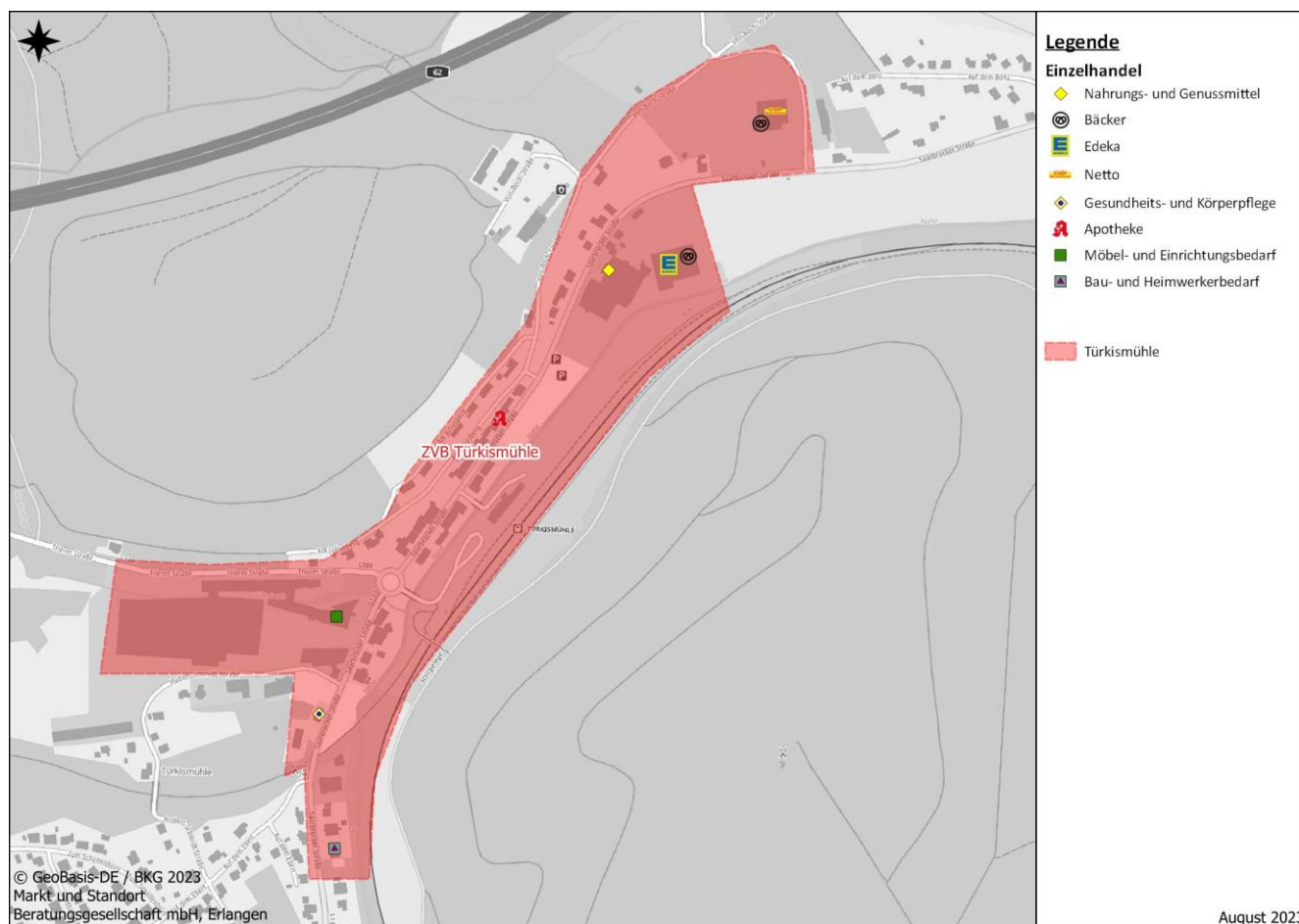
B.4 Einzelhandelsbesatz (Nahversorgung) in Nohfelden

Die Gemeinde Nohfelden ist neben verschiedenen Fachgeschäften auch mit einigen kleineren Fachmärkten besetzt. Die Kernkompetenz des Nohfelden Einzelhandels liegt in der, derzeit allerdings quantitativ unzureichenden, Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Lebensmitteln.

⁶ Quelle: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden, Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, März 2023, Seite 30 ff



Abbildung 7 Einzelhandel in Türkismühle



Quelle: eigene Erhebungen, 2023

Der Angebotsschwerpunkt im ZVB-Türkismühle liegt vor allem auf den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs. Ergänzende Angebote wie beispielsweise Blumenladen, Apotheke oder auch diverse Dienstleistungsbetriebe, prägen den zentralen Versorgungsbereich.

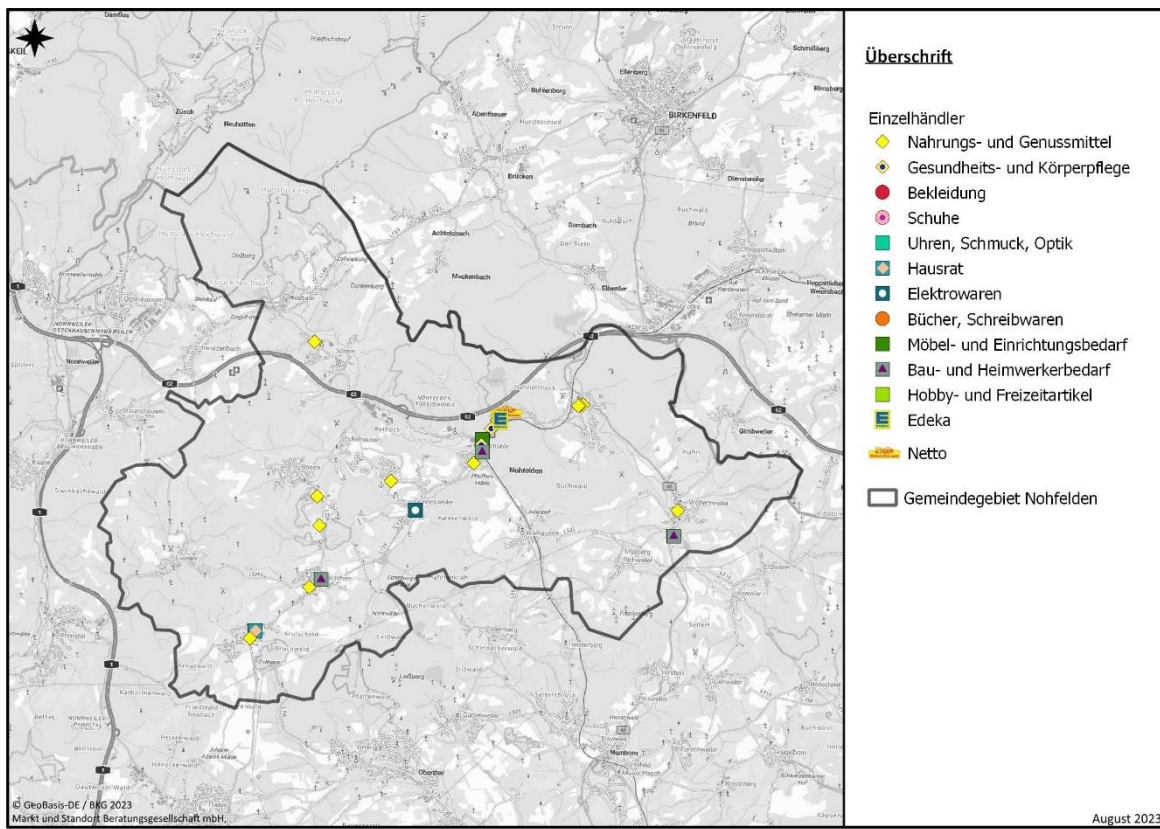
Die Versorgung der Gemeinde Nohfelden mit Waren des kurzfristigen Bedarfs wird vor allem im Osten der Gemeinde realisiert. Im Westen Nohfeldens (OT Neunkirchen/Nahe, Bosen etc.) ist kein zufriedenstellendes Angebot vorzufinden.

Insgesamt werden in der Gemeinde Nohfelden Waren aus dem projektrelevanten Sortimentsbereich auf einer Verkaufsfläche von 3.815 qm angeboten. Davon entfallen 3.015 qm auf Nahrungs- und Genussmittel sowie 225 qm auf Gesundheits- und Körperpflegeartikel. Hier summieren sich insbesondere die Nebensortimente von Edeka und Netto sowie die Verkaufsflächen der ansässigen Apotheken. Im Nahversorgungssegment wird ein Einzelhandelsumsatz von insgesamt rund 15,1 Mio. Euro erzielt.

In Nohfelden ist lediglich ein großflächiger Lebensmittelanbieter (Edeka Supermarkt) im ZVB-Türkismühle angesiedelt.

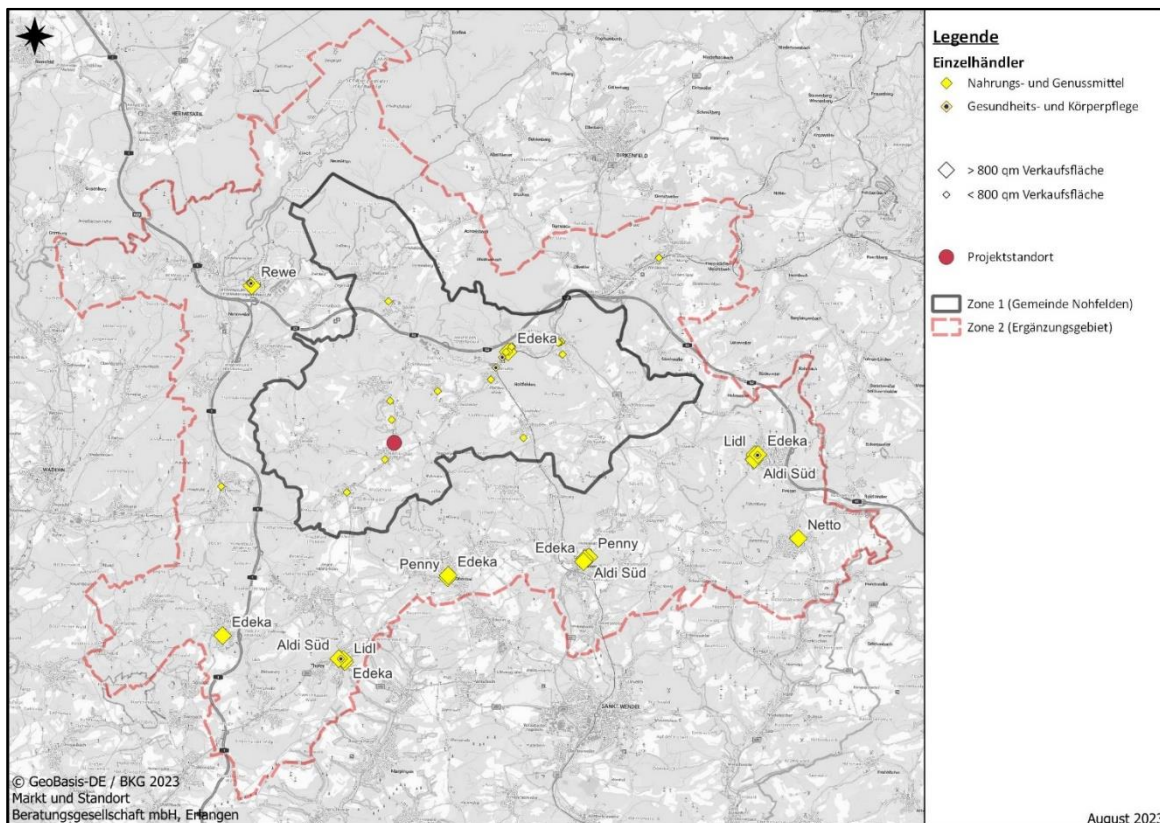


Abbildung 8 Einzelhandelsbetriebe in Nohfelden



Quelle: eigene Erhebungen, 2023

Abbildung 9 Betriebe im Umkreis Nohfeldens



Quelle: eigene Erhebung, 2023



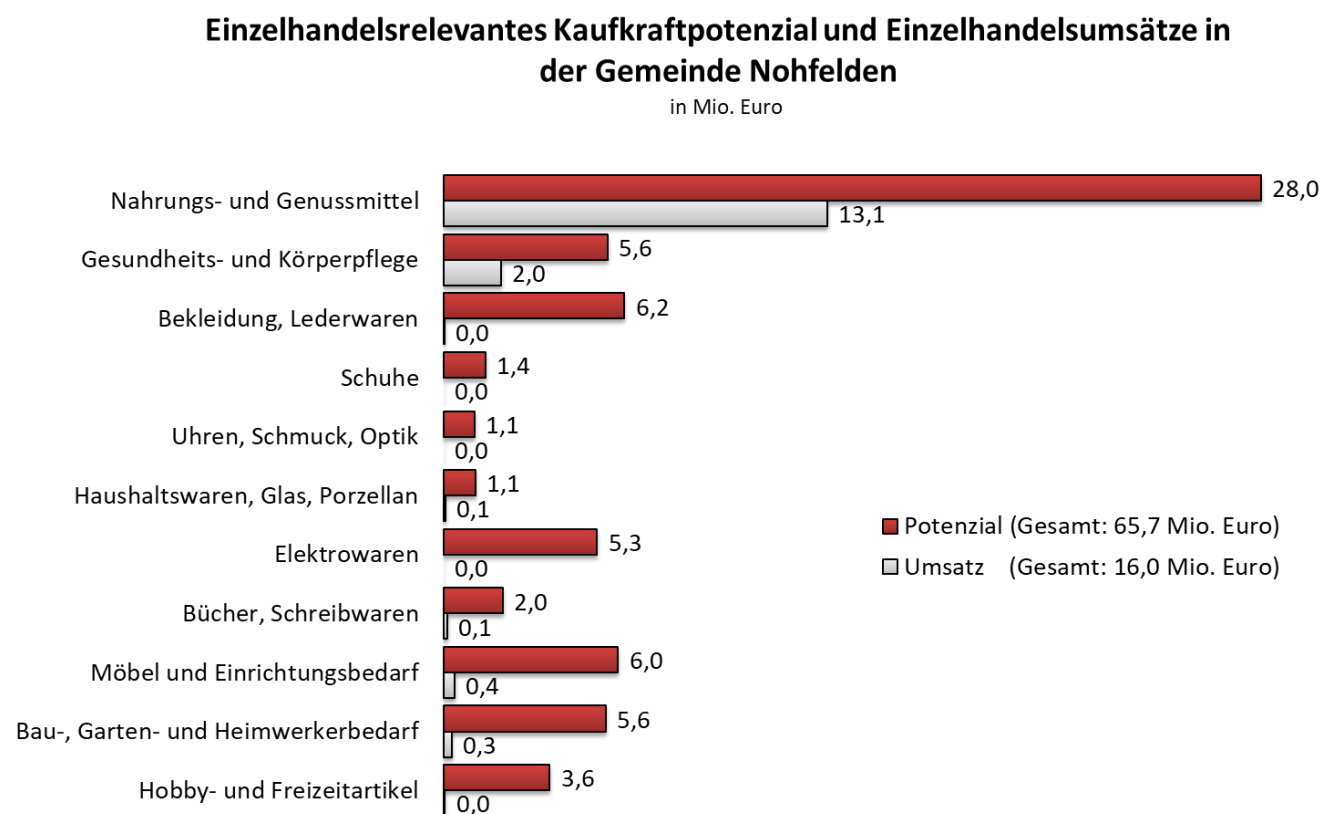
Die benachbarten Städte und Gemeinden weisen ein unterschiedliches Angebotsniveau in der Nahversorgung auf. Während das Angebot in Freisen und Tholey als gut eingestuft werden kann, ist die Nahversorgung in Oberthal und Nonnweiler durchaus lückenhaft.

B.5 Kaufkraftbindung im Nahversorgungssegment in Nohfelden

Die bilanzierende Gegenüberstellung von Einzelhandelskaufkraft und Einzelhandelsumsatz zeigt die Zentralität in den projektrelevanten Sortimentsgruppen. Hier wird deutlich in welchem Ausmaß die vor Ort vorhandene Einzelhandelskaufkraft durch den Nohfelden ansässigen Einzelhandels gebunden werden kann.

Hier sind ausschließlich die Potenziale der ansässigen Bevölkerung dargestellt. Nicht unerhebliche touristische Ausgabenpotenziale kämen noch hinzu.

Abbildung 10 Kaufkraftbindung und Zentralität in den projektrelevanten Sortimentsgruppen



Quelle: eigene Darstellung, Potenzial ohne touristische Einzelhandelspotenziale

Aus der Verrechnung von Umsatz und Potenzial ergibt sich die Zentralitätsquote, die den bilanzierten Bindungsgrad der Kaufkraft in der jeweiligen Sortimentsgruppe angibt. Sowohl in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel (46,8%) als auch in der Sortimentsgruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel (35,7%) sind die Bindungsquoten niedrig. In Nohfelden sind für beide nahversorgungsrelevante Sortimentsgruppen erhebliche Fehlquoten in der Kaufkraftbindung festzustellen.

B.6 Die Kaufkraftströme und die erwarteten Veränderungen

B.6.1 Der 0-Fall (Status Quo)

Durch den Einsatz des **Markt und Standort Modells** können die aktuellen Einkaufsbeziehungen im Einzugsbereich des Projektes ermittelt werden. Mit Fokus auf den Standort werden die Kaufkraftströme aus der Perspektive des Nohfelden Einzelhandels und Verbrauchers dargestellt. Bei der Ermittlung der Kaufkraftströme



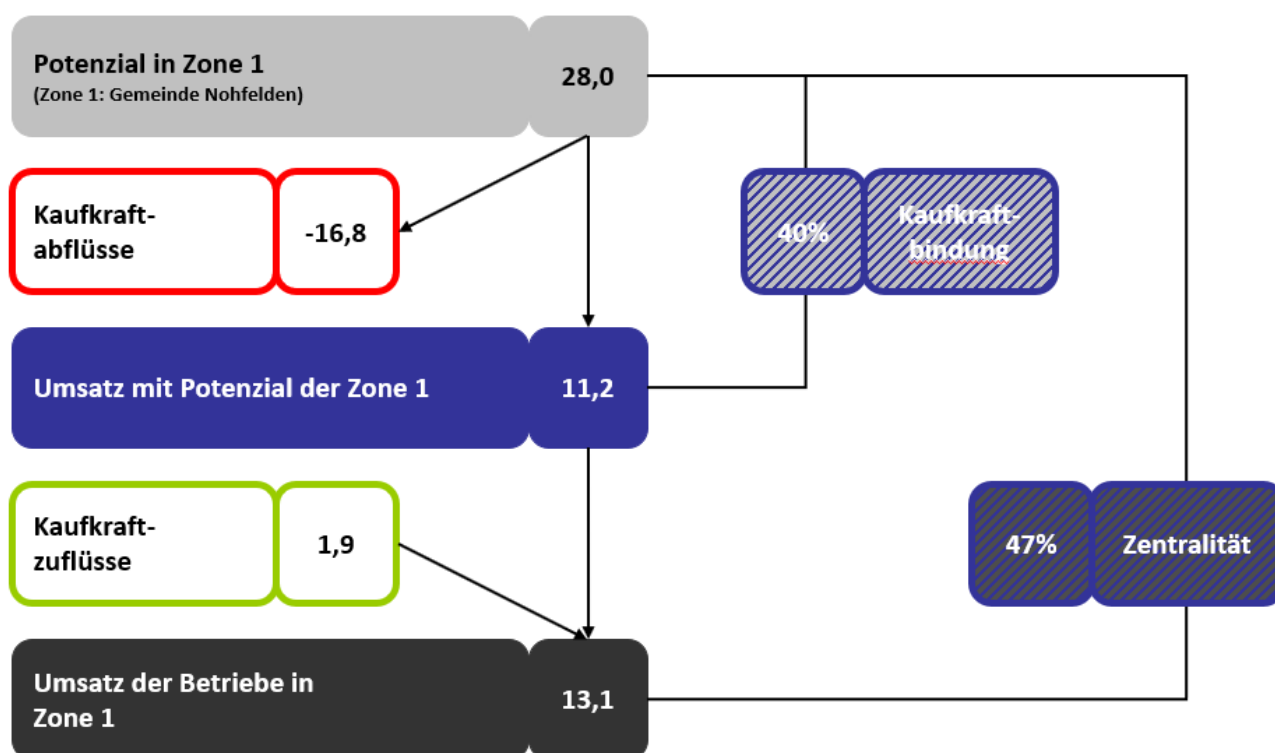
werden, im Gegensatz zur Darstellung der Zentralität, keine bilanzierten Berechnungen vorgenommen, sondern auf Basis der einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten die Ströme (Zuflüsse und Abflüsse der Kaufkraft) simuliert.

Die Kaufkraftströme für Lebensmittel setzen sich im vorliegenden Fall (Lebensmittelmarkt) aus der Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheits- und Körperpflegeartikel zusammen. Es ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Standort um einen Nahversorgungsstandort mit geringen regionalen Verflechtungen handelt.

Abbildung 11 Kaufkraftströme Status-Quo – Nahrungs- und Genussmittel in Mio. €

Kaufkraftströme, Status Quo

Nahrungs- und Genussmittel, gesamt



Angaben in Mio. Euro

Quelle: eigene Berechnungen, Stand 2023

Die Gemeinde Nohfelden füllt ihre zentrale Versorgungsfunktion im Nahrungs- und Genussmittelbereich nicht ausreichend aus. Das unzureichende Angebot in der Gemeinde Nohfelden führt zu Kaufkraftabflüssen in der Größenordnung von 16,8 Mio. €. Hier ist insbesondere auf größere Versorgungsstandorte im Umkreis, wie z.B. das vielfältige Angebot in Tholey, Namborn, Freisen oder auch den weiter entfernten Standort des Globus SB-Warenhauses in St. Wendel hinzuweisen.

B.6.2 Der 1-Fall (Projekt)

Grundlage für die perspektivische Berechnung der zu erwartenden Auswirkungen des zu prüfenden Projektes sind die dargestellten Kaufkraftströme in Nohfelden. Auf Basis der hohen Verflechtungen innerhalb Nohfeldens und der eher einseitigen Einkaufsbeziehungen mit dem direkten Umland werden die Wirkungen des Projektes ermittelt. Die Veränderung der Kaufkraftströme führt dabei zu Umsatzzumlenkungen, die für die betroffenen Einzelhandelsstandorte geprüft und gutachterlich bewertet werden.



Im Folgenden werden die zu erwartenden Projektumsätze für die Verkaufsflächen ermittelt und die erzielten Marktanteile dargestellt. Die geplante Gesamtverkaufsfläche beträgt 1.400 qm für den Vollsortimenter.

Tabelle 4 Projekt, geplante Sortimente und Umsatzerwartung

Sortimentsgruppe	Supermarkt		
	Verkaufsflächen in qm	Raumleistungen in €/qm	Umsatzerwartung in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	1.200	4.300	5,2
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	150	5.500	0,8
Restliche Nonfood-Artikel	50	2.500	0,1
Summe Betriebstypen	1.400	4.364	6,1

Quelle Raumleistungen: BBE, eigene Berechnungen

Mit den verwendeten Raumleistungen wird sichergestellt, dass eine **worst-case Betrachtung** im Sinne des BauGB sowie der aktuellen Rechtsprechung vollzogen wird. Die verwendeten hohen Raumleistungen betragen für den Lebensmittelvollsortimenter 4.364 €/qm.

Durchschnittliche Raumleistungen für Supermärkte in der geplanten Größenordnung liegen in Deutschland bei rund 3.600 € je qm⁷. Somit liegt die worst-case Annahme für den Lebensmittel Vollsortimenter um 21% höher als der Durchschnittswert.

B.7 Verträglichkeitsuntersuchung für das Projekt

B.7.1 Bewertung der Sortimentsstruktur

Der Landesentwicklungsplan Teilabschnitt Siedlung stellt Sortimente der Grundversorgung als zentrenrelevant dar.

Abbildung 12 Liste der zentrenrelevanten Sortimente aus dem LEP Teilabschnitt Siedlung

Als zentrenrelevante Sortimente im Sinne des Landesentwicklungsplanes gelten insbesondere:

- Sortimente der Grund-/Nahversorgung/des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke und Tabakwaren)
- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroartikel
- Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik, kunstgewerbliche Artikel, Geschenkartikel, Bastelartikel, Antiquitäten
- Bekleidung, Leder-/Pelzwaren, Schuhe
- Uhren, Schmuck, Edelmetallwaren
- Drogeriewaren, Kosmetika, pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel
- Unterhaltungselektronik/Telekommunikations- und EDV-Bedarf, Kleinlektrohaushaltswaren („braune Ware“)
- Musikinstrumente, Musikalienhandel, Bild- und Tonträger
- Fotogeräte, feinmechanische/optische Erzeugnisse und Zubehör
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Teppiche (ohne Teppichböden), Beleuchtungskörper, Raumausstattung
- Baby-, Kinderartikel
- Spielwaren, Sportartikel (kleinteilig), Reit-/Jagdbedarf
- Wolle, Kurzwaren/ Handarbeit, Nähmaschinen und Zubehör
- Schnittpflanzen, zoologischer Bedarf, lebende Tiere, Tiernahrung

Quelle: Amtsblatt des Saarlandes, herausgegeben vom Chef der Staatskanzlei, 2006, ausgegeben zu Saarbrücken, 14. Juli 2006, Nr. 29

⁷ Vergleich z.B. BBE, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020, München 2017, EHI, Handelsdaten aktuell 2022



Das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden weist die Kernsortimente des Vorhabens gleichfalls als nahversorgungs- und zentrenrelevant aus. Das trifft sowohl für die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel als auch für Gesundheits- und Körperpflegeartikel zu.

Das Kernsortiment des Projektes ist somit als zentrenrelevant zu bewerten. Damit sind per Definition städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich und zu berücksichtigen.

B.7.2 Städtebauliche Eignung des Makrostandortes (Konzentrationsgebot, Ziffer 41 und 42)

Der Landesentwicklungsplan bestimmt:

(41)

(G) Zur bedarfsgerechten, verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung soll in allen Landesteilen ein auf den jeweiligen Versorgungsauftrag des Ober-, Mittel- oder Grundzentrums ausgerichtetes Spektrum von Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen unterschiedlicher Größe und Angebotsformen sichergestellt werden. Die Standortgemeinden sollen dazu im Rahmen der Bauleitplanung an städtebaulich geeigneten Standorten in den zentralen Orten Flächenvorsorge für großflächige Einzelhandelseinrichtungen treffen.

(Z) In nicht-zentralen Gemeindeteilen („Nahbereich“) ist die Versorgung der Bevölkerung auf die wohnortnahe Grundversorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs auszurichten.

(42)

(Z) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Grundzentren zulässig (Konzentrationsgebot). In Ausnahmefällen sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen auch in nicht-zentralen Gemeindeteilen zulässig, wenn

- dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung dient und
- eine entsprechende Mantelbevölkerung, d. h. die für die Auslastung der großflächigen Einzelhandelseinrichtungen erforderliche Bevölkerungszahl, vorhanden ist.

Über Ausnahmearforderlichkeit sowie Standort und Umfang der Einzelhandelsansiedlung,-erweiterung oder -änderung entscheidet die Landesplanungsbehörde.

Die Gemeinde Nohfelden verfügt mit den Ortsteilen Nohfelden und Türkismühle laut Landesentwicklungsplan über ein bipolares Grundzentrum. Der Ortsteil Neunkirchen/Nahe mit dem Projektstandort ist nicht als zentraler Ort ausgewiesen.

Die Ausnahmeregelung des Konzentrationsgebotes (Ziffer 42 des LEP, TA „Siedlung“) kann aus gutachterlicher Sicht greifen. Im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Nohfelden wurde zum einen nachgewiesen, dass die raumstrukturellen Gegebenheiten einen Versorgungsstandort zur Sicherung der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung erfordern und eine ausreichende Mantelbevölkerung für die Auslastung des geplanten Marktes vorhanden ist. Vor diesem Hintergrund wurde der Standortbereich in Neunkirchen/Nahe als perspektivisches Nahversorgungszentrum ausgewiesen⁸. Damit kann das **Konzentrationsgebot als erfüllt bewertet werden**.

B.7.3 Städtebauliche Eignung des Mikrostandortes (Integrationsgebot, Ziffer 46)

Der Landesentwicklungsplan des Saarlandes bestimmt:

(46)

(Z) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereich (integrierter Standort) des jeweiligen zentralen Ortes innerhalb

⁸ Quelle: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden, Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, März 2023, Seite 53 ff



des Siedlungszusammenhangs zu errichten (städtebauliches Integrationsgebot). Im Oberzentrum sowie in den Mittelzentren sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen auch in den Nebenzentren zulässig, sofern sie bezüglich Größenordnung, Warensortiment und Einzugsbereich dem Versorgungsbereich des Nebenzentrums angemessen sind und an einem städtebaulich integrierten Standort errichtet werden.

Die Prüfung der funktionalen (und städtebaulichen) Integration des Standortes ergab im Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden ein positives Urteil für den Planstandort in Neunkirchen/Nahe. Das Vorhaben liegt zwar außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Türkismühle, das Plangelände erschließt jedoch innerhalb der fußläufigen Distanz große Teile des Ortsteiles Neunkirchen/Nahe und ist als ZVB Nahversorgung Neunkirchen/Nahe im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Nohfelden aufgeführt.

Der geplante Standort kann auch deshalb als Standort für Nahversorgung dienen, da hier die wohnortnahe bzw. örtliche Grundversorgung deutlich verbessert wird. Eine Siedlungsintegration des Planstandortes aufgrund der umgebenden Wohnbebauung, der Scharnierfunktion in Bezug auf die Versorgung von Bosen ist gewährleistet.

Das Einzelhandelskonzept beinhaltet eine Standortalternativenprüfung, die keine anderen für den geplanten Zweck nutzbare Flächenpotenziale im zentralen Versorgungsbereich Türkismühle nachweisen kann. Auch innerhalb des Ortsteiles Nohfelden und der anderen Ortsteile sind derzeit keine adäquaten Grundstücksflächen verfügbar, die eine bessere funktionale oder städtebauliche Integration, als die beiden Grundstücke in Neunkirchen/Nahe vorweisen können.

Das Integrationsgebot (Ziffer 46) ist somit für den untersuchten Standort als erfüllt zu werten.

B.7.4 Einpassung in die zentralörtliche Versorgungsstruktur (Kongruenzgebot, Ziffer 44)

Der Landesentwicklungsplan des Saarlandes bestimmt:

(44)

(Z) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen sich bezüglich Größenordnung und Warensortiment funktional in die vorgegebene zentralörtliche Versorgungsstruktur einfügen. Der Einzugsbereich der entsprechenden Einzelhandelseinrichtung darf den Verflechtungsbereich des betreffenden zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot). Dies ist vom Planungsträger entsprechend nachzuweisen.

Der Einzugsbereich des Projektes ist begrenzt auf das Gemeindegebiet Nohfeldens. Somit ist es ausgeschlossen, dass das Vorhaben nennenswerte Umsatzanteile von außerhalb des Gemeindegebietes binden wird. Der Kerneinzugsbereich umfasst ausschließlich die Gemeinde Nohfelden. Umsatzumverteilungen allerdings werden auch außerhalb des Gemeindegebietes Nohfeldens zu beobachten sein, da ein wesentlicher Teil der Umsatzgenerierung in der Rückholung derzeit abfließender Kaufkraft bestehen wird.

Das Kongruenzgebot ist aus gutachterlicher Sicht eingehalten.

B.7.5 Städtebauliche Auswirkungen auf Nohfelden und die umliegenden Versorgungszentren (Beeinträchtungsverbot, Ziffer 45)

Der Landesentwicklungsplan des Saarlandes bestimmt:

(45)

(Z) Neuansiedlungen, Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen großflächiger Einzelhandelseinrichtungen dürfen das Zentrale-Orte-Gefüge des Landes sowie die Funktionsfähigkeit des jeweiligen zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereiches des zentralen Ortes (Standortgemeinde) sowie der benachbarten zentralen Orte (Nachbargemeinden) nicht beeinträchtigen (Beeinträchtungsverbot). Dies gilt insbesondere für solche Standortgemeinden, in denen der Erfolg von städtebaulichen Maßnahmen zur funktionalen Stärkung oder Stabilisierung



von Stadt- und Ortskernen in Frage gestellt wird, z. B. bei städtebaulichen Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen.

Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns bzw. der städtebaulich-funktionalen Zentren wird grundsätzlich vermutet, wenn aufgrund des durch den Betrieb des Einzelhandelsprojekts verursachten Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen und die Versorgungsfunktion maßgeblich gestört wird. Dies wird regelmäßig durch die vielfältigen Gerichtsurteile unterstellt, wenn **bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10%** und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 20% zu erwarten ist. Allerdings handelt es sich hier nicht um fixe Grenzwerte, die in jedem Falle heranzuziehen sind. Für jeden Einzelfall sind die Verträglichkeitsgrenzen gutachterlich neu zu bewerten.

Die folgende Berechnung geht von einer städtebaulich maßgeblichen Umsatzverlustschwelle von 10% aus.

B.7.5.1 Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel

Bezogen auf die erwarteten Lebensmittelumsätze bewirkt das Vorhaben Umsatzzumlenkungen von insgesamt 5,2 Mio. € in Nohfelden und den benachbarten Gemeinden. Davon werden 0,7 Mio. € in Nohfelden umverteilt, d.h. dieser Betrag geht den in der Gemeinde Nohfelden ansässigen Anbietern von Nahrungs- und Genussmitteln verloren. Die übrigen 4,5 Mio. € der Lebensmittel-Umsatzerwartung des Planvorhabens werden in Betrieben außerhalb des Gemeindegebiets umverteilt. Verbraucher mit Wohnsitz in Nohfelden, die derzeit bei Anbietern in den Nachbargemeinden einkaufen, werden dies in Zukunft, nach Realisierung des Vorhabens, weniger häufig tun. Das bedeutet nichts anderes, als dass derzeit aus Nohfelden abfließende Kaufkraft zurückgebunden wird. Vor dem Hintergrund der Kaufkraftrückbindung würde die Realisierung der geplanten Lebensmittel-Verkaufsfläche spürbare positive Wirkungen durch die Schaffung kurzer Versorgungswege in Nohfelden auslösen.

Tabelle 5 Umsatzzumlenkungen des geplanten Vorhabens – Nahrungs- und Genussmittel

Orte	Bestandsumsatz in Mio. €	Umsatzzumlenkung in Mio. €	Umsatzzumlenkung in %
Türkismühle ZVB	8,8	0,5	5,7%
Nohfelden - Rest	4,4	0,2	4,7%
Nonnweiler	10,5	0,5	4,4%
Hoppstädten-Weiersbach	2,1	...*	...*
Freisen	26,2	0,6	2,2%
Namborn	17,0	0,6	3,7%
Oberthal	8,5	0,3	3,0%
Tholey	23,7	1,0	4,4%
diffuse Rückflüsse (z.B. Globus St. Wendel, Fremdenverkehr)		1,4	
Umsatzerwartung		5,2	

Quelle: eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen sind möglich

* Werte unter 100 TEuro werden aus methodischen Gründen nicht ausgewiesen

Obwohl es sich um Kaufkraft aus Nohfelden handelt, die mit der Realisierung des Vorhabens zurückgebunden wird, ist die städtebauliche Dimension dieser Umsatzzumlenkungen in den Umlandgemeinden doch von Bedeutung für die Genehmigungsfähigkeit des Vorhabens.

Das Verhältnis der Umsatzverluste zu den Bestandsumsätzen zeigt das relative Ausmaß der Wettbewerbswirkung in den jeweiligen Gemeinden, die bei Überschreitung 10%-Marke durchaus zu städtebaulichen Wirkungen führen können.



Die höchsten absoluten Umsatzumlenkungen in einer Größenordnung von rund 1,0 Mio. € werden in der Nachbargemeinde Tholey zu beobachten sein. Dies sind rund 20% der gesamten Umsatzerwartung.

Die Umsatzumlenkungen in Nohfelden erreichen im ZVB-Türkismühle mit 5,7% den höchsten relativen Wert, was auf die kurze Distanz zwischen Projektstandort und zentralem Versorgungsbereich zurückzuführen ist. Der absolute Umsatzverlust liegt bei knapp 0,5 Mio. € und damit in einer Größenordnung, die über eine marktwirtschaftlich vertretbare Wettbewerbswirkung nicht hinausgeht. Im zentralen Versorgungsbereich von Nohfelden-Türkismühle sind insgesamt 5 Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln ansässig. Dominierend ist hier der Edeka Supermarkt, auf den der größte Teil der Umsatzumlenkungen entfallen dürfte. Städtebauliche Konsequenzen sind angesichts der geringen Umsatzlenkungsquoten für den zentralen Versorgungsbereich Türkismühle nicht zu erwarten.

In den übrigen untersuchten Gemeinden erreichen die Umsatzlenkungsquoten in keinem Fall die 5%-Marke. Oft liegen die Umsatzumlenkungsquoten sogar unter 4%. Weder in Nonnweiler, Hoppstädten-Weiersbach, Freisen, Namborn, Oberthal noch Tholey sind städtebaulich relevante Auswirkungen durch das Vorhaben in Neunkirchen/Nahe zu erwarten.

Aus gutachterlicher Sicht sind städtebauliche Auswirkungen nach §11 Abs 3 BauNVO oder nach dem BauGB durch das Nahrungs- und Genussmittelangebot des Vorhabens an der Schulstraße auszuschließen. Das Beinträchtigerungsverbot nach Ziffer 45 des LEP Saarland, Teilabschnitt Siedlung ist danach ebenfalls als eingehalten zu bewerten.

B.7.5.2 Sortimentgruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Die geplanten Drogeriesortimente werden als Nebensortiment des Lebensmittelvollsortimenters im Nahversorgungssegment angeboten und erreichen eine Umsatzerwartung von 0,8 Mio. €. Aufgrund des sehr geringen Angebotes in Nohfelden wird die Umsatzumlenkung im Gemeindegebiet Nohfeldens kaum modellmäßig messbaren Größenverhältnisse erreichen. Ein Großteil der Umsätze werden durch Kaufkraftrückbindungen aus den umliegenden Gemeinden generiert. Dies ist bei den hohen Kaufkraftabflüssen durchaus sinnvoll und realisierbar.

Tabelle 6 Umsatzumlenkungen des geplanten Vorhabens – Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Orte	Bestandsumsatz in Mio. €	Umsatzumlenkung in Mio. €	Umsatzumlenkung in %
Türkismühle ZVB	1,9	...*	...*
Nohfelden - Rest	0,1	...*	...*
Nonnweiler	2,9	...*	...*
Hoppstädten-Weiersbach	0,1	...*	...*
Freisen	2,6	0,1	3,8%
Namborn	0,5	...*	...*
Oberthal	0,4	...*	...*
Tholey	3,7	0,2	4,5%
diffuse Rückflüsse (z.B. Globus St. Wendel, Fremdenverkehr)		0,3	
Umsatzerwartung		0,8	

Quelle: eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen sind möglich

* Werte unter 100 TEuro werden aus methodischen Gründen nicht ausgewiesen

Ein großer Anteil der Umsatzumlenkungen konzentriert sich auf die Nachbargemeinde Tholey (0,2 Mio. €), der rund 20% der Umsatzerwartung mit Drogerieartikeln des Vorhabens ausmacht. Dies entspricht weitgehend der Verteilung der Bestandsumsätze in der Region. Hinzu kommt die räumliche Nähe Nohfeldens zu Tholey.



Aufgrund des insgesamt nicht ganz so dichten Besatzes mit Drogeriemärkten in den Nachbargemeinden wird ein prozentual größerer Teil als bei Lebensmitteln von Globus St. Wendel zurückgebunden. Dies ist mit den entsprechend größeren Kaufkraftabflüssen an diesen Standort zu begründen.

Die Umverteilungsquoten in der Sortimentsgruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel liegen bei maximal 4,5%, also deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwertes von 10%. So sind städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens für die Nachbargemeinden im Grunde auszuschließen.

Im zentralen Versorgungsbereich Türkismühle können die Umsatzzumlenkungen aufgrund des sehr geringen Angebotes aus methodischen Gründen nicht ausgewiesen werden. Die erwarteten Umsatzzumlenkungen sind hier so gering, dass sie außerhalb der statistischen Aussagekraft des zugrundeliegenden Berechnungsmodells liegen.

In den übrigen Gemeinden des Umlandes liegen die ausweisbaren Umlenkungsquoten bei maximal 3,8%, so dass sich keine städtebaulich relevante Umsatzzumlenkungen ergeben werden.

Aus gutachterlicher Sicht sind städtebauliche Auswirkungen nach §11 Abs 3 BauNVO oder nach dem BauGB durch das Gesundheits- und Körperpflegeangebot des Vorhabens an der Schulstraße auszuschließen. Das Beeinträchtungsverbot nach Ziffer 45 des LEP Saarland, Teilabschnitt Siedlung ist danach ebenfalls als eingehalten zu bewerten.

B.7.5.3 Nonfoodsortimente

Von den insgesamt 1.400 qm Verkaufsfläche des Planvorhabens an der Schulstraße werden voraussichtlich 50 qm mit Nonfoodartikeln (exkl. Drogeriewaren) wie Haushaltswaren, Schreibwaren oder Zeitschriften belegt.

Für die Nonfoodsortimente werden rund 0,1 Mio. € Umsatzerwartung prognostiziert, die einen Marktanteil in Nohfelden von rund 0,3% erreichen würden. Da die Wirkungen des Vorhabens sich auf die benachbarten Gemeinden, entsprechend ihres Einzelhandelsbesatzes, verteilen werden, ist von so geringen Umlenkungsquoten auszugehen, dass diese sich methodisch nicht mehr darstellen lassen. Insofern sind für die Nonfood-Nebensortimente des Vorhabens städtebauliche Wirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen der benachbarten Gemeinden auszuschließen.

Aus gutachterlicher Sicht sind städtebauliche Auswirkungen nach §11 Abs 3 BauNVO oder nach dem BauGB durch den Nonfoodsortimentsanteil des Vorhabens an der Schulstraße auszuschließen. Das Beeinträchtungsverbot nach Ziffer 45 des LEP Saarland, Teilabschnitt Siedlung ist danach ebenfalls als eingehalten zu bewerten.



C Abschließende Bewertung

Die Etablierung eines Nahversorgungsstandortes mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.400 qm an der Schulstraße in Nohfelden ist in seiner geplanten Version als Vollsortimenter als **städtebaulich und landesplanerisch verträglich** zu bewerten. Negative städtebauliche Auswirkungen auf die umliegenden Versorgungsstandorte und -zentren im Sinne des §11 Abs.3 BauNVO bzw. des BauGB sind in keinem Fall ermittelt worden!

Das Projekt bietet den Verbrauchern im südwestlichen Nohfelden wohnungsnah und integriert eine erhebliche Verbesserung der Versorgung vor Ort:

- Das Konzentrationsgebot (Ziffer 42 des LEP-Saarland) wird durch das Projekt eingehalten
- Das Kongruenzgebot (Ziffer 44 des LEP-Saarland) wird durch das Projekt eingehalten.
- Das Beeinträchtigungsverbot (Ziffer 45 des LEP-Saarland) wird durch das Projekt eingehalten.
- Das städtebauliche Integrationsgebot (Ziffer 46 des LEP-Saarland) wird durch das Projekt ebenfalls eingehalten.
- Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des BauGB und der BauNVO sind durch das Vorhaben im zentralen Versorgungsbereich Türkismühle sowie den übrigen Solitärstandorten zur Nahversorgung in Nohfelden und in den benachbarten Gemeinden auszuschließen.

Das geplante Projekt ist demnach insgesamt in seiner vorgesehenen Dimensionierung und Sortimentskonstellation als uneingeschränkt verträglich einzustufen.

Ferner ist die Etablierung eines qualitativen Nahversorgungsstandortes sehr wünschenswert und als Zielsetzung im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Nohfelden formuliert. Insgesamt trägt somit die Ansiedlung eines Vollsortimenters erheblich zur Verbesserung der Nahversorgungssituation in Nohfelden bei.



D Anhang

D.1 Betriebstypen und -formen

Lebensmittel SB-Laden

Ein Lebensmittel SB-Laden ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche, das vor allem Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und dient vor allem der Grundversorgung.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1.500 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 85 % des Gesamtumsatzes.

Lebensmittel-Discounter

Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 450 qm bis 1.200 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist - wenn überhaupt vorhanden - stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 80 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1.000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1.500 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca. 3.000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4.000 qm (nach EHI Köln), von 5.000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment mehrerer Branchen mit hohem Servicegrad im mittleren bis gehobenen Preisniveau anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Non-Food Güter mit Schwerpunkt bei Bekleidung und Textilien. Hinzu kommen Lebensmittel, Gastronomie, Reisevermittlung, Friseur und Finanzdienstleistungen. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm erforderlich.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon mindestens eine Warengruppe in tiefer Gliederung, anbietet. Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Sortimenten sind am stärksten verbreitet. Die Größe liegt i.d.R. ab ca. 1.000 qm Verkaufsfläche.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches Sortiment in großer Auswahl und unterschiedlichem Preis- und Qualitätsniveau anbietet. Beratung und Kundendienst gehören zum Serviceumfang. Die Größe von Fachgeschäften liegt i.d.R. deutlich unter 800 qm Verkaufsfläche.



Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 800 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400-1.000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1.000-1.500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2.000-4.000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2.000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbelfachmärkten bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

Gutachtenrelevante Definitionen und Begriffe

Business Improvement District (BID)

Das Ziel von Business Improvement Districts ist es, die Attraktivität von Quartieren zu steigern und dadurch Kundenfrequenzen zu erhöhen sowie zusätzliche Kaufkraft zu binden. Anders als bei herkömmlichen Stadtmarketinginitiativen werden im Falle von BIDs grundsätzlich alle Eigentümer gewerblich genutzter Grundstücke im Quartier zur Finanzierung herangezogen. BIDs bieten damit einen Ansatz zur Lösung des so genannten Trittbrettfahrerproblems. Basis für die Einrichtung von BIDs ist das Erreichen einer gesetzlich geregelten Zustimmungsquote der o.g. Eigentümer im Rahmen eines formalen, rechtlich verbindlich geregelten Verfahrens.

Einzugsgebiet

Ist ein räumlich umgrenzter Bereich, aus dem die Kunden stammen, die üblicherweise einen Handelsbetrieb (regelmäßig) in der untersuchten Stadt/Gemeinde aufsuchen.

Geschäftsfläche

Die Geschäftsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte betrieblich genutzte Fläche für Verkaufs-, Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro-, sowie Personal- und Sozialzwecke. Dies schließt überbaute Flächen und Freiflächen, nicht aber Parkplätze ein.

Kaufkraft (Potential)

Die Kaufkraft, auch Kaufkraftpotential, Marktpotential oder einfach Potential, bezeichnet das innerhalb des Marktgebietes zur Verfügung stehende Ausgabenvolumen der dort lebenden Bevölkerung für einzelhandelsrelevante Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs innerhalb eines Jahres. Das einzelhandelsrelevante Marktpotential wird in den 11 Markt und Standort Warengruppen auf Basis der Umsatzsteuerstatistik und verschiedener statistischer Analysen berechnet und mit einem regionalspezifischen Kaufkraftindex des Markt und Standort Instrumentes „Regionale Kaufkraftpotentiale“ gewichtet.

Die einzelhandelsrelevante durchschnittliche Kaufkraft (ungewichtet) eines bundesdeutschen Einwohners - in der Abgrenzung der Markt und Standort Systematik - liegt, je nach konjunktureller Lage, zwischen etwa 4.850.- Euro und 5.400.- Euro pro Jahr. Davon zu unterscheiden ist die „allgemeine Kaufkraft“, die auch Ausgaben für Miete, Eigentum, Vorsorge, Ersparnis und andere, nicht einzelhandelsrelevante, Güter umfasst.

(einzelhandelsrelevante) Kaufkraftkennziffern

Sind jährlich berechnete Vergleichswerte! Die Analyse von Zeitreihen dieser Einzelhandelszentralitätskennziffern stellt besonders hohe Anforderungen an die Interpretationskunst, denn durch die zusätzliche Dimension des Zeitverlaufs wird die Berücksichtigung vielfältiger Relationen erforderlich. Hier sind die Veränderungen der Relation zwischen verschiedenen Gemeinden, der Relation zwischen Bundesdurchschnitt und Gemeindegewerten, im Falle von Pro-Kopf-Werten auch noch die Relation der Bevölkerungsentwicklung zwischen Bundesrepublik und Gemeinde, und die Relationen zwischen Kaufkraft- und Umsatzentwicklung bundesweit und in der Gemeinde jeweils zu berücksichtigen. Zeitvergleiche der Zentralitätskennziffern sind grundsätzlich komplex und mit der bloßen Aneinanderreihung der jährlich veröffentlichten Werte methodisch fragwürdig. Ein leicht nachvollziehbares Problem für den Zeitvergleich ist der steuerliche Aspekt. Da die Umsatzkennziffern eine Bruttoumsatzbetrachtung darstellen ist die Umsatzsteuer in den Zentralitätskennziffern enthalten. Veränderungen der Umsatzsteuerquote oder auch Verschiebungen in den Umsatzsteuersätzen der Sortimente über die Jahre nehmen Einfluss auf die Bruttoumsatzdaten und führen zu Verwerfungen im Zeitvergleich. Letztlich verbietet sich aufgrund der Vielzahl möglicher methodischer Brüche deshalb ein zeitlicher Vergleich der jährlich erscheinenden Zentralitätskennziffern. Dabei wird der mögliche Fehler umso größer je länger der Vergleichszeitraum ist. Möchte man auf



den Zeitvergleich nicht verzichten, so wäre die Rückrechnung der Zentralitätskennziffer vom aktuellen Jahr auf der Basis des aktuellen Datenkenntnisstandes, der aktuellen Umsatzsteuersätze, den aktuellen kommunalen Gebietszuschnitte in die Vergangenheit die Methode der Wahl.

Marktgebiet

Ist ein räumlich umgrenzter Bereich, aus dem die Kunden stammen, die ab und zu (sporadisch) einen Handelsbetrieb in der untersuchten Stadt/Gemeinde aufsuchen. Das Marktgebiet bzw. der Einzugsbereich umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels einer Gemeinde oder eines Einzelbetriebes rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Verkaufsfläche eines Einzelbetriebes bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt einer Gemeinde. Die Größe des Marktgebietes kann auf der Basis von Distanz- und Zeitisochronen sowie empirischer Erfahrungswerte, auf der Basis von Pendlerverflechtungen, auf der Basis von Befragungen von Passanten/Kunden in den Innenstadtlagen und an bestehenden Betrieben ermittelt werden. Dabei hat die Attraktivität der Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformgleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

Mittelbereiche

Sind die räumlich definierten Bereiche und bilden die Verflechtungsbereiche für die Versorgung mit Gütern des gehobenen Bedarfs ab und sind in der Regel einem Mittelzentrum oder einem mittelzentralen Verbund bzw. höherrangigen zentralen Ort zugeordnet. Mittelbereiche sind ein Raumbezug, welcher der Bedeutung der Mittelstädte/Mittelzentren Rechnung trägt.

Raumleistung/Flächenproduktivität

Die durchschnittliche Raumleistung/Flächenproduktivität ist definiert als Umsatz je qm Verkaufsfläche. Durchschnittliche Raumleistungen werden branchen- und absatzformenspezifisch ermittelt. Die Höhe hängt von der Lage, der Art, dem Erscheinungsbild, der Qualität und der Verkaufsfläche des Einzelbetriebes ab. Der Ermittlung durchschnittlicher Raumleistungskennziffern liegen primär- und sekundärstatistische Analysen zugrunde. Die Basis sind amtliche Statistiken, Fachstatistiken und Veröffentlichungen (Presse, Geschäftsberichte). Sie setzen ein umfassendes Berichtswesen voraus.

Umsatz

Der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes umfasst den Erlös aus verkauften Waren bzw. Dienstleistungen, inklusive der Umsatzsteuer (bzw. Mehrwertsteuer aus Kundensicht). Die Ermittlung der Umsätze eines Betriebes kann auf Basis von Einzelhandelsbefragungen (schriftlich, telefonisch, persönlich) oder über eine Schätzung der Verkaufsfläche und branchenüblicher durchschnittlicher Raumleistungen (Umsatz je qm Verkaufsfläche) ermittelt werden. Hierzu sind umfangreiche primärstatistische und sekundärstatistische Erhebungen erforderlich.

Umsatzerwartung

Die Umsatzerwartung drückt den an einem bestimmten Standort voraussichtlich erzielbaren Umsatz eines Einzelbetriebes aus. Er entspricht somit einem Erwartungswert unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Verhältnisse. Die Höhe ist abhängig von Standort, Branche, Marktpotential und Konkurrenzsituation. Umsatzerwartungen werden mittels branchenüblichen distanzabhängigen Marktanteilen (Marktanteilskonzept), mittels zeit- und distanzabhängiger Kaufkraft- und Konkurrenzanalysen (Ökonometrische Methode) und mittels gewichteter branchenbezogener, firmen- und größenspezifischer Umsatzleistung je qm Verkaufsfläche (Produktivitätskonzept) ermittelt. Markt und Standort bemisst die Umsatzerwartung auf der Basis aller drei üblichen Verfahren unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Marktgebietsbevölkerung (Markt und Standort-metrisches Konzept).

Verkaufsfläche

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte, für den Kunden zugängliche, Fläche auf welcher der Verkauf getätigt wird. Hierzu zählen der Eingangsbereich mit der entsprechenden Kundenlauffläche, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Auslage- und Ausstellungsfläche (soweit sie dem Kunden zugänglich ist), Schaufenster, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, die Flächen von Bedientheken und dahinterliegenden Warenträgern (ohne die dazwischenliegende Lauffläche der Verkäufer), Umkleidekabinen, dem Kunden zugängliche Gänge, die Kassenzonen und Freiverkaufsflächen, die dem Kunden zugänglich sind und nicht nur vorübergehend genutzt werden sowie die Pfandrückgaberräume die vom Kunden betreten werden können und auch die Boxen für Einkaufswägen (wenn diese innerhalb des Einzelhandelsgebäudes angeordnet oder bereitgestellt werden).



D.2 Markt und Standort Warengruppensystematik 2023

1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)

Pferdefleischerei

Bäckerei, Konditorei

Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren

Reformwaren

Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier

Fisch, Fischerzeugnisse

Wild, Geflügel

Süßwaren

Kaffee, Tee, Kakao

Fleisch, Fleischwaren

Brot, Konditorwaren

Kartoffeln, Gemüse, Obst

Sonstige Nahrungsmittel

Wein, Spirituosen

Bier, alkoholfreie Getränke

Tabakwaren

2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken

Medizinisch-Orthopädische Artikel

Parfümeriewaren (Kosmetikartikel, Körperpflegemittel)

Drogeriewaren

Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten



3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren

Textilien, Bekleidung

Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge

Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)

Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör

Damenwäsche, Miederwaren

Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke

Kurzwaren, Schneidereibedarf

Handarbeiten, Handarbeitsbedarf

Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff

Lederwaren, Täschnerwaren (Taschen, Koffer, Mappen, Börsen u.a.)

4. Schuhe

Straßen- und Hausschuhe

Sportschuhe (ohne Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

5. Uhren, Schmuck, Optik

Optik (Brillen, Mikroskope, Ferngläser, Barometer, Lupen o. med. Artikel)

Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (u.a. Edelmetallbestecke u. -tafelgeräte)

6. Hausrat

Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff (nichtelektrische Haushalts- und Küchenkleingeräte,

Koch- und Bratgeschirre, Tafelgeschirr, Küchen- und Haushaltsbehälter, Artikel für den Garten,

Möbel- und Grillgeräte für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde

Schneidwaren, Bestecke (ohne Edelmetallwaren wie Silberbestecke)

Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut

Galanteriewaren (u.a. Raucherzubehör, Kunstblumen, Wandteller, Kerzenständer), Geschenk-
artikel

Näh- und Strickmaschinen



7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)

Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, CD, Video (braune Ware)

Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör (braune Ware)

Computer, Telekommunikation, Zubehör

8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel

Bücher, Fachzeitschriften

Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen

Büromaschinen, Organisationsmittel (u.a. Schreibmaschinen, Diktiergeräte, Ordner,

Hefter, aber o. Büromöbel: anteilig 25 %)

9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)

Korb-, Kork- und Flechtwaren

Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren

Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)

Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien

Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlaufgaben, Kissen, Gobelins

Teppiche, Läufer, Kelims

Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen

Lampen, Leuchten

Haus- und Tischwäsche, Handtücher, Tischdecken, Servietten, Bettwäsche

10. Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (aus Umlage)

Schrauben, Kleineisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.

Tapeten, Wand- und Deckenbeläge

Bodenbeläge (Bahnenware, Fliesen, Kunststoff, Linoleum, o. Teppiche)

Elektrotechnische Erzeugnisse (Drähte, Kabel, Akku, Trafo u.a.)

Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Malerpinsel u.a. Zubehör



Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde

Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel

Sonstiger Baubedarf (Schnittholz, Kunststoffplatten, Baustoffe, Schleifmittel, technische Gummi- und Lederwaren, Asbest, Glas und Keramikstoffe)

11. Hobby- und Freizeitartikel

Musikinstrumente, Musikalien

Sammlerbriefmarken

Kfz-Zubehör (Autopflegemittel u.a. anteilig 25 %)

Fahrräder, Motorräder und -roller, Mopeds, Zubehör und Reifen

Waffen, Munition, Jagdgeräte

Spielwaren (Kinderroller, Puppen, Puppenwagen, Spiele, Scherzartikel, Feuerwerkskörper)

Sportartikel (Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte,

Sport- und Freizeitboote (einschl. Motorsportboote und Jachten))



D.3 Quellen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

- MB-Research, Einwohner nach Postleitgebieten, Nürnberg 2023
- Handel aktuell 2022, Eurohandelsinstitut e.V., Köln 2022
- Markt und Standort Erlangen, Regionale Kaufkraftpotenziale, Nürnberg 2023
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2023
- BBE, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2020 für das Bayerische Wirtschaftsministerium
- LEP Saarland, Teilabschnitt Siedlung
- Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Nohfelden, 2023
- Eigene Erhebungen, August 2023

Die Ausarbeitung sowie die Entwurfsvorlagen fallen unter §2, Abs.2, sowie §31, Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte.

Weitergabe, Vervielfältigung (auch auszugsweise) ist nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers zulässig.

Sämtliche Rechte, vor allem Urheberrechte, verbleiben bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen.

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
m Weichselgarten 26

91058 Erlangen

Erlangen, 16. August 2023

Norbert Lingen
Geschäftsführer