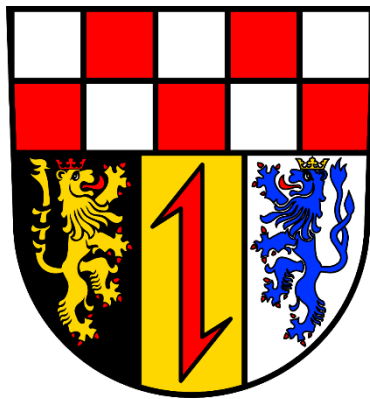




Einzelhandelskonzept

für die Gemeinde Nohfelden



Entwurf

März 2023



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 weibliche, männliche und diverse Personen angesprochen.



Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkung	8
1.1	Aufgabenstellung	8
1.2	Untersuchungsmethode	8
1.3	Verwendete Datengrundlagen	9
2	Grundlagen, Entwicklungstrends und Standortraum	10
2.1	Grundlegende Entwicklungstrends	10
2.1.1	Entwicklungschancen und -risiken durch Megatrends	10
2.1.2	Megatrends nach Zukunftsinstitut	11
2.2	Der Einzelhandel in Deutschland	12
2.2.1	Einfluss der Megatrends	12
2.2.1.1	Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel	13
2.2.1.2	Periodischer Bedarf	14
2.2.1.3	Aperiodischer Bedarf	14
2.2.2	Onlinehandel und Effekte auf die Stadtentwicklung	15
2.2.3	Auswirkungen der Corona-Pandemie	20
2.3	Bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen für ein Einzelhandelskonzept	21
2.3.1	Europarechtliche Vorgaben	21
2.3.2	Bundesrechtliche Vorgaben	21
2.3.3	Landesrechtliche Vorgaben	22
2.4	Regionale Einordnung	22
2.4.1	Raumordnung und Landesplanung	22
2.4.2	Künftige Entwicklungstrends für die Region	23
2.4.3	Bevölkerungsentwicklung und -prognose	24
2.4.4	Kaufkraftniveau	25
2.5	Einzugsbereich	26
2.5.1	Grundzentraler Einzugsbereich	26
2.5.2	Marktpotenzial aus dem grundzentralen Einzugsbereich	28
2.6	Potenziale des Fremdenverkehrs	30
3	Die Einzelhandelsstrukturen in Nohfelden	33
3.1	Die lageräumliche Verteilung von Einzelhandelsbetrieben	33
3.2	Verkaufsflächen und Umsätze	34
3.3	Handelszentralität und Flächenbedarf	43
3.3.1	Kaufkraftbilanz und Zentralität	43
3.3.2	Künftiger Flächenbedarf im Gemeindegebiet	45
3.3.2.1	Grundzentraler Bedarf	45
4	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Nohfelden	47
4.1	Grundlagen des Zentrenkonzeptes	47
4.1.1	Ziel des Zentrenkonzeptes	47
4.1.2	Definition der Zentrenhierarchie in der Gemeinde Nohfelden	47
4.1.3	Methodik der räumlich-funktionalen Gliederung der Zentren	48
4.1.4	Funktionale Definition	48
4.1.5	Städtebauliche Definition	48
4.2	Standortkonzept	49



4.2.1	Grundsätzliche Einordnung in das zentralörtliche System	49
4.2.2	Hierarchie der Versorgungsstandorte	49
4.2.3	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in Türkismühle	49
4.2.4	Auswahl eines weiteren Nahversorgungszentrums im Gemeindegebiet	53
4.2.4.1	Erreichbarkeitsvergleich zwischen Bosen und Neunkirchen/Nahe	53
4.2.5	Nahversorgung in Nohfelden	57
4.2.6	Prüfung potenzieller Standorte für die Nahversorgung	58
4.2.6.1	Potenzielle Grundstücke in Bosen	59
4.2.6.2	Potenzielle Grundstücke in Gonesweiler	62
4.2.6.3	Potenzielle Grundstücke in Neunkirchen/Nahe	64
4.2.6.4	Potenzielle Grundstücke im Ortsteil Nohfelden	68
4.2.6.5	Potenzielle Grundstücke in Türkismühle	71
4.2.7	Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen	75
4.2.7.1	Zentraler Versorgungsbereich „Türkismühle“	75
4.2.7.2	Perspektivisches Nahversorgungszentrum in Neunkirchen/Nahe	76
4.2.7.3	Solitäre Nahversorgungsstandorte im Gemeindegebiet Nohfelden	76
4.3	Nohfelder Liste	76
5	<u>Exkurs Umgang mit Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben</u>	79
5.1	Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches	79
5.2	Erweiterungsvorhaben bestehende Betriebe	79
5.3	Umgang mit Rand- und Nebensortimenten	80
5.4	Gewerbegebiete	80
5.5	Sondergebiete	80
6	<u>Schlussbemerkung</u>	80
7	<u>Anhang</u>	81
7.1	Absatzformen - Definitionen	81
7.2	Markt und Standort Warengruppensystematik 2022	84



Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Treiber und Gegenkräfte bei der Online-Entwicklung (Auswahl)	15
Tabelle 2	Veränderungsraten Online und Offline 2020 nach Branchen im Vergleich zum Vorjahr	17
Tabelle 3	Anteile der Branchen am Offline- und Onlinevolumen	17
Tabelle 4	Gefährdungspotenzial für Branchen durch den Onlinehandel	19
Tabelle 5	Mittlere Ausgaben (nach Sortimentsgruppen) in Euro pro Kopf (Bundesdurchschnitt).....	29
Tabelle 6	Einzelhandelsrelevante Potenziale im Gemeindegebiet von Nohfelden in Mio. Euro p.a.	29
Tabelle 7	Nahversorgungsbetriebe in der Gemeinde Nohfelden (mit mehr als 300 qm Verkaufsfläche)	33
Tabelle 8	Flächenbedarf für grundzentrale Einrichtungen in Nohfelden, einschließlich auch Erweiterungsflächen für Betriebsenerweiterungen	45
Tabelle 9	Kennziffern zur Ermittlung des Flächenbedarfs in Nohfelden	46
Tabelle 10	Verkaufsflächen und Umsätze im ZVB Türkismühle	52
Tabelle 11	Lebensmittelmärkte in der Gemeinde Nohfelden	57
Tabelle 12	Grundstücke in Bosen (Restriktionen, Festsetzungen etc.)	60
Tabelle 13	Grundstücke in Gonneseiler (Restriktionen, Festsetzungen etc.)	63
Tabelle 14	Vier Alternativgrundstücke in Neunkirchen/Nahe:.....	64
Tabelle 15	Grundstücke in Neunkirchen/Nahe (Restriktionen, Festsetzungen etc.)	67
Tabelle 16	Ein Alternativgrundstücke in Nohfelden	68
Tabelle 17	Grundstück in Nohfelden (Restriktionen, Festsetzungen etc.)	70
Tabelle 18	Drei Alternativgrundstücke in Türkismühle	71
Tabelle 19	Grundstücke in Türkismühle (Restriktionen, Festsetzungen etc.)	73



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Methodischer Ablauf des Einzelhandelskonzeptes	9
Abbildung 2	Wirkungsgefüge im Standortraum Nohfelden	11
Abbildung 3	Ausgewählte Trends im Einzelhandel.....	13
Abbildung 4	Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2000 bis 2021 (in Prozent).....	15
Abbildung 5	Entwicklungspfade des Einzelhandels in Deutschland.....	16
Abbildung 6	Entwicklung des Online-Handels 2008 bis 2020	18
Abbildung 7	Umsatzentwicklung des stationären und des Online-Einzelhandels 2000 bis 2020	20
Abbildung 8	Regionale Einordnung	23
Abbildung 9	Trends in der Raumentwicklung.....	24
Abbildung 10	Bevölkerungsprognose 2035	25
Abbildung 11	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich.....	26
Abbildung 12	Einpendler nach Nohfelden.....	27
Abbildung 13	Einzugsbereich Nohfelden.....	28
Abbildung 14	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten in der Gemeinde Nohfelden.....	30
Abbildung 15	Ankünfte und Übernachtungen in der Gemeinde Nohfelden (inklusive Campingplätze).....	31
Abbildung 16	Ankünfte und Übernachtungen auf Campingplätzen am Bostalsee	31
Abbildung 17	Besucher im Freizeitzentrum Bostalsee	32
Abbildung 18	Ausgabenpotenzial der Touristen in Nohfelden.....	32
Abbildung 19	Zusatzpotenziale aus dem Fremdenverkehr in Nohfelden	33
Abbildung 20	Angebotsstruktur in der Gemeinde Nohfelden	34
Abbildung 21	Einzelhandelsumsätze im Einzelhandel in der Gemeinde Nohfelden	35
Abbildung 22	Betriebsgrößenstruktur der ansässigen Einzelhandelsbetriebe.....	36
Abbildung 23	Einzelhandelsbesatz im Gemeindegebiet Nohfelden.....	37
Abbildung 24	Einzelhandelsbestand im Ortsteil Türkismühle	38
Abbildung 25	Einzelhandelsbesatz im Ortsteil Nohfelden.....	39
Abbildung 26	Einzelhandelsbesatz im Ortsteil Sötern.....	40
Abbildung 27	Einzelhandelsbesatz in den Ortsteilen Selbach und Neunkirchen	41
Abbildung 28	Einzelhandelsbesatz im Ortsteil Bosen.....	42
Abbildung 29	Einzelhandelsbesatz im Ortsteil Wolfersweiler	43
Abbildung 30	Kaufkraftpotenzial und Umsätze in der Gemeinde Nohfelden	44
Abbildung 31	Zentralität der Gemeinde Nohfelden nach Sortimentsgruppen	44
Abbildung 32	Aspekte zur Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen	50
Abbildung 33	Kriterien für den Zentralen Versorgungsbereich (Teilbereich Ortskern Türkismühle).....	51
Abbildung 34	Zentraler Versorgungsbereich Türkismühle, Bestand	52
Abbildung 35	Kernversorgungsbereich Türkismühle.....	53
Abbildung 36	Nahversorgungsbereich Neunkirchen (Distanzen in Pkw-Fahrminuten)	54



Abbildung 37	Potenzieller Nahversorgungsbereich Bosen (Distanzen in Pkw-Fahrminuten).....	54
Abbildung 38	Standorte mit Lebensmittelmärkten in der Gemeinde Nohfelden	57
Abbildung 39	Geprüfte Grundstücksalternativen im Gemeindegebiet Nohfelden	58
Abbildung 40	Alternativgrundstücke in Bosen	59
Abbildung 41	Alternativgrundstücke in Gonnweiler	62
Abbildung 42	Alternativgrundstücke in Neunkirchen/Nahe	65
Abbildung 43	Alternativgrundstücke in Nohfelden	69
Abbildung 44	Alternativgrundstücke in Türkismühle	72
Abbildung 45	Zentrenkonzept	75
Abbildung 46	Nohfeldener Liste	77
Abbildung 47	Fortsetzung Nohfeldener Sortimentsliste	79



1 Vorbemerkung

1.1 Aufgabenstellung

Die Gemeinde Nohfelden benötigt zur Steuerung und Entwicklung ihrer Einzelhandelsversorgung ein Einzelhandelskonzept. Als verbundenes Grundzentrum fällt den Ortsteilen Nohfelden und Türkismühle die Aufgabe zu, die Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen vor allem des periodischen Bedarfs sicher zu stellen.

Im Mittelpunkt steht die Frage nach der Erfüllung des grundzentralen Versorgungsauftrages durch die Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung im Gemeindegebiet von Nohfelden. Hier geht es um die bestmögliche Versorgung in der Fläche des sehr ausgedehnten Gemeindegebietes.

Die Gemeinde Nohfelden bekommt mit dem Einzelhandelskonzept ein fachlich fundiertes Instrumentarium, um bei der Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen im Gemeindegebiet und der Weiterentwicklung insbesondere der Nahversorgung im Gemeindegebiet den praktischen Anforderungen zu genügen. Hier sind auch die steigenden Anforderungen der Rechtsprechung an Begründungen in den Bebauungsplänen zu berücksichtigen. Die Einzelhandelskonzeption muss deshalb sowohl räumlich als auch hinsichtlich der unterschiedlichen Versorgungsfunktionen und Angebotsformen des Einzelhandels differenzierte Aussagen zur vergangenen Entwicklung, zur aktuellen Situation und zu den künftigen Entwicklungsmöglichkeiten in allen räumlichen Versorgungseinheiten des Gemeindegebietes treffen.

1.2 Untersuchungsmethode

Für die Erstellung eines Einzelhandelskonzept sind umfangreiche empirische Arbeiten (Bestandserhebungen, Standortbewertungen, Zentrenbegehungen, Abgrenzungen von Haupteinkaufsbereichen, etc.) und die Ermittlung 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.

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

Im Gemeindegebiet Nohfelden wurde eine Totalerhebung aller Einzelhandelsbetriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Sortimenten und insbesondere zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Diese Erhebung erfolgte sortimentspezifisch. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Betriebe nach dem Sortimentsschwerpunkt 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 standortbasierte Auswertung vorgenommen werden.

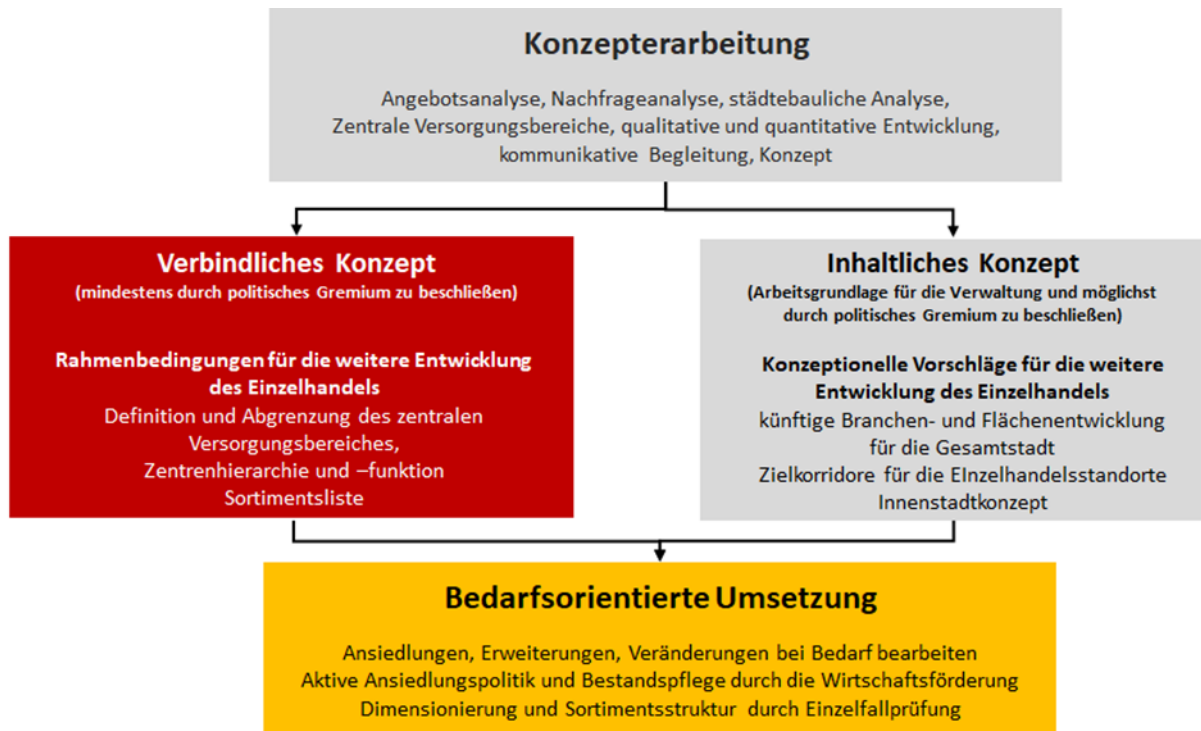
Bestandserhebungen erfolgten im gesamten Gemeindegebiet von Nohfelden.

Über das Gemeindegebiet hinaus wurden im Hause vorliegende Datenbankinformationen verwendet, bzw. Internetrecherchen vorgenommen.

Die Ausarbeitung des Einzelhandelskonzeptes dient somit sowohl der Erarbeitung von Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels in Nohfelden als auch zur Unterstützung der Bauleitplanung.



Abbildung 1 Methodischer Ablauf des Einzelhandelskonzeptes



Quelle: eigene Darstellung

Es ist daher von erheblicher Bedeutung, die bestehende Einzelhandels- und Zentrenstruktur auf ihre Entwicklungsmöglichkeiten hin zu untersuchen und mittels vorsorglicher Bauleitplanung die Weichen zukunftsfähig zu stellen. Der Beschluss des gesamten Einzelhandelskonzeptes, also des verbindlichen und des inhaltlichen Konzeptes, wäre ideal.

1.3 Verwendete Datengrundlagen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet.

- Handel aktuell, Eurohandelsinstitut e.V., Köln, aktuelle Fassung
- Landesentwicklungsplan Saarland, Teilabschnitt „Siedlung“, Saarbrücken 2006
- BBSR, Raumordnungsbericht 2017, Bonn 2017
- Markt und Standort Nürnberg, Regionale Kaufkraftpotenziale, Nürnberg 2022
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2022.
- Borchard, Orientierungswerte für die städtebauliche Planung, München 1974
- Eigene Erhebung, Januar 2022



2 Grundlagen, Entwicklungstrends und Standortraum

2.1 Grundlegende Entwicklungstrends

2.1.1 Entwicklungschancen und -risiken durch Megatrends

Nach unterschiedlichen Studien aus den letzten Jahren zu den zukünftigen Entwicklungschancen und -risiken der räumlichen Entwicklung lassen sich einige Megatrends ableiten. Diese zeigen sich in den Bereichen

'Technologie und Technik' durch

- ... die 'Computertechnologie und Informationsverarbeitung'
- ... die 'Life Sciences' (Bio- und Gentechnologie, Gesundheit)
- ... die 'Werkstoff- und Mikrotechnologie'

'Menschliches Verhalten, Werte und Präferenzen' durch

- ... den 'Wertewandel, die Überalterung und Desorientierung'
- ... die 'Individualisierung der Nachfrage und Pluralisierung der Lebensformen'

'Geschäfts- und wirtschaftsrelevante Spielregeln' durch

- ... die 'Globalisierung, wirtschaftliche Allianzen und Kooperationen'
- ... die 'lernenden Organisationen' als Struktur- und Führungsprinzip

'Nachhaltigkeit und Regionalität' durch

- ... die 'GloKalisierung¹, regionale wirtschaftliche Kreisläufe'
- ... die 'lernende Region' als Entwicklungsprinzip
- ... die 'Nischengenese, als Überlebensstrategie'

'Rahmenbedingungen nationaler und internationaler Politik' durch

- ... die 'regionalen Allianzen' strukturstarker Regionen'
- ... die 'nationale Deregulierung und internationale Regulierung'.

Diese Megatrends werden sich unterschiedlich auf die Lebens- oder Arbeitsqualitäten in ländlich strukturierten Standorten auswirken. Mit ihnen im Zusammenhang stehen die erwarteten weiteren Tendenzen.

Diese aufgezeigten grundlegenden Entwicklungstrends wirken grundsätzlich gleichartig und gleichgerichtet auf alle Standorte und Wirtschaftsräume. Erst deren jeweilige Potenzial-, Produktions- und Faktorstruktur, aber auch Infrastruktur und Entwicklungsmentalitäten, bestimmen über Art und Ausmaß der regionalen Betroffenheit und Veränderung. Für die unterschiedlichen Räume sind die Prognosen uneinheitlich. Allerdings werden ihnen dann mehr Entwicklungschancen eingeräumt, wenn es ihnen gelingt, über innovative organisatorisch-konzeptionelle Anstrengungen Impulse aus wirtschaftsräumlichen Kooperationen mit dynamischen Wirtschaftszentren zu gewinnen.

Dabei haben Standorte im Umfeld der großen Verdichtungsräume durchaus die Wahlmöglichkeit unter alternativen oder auch verknüpften Entwicklungsleitbildern, zwischen ergänzenden, kooperativen und eigenständigen funktionalen Orientierungen. Schon deshalb ist auch für den Standort Nohfelden eine Diskussion über zukünftige Entwicklungsziele auf der Grundlage der Bestandserhebung notwendig. Zu den möglichen Optionen gehören beispielsweise u.a.

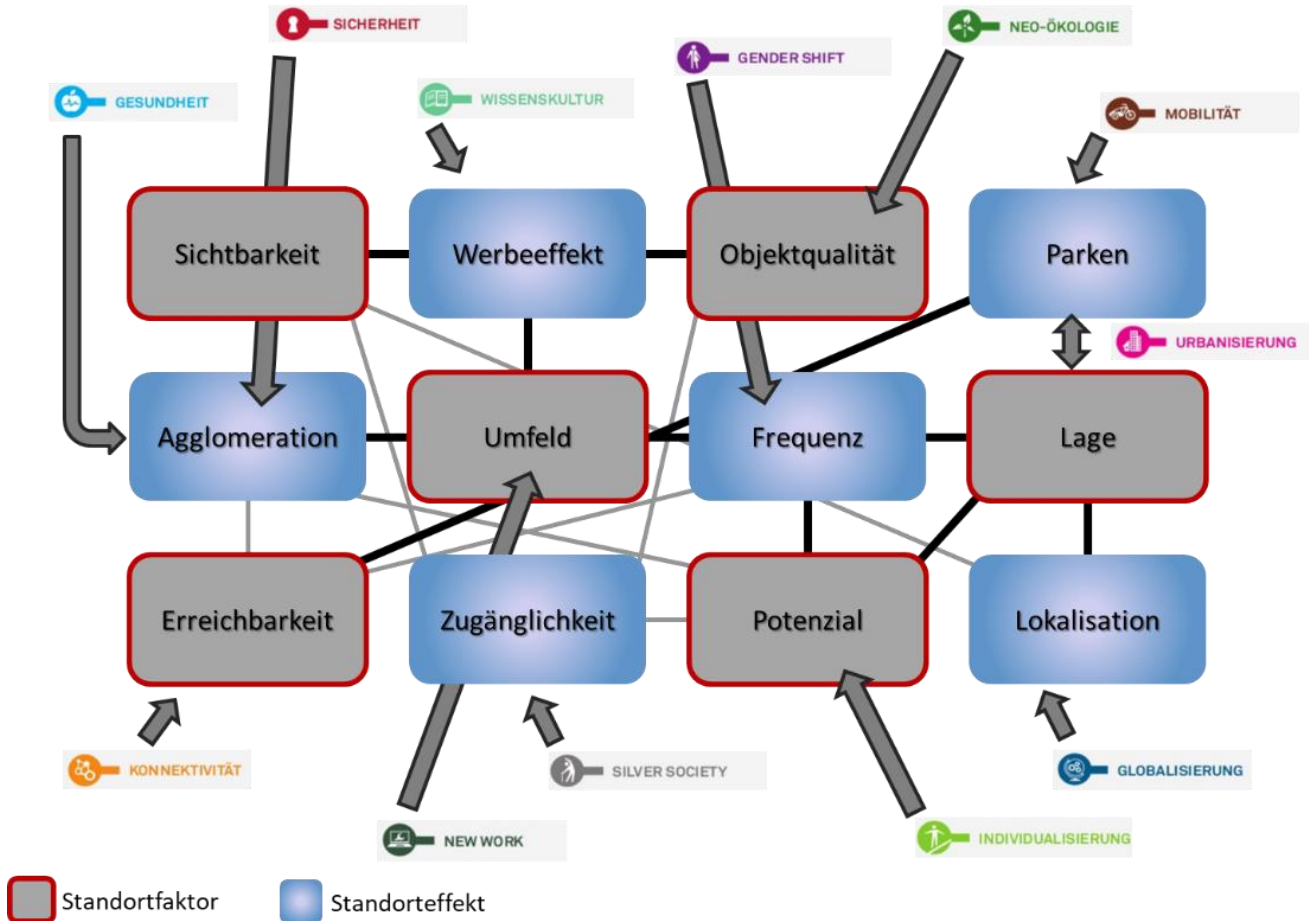
- ... die **eigenständige und nachhaltige Entwicklung** der Handelsstandorte in der Gemeinde Nohfelden unter Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die wirtschaftsräumlichen Verflechtungen innerhalb der Gemeindegrenzen, sowie eine **klare Positionierung** des Grundzentrums hinsichtlich der zentralen Funktion und unter **Berücksichtigung einer wohnstandortorientierten Nahversorgung**.

¹ GloKalisierung ist der Synthesetrend zwischen Globalisierung und Lokalisierung.



Abbildung 2 Wirkungsgefüge im Standortraum Nohfelden

Wirkungsgefüge am Standort und Einflüsse der Megatrends



eigene Abbildung

2.1.2 Megatrends nach Zukunftsinstitut

Gendershift: Das Geschlecht verliert an gesellschaftlicher Verbindlichkeit. Dieser Megatrend hat weitreichende Folgen in Wirtschaft und Gesellschaft – und ermöglicht es immer mehr Individuen, auf ihre eigene Art und Weise glücklich zu werden. Die Geschlechterbilder fusionieren, alte Rollenbilder und Karrieremodelle lösen sich endgültig auf, die Gesellschaft wird dadurch kulturell anders gepolt und geprägt. Aber auch hier ist das Retro schon Teil des Trends – als prallig grelles Remake der alten Klischeebilder von Mann und Frau.

Gesundheit: Gesundheit ist nicht mehr nur erstrebenswerter Zustand, sondern Lebensziel und Lebenssinn. Der Megatrend verknüpft psychische und physische Dimension immer enger, Gesundheit und Zufriedenheit verschmelzen. Die Menschen übernehmen mehr Verantwortung für ihre Gesundheit und treten dem Gesundheitssystem selbstbewusster gegenüber. Detoxing, Bewegung und Selftracking sind integrale Bestandteile der Gesundheit als kulturelle Dimension des modernen Lebens.

Globalisierung: Wenn man die Fakten betrachtet, ist Globalisierung mehr Frohbotschaft als Drohbotschaft – die Welt, die immer mehr zusammenrückt, wird besser. Das Internet als weltumspannendes Medium fördert eine globale Kultur im virtuellen Raum. Wenn die Megatrends Konnektivität und Globalisierung zusammentreffen, entsteht Reibung und Disruption. Global agierende Plattform-Konzerne werden ohne eigene Infrastruktur neue wirtschaftliche Großmächte und krepeln ganze Branchen um. Rekursion zur Globalisierung: die Wiederkehr des Lokalen und Ursprünglichen im neuen Kleid.

Individualisierung: Die neue Individualität etabliert eine Kultur der Wahl, die manche überfordert. Individualismus hat viele Spielarten: Er kann rebellisch, hedonistisch, extremistisch, sensibel oder empfindsam sein. In Zukunft ist Individualität nicht egoistisch, sondern immer mehr achtsam. Der Megatrend geht in die Rekursion – Individualisten suchen



Gemeinschaft und schaffen sie sich neu. Das entwickelte Ich und das neue Wir sind in Zukunft zwei Seiten derselben Medaille.

Konnektivität: Das Leben wird total vernetzt. Moderne Kommunikationstechnologien mit dem Internet im Zentrum verleihen dem Megatrend Konnektivität eine unbändige Kraft. Kein Megatrend kann mehr verändern, zerstören und neu schaffen. Kein Megatrend löst mehr Disruption aus. Durch seinen Einfluss entstehen neue Formen der Gemeinschaft, des Zusammenarbeitens, Wirtschaftens und Arbeitens. Aber es gibt auch Gegenbewegungen – eine neue Achtsamkeit im Umgang mit den Möglichkeiten von Konnektivität entsteht.

Mobilität: Die globale Gesellschaft ist unterwegs, mit Menschen und Daten – der Megatrend Mobilität treibt sie an. Orte verlieren ihre bindende Kraft, Heimat wird ein relativer Begriff, mobil sein wird zur kulturellen Pflicht. Verkehrsstationen werden zu Arbeits- und Lebensräumen, die Fixpunkte bilden im fließenden mobilen Lifestyle. Das Auto büßt seine dominante Stellung ein und wird zum autonomen Daten-Fahrzeug weiterentwickelt. Das Zusammentreffen von gesellschaftlicher Veränderung und neuen technologischen Möglichkeiten entwickelt gerade in der Mobilitätsbranche große Kraft.

Neo-Ökologie: Bio wird eingehend auf Qualität geprüft, die Ernährung wird flexibel bis fleischlos, die industriellen Systeme müssen sich umstellen – entweder abfallfrei wirtschaften oder die Rohstoffe im Kreislauf halten. Denn eine Konsumkultur ist im Kommen, die vom Megatrend Neo-Ökologie geprägt ist. Man will nicht mehr nur kaufen, sondern den Konsum stärker steuern. Neue Technologien schaffen neue Alternativen zur alten Wegwerfgesellschaft. Das hat jede Menge disruptives Potenzial.

New Work: Umbrüche in der Gesellschaft und disruptive Prozesse in der Wirtschaft führen zu fundamentalen Veränderungen in der Arbeitswelt, sie bestimmen den Megatrend New Work. In einer so digitalisierten wie globalisierten Zukunft wird Arbeit im Leben der Menschen einen neuen Stellenwert einnehmen, Arbeit und Freizeit fließen ineinander. Technologie ist wichtig, aber nicht dominant – der Mensch bleibt entscheidend. Seine Talente zählen, in der neuen Arbeitswelt setzt die Ära des Talentismus ein.

Sicherheit: Was mit „Cyber“ beginnt, verändert den Begriff von Sicherheit – das macht den neuen Megatrend Sicherheit aus. Instanzen können keine Sicherheit mehr versprechen. Menschen sind Sicherheitsfaktoren, nicht nur Risikoträger. Unternehmen übernehmen mehr Verantwortung für ihre Sicherheit, der Staat nimmt sich zurück. Die neue Sicherheitskultur ist agil, beweglich, flexibel und auch disruptiv. Sie muss schnell Antworten geben auf die neuen Herausforderungen in der Welt der Cyber (In-)Security.

Silver Society: Die Alten werden immer mehr: Der Megatrend Silver Society wirkt weltweit und gesellschaftsübergreifend. Er hat disruptives Potenzial, denn er verändert die Systeme und Infrastrukturen so grundlegend wie nachhaltig. Parallel dazu prägen sich neue Lebensstile im Alter aus, die das Altersbild der Gesellschaft neu formen. Lebensphasen verschwimmen ineinander, der alte Dreischritt des Lebens, Jugend – Arbeit – Pension, weicht multigrafischen Lebensläufen. Der Unruhestand wird das kulturelle Gegenmodell zum traditionellen Modell der Rente.

Urbanisierung: Der Megatrend Urbanisierung ist stark wie nie: Die immer größeren Megacitys außerhalb Europas bekommen die wirtschaftliche Kraft ganzer Volkswirtschaften und entwickeln disruptives Potenzial. Die Grenzen zwischen Stadt und Land sind fließend – in riesigen urbanen Flächenräumen genauso wie in dicht besiedelten Städten, die durch Urban Farming „essbar“ gemacht werden. Städte stehen im internationalen Wettbewerb um neue Industrien und talentierte, mobile Menschen. Einerseits wachsen neue urbane Konglomerate, andererseits besinnen sich alte, gewachsene Städte auf ihren Vorteil: kulturelle Stärke und Lebensqualität.

Wissenskultur: Der Megatrend geht in die nächste Dimension – aus Neuem Lernen wird das Prinzip der Wissenskultur. Im Umbruch von der Industrie- zur Wissensgesellschaft wird Bildung zu einer Kulturfrage, die die ganze Gesellschaft betrifft. Am Megatrend Wissenskultur entscheidet sich die Zukunftsfähigkeit von Individuen, Unternehmen und ganzen Volkswirtschaften. Wissen bleibt Macht, aber in Zukunft können immer mehr Menschen Zugang zu dieser Macht haben. Digitalisierung von Wissen und Bildung ist der größte Treiber dafür.

2.2 Der Einzelhandel in Deutschland

2.2.1 Einfluss der Megatrends

Die Versorgung der Bevölkerung ist ein wichtiges Thema der Entwicklungsplanung in Städten und Gemeinden. Es wird in diesem Zusammenhang eine Vielzahl von Problemen diskutiert, die sich naturgemäß in verdichteten Gebieten anders darstellen als im ländlichen Raum. Dabei hängen die diskutierten Probleme sehr eng mit der Marktentwicklung, den



konkreten Ausformungen von Megatrends und den Anforderungen der versorgenden Unternehmen zusammen, die zu immer größeren Betriebseinheiten und Einzugsbereichen führen.

Der Einzelhandel ist stetiger Veränderung unterzogen. Auslösende Treiber für diese schon legendäre Eigenschaft („Handel ist Wandel“) sind die beschriebenen Megatrends. Dies führt dazu, dass sowohl Unternehmen als auch Verbraucher, die letztendlich über Erfolg oder Misserfolg von Trends entscheiden, diesen Wandel verursachen, aber auch bedingen. Jede Gemeinde muss unter Marktgesichtspunkten Erweiterungsoptionen für bestehende Standorte einplanen und mittels fachlich und politisch begründeten Konzepten die Einzelhandelsentwicklung steuern und stärken. Denn wachsende Betriebsgrößen, veränderte Betriebsformen, die Internationalisierung im Einzelhandel und die Flexibilität des Verbrauchers fordern eine Anpassung der Gemeinden an diese neuen Trends.

Der durch Megatrends ausgelöste strukturelle, gesellschaftliche und ökonomische Wandel in der Gemeinde Nohfelden zeigt die Notwendigkeit eines integrierten Einzelhandelskonzeptes, um auch in Zukunft eine wohnungsnah Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel) sicherzustellen und ein funktionierendes Oberzentrum zu gewährleisten. Dabei ist ein besonderes Augenmerk auf den zentralen Versorgungsbereich zu legen. Attraktive Einzelhandels- und Versorgungsstandorte sind identitätsstiftend für die Bevölkerung und sorgen für ein Heimat- und Sicherheitsgefühl.

2.2.1.1 Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel

Der Einzelhandel in Deutschland ist erheblichen Umstrukturierungsprozessen und starken Einflüssen von außen und innen ausgesetzt. Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel verlieren, sowohl durch zusätzliche Steuern und Abgaben als auch durch die Fokussierung der Ausgaben auf andere Konsumbereiche, an Gewicht im Segment des Privaten Verbrauchs. Die realen Zuwächse des Einzelhandels in Deutschland liegen in den letzten Jahren eher unterhalb der Zuwachsquoten der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung. Auf der Anbieterseite wird mit Verdrängungswettbewerb und aggressiver Preispolitik reagiert.

In Zukunft, wie in der Vergangenheit schon, sind Versorgungs- und Erlebniseinkauf deutlich zu unterscheiden. Speziell für Waren des täglichen Bedarfs bedeutet dies, dass zunehmend Anbieter bevorzugt werden, die durch Standards ihre Qualität sichern und ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen. Der Versorgungseinkauf wird somit durchrationalisiert und zeitoptimiert. Gleichzeitig wünscht derselbe Kunde jedoch auch kompetente Fachberatung in abwechslungsreicher und ansprechender Umgebung. Dieser freizeitorientierte Erlebniseinkauf stellt den zweiten Pol der Entwicklung dar.

Gewinner der Trends sind vor allem die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser (Versorgungseinkauf) sowie die spezialisierten Fachgeschäfte und Boutiquen in den Zentren, aber auch die fachhandelsorientierten Einkaufszentren, Shoppingcenter, Fachmarktstandorte und Outlet-Center an der Peripherie (Erlebniseinkauf).

Der Einzelhandel in Deutschland ist sehr dynamischen Veränderungen unterworfen. Die Ursachen liegen in der Wechselwirkung von Angebot und Nachfrage. Aus diesem Wirkungszusammenhang lassen sich einige raum- und strukturwirksame Trends ablesen:

Abbildung 3 Ausgewählte Trends im Einzelhandel

Angebotsseite	Nachfrageseite
Konzentration der Unternehmen	Sinkende Bevölkerung mit regionalen Disparitäten
Verkaufsflächenwachstum	Steigende Mobilität
Sinkende Flächenproduktivität	Erlebniseinkauf vs. Versorgungseinkauf
Discountorientierung	Preisbewusstsein



2.2.1.2 Periodischer Bedarf

Die Handelsunternehmen konzentrieren ihre Standortnachfrage auf immer weniger Standorte, die dann allerdings sehr konkrete Anforderungen hinsichtlich Grundstücksgröße, Erreichbarkeit und bspw. Einsehbarkeit erfüllen müssen. Dabei divergieren städtebauliche Zielvorstellungen der Kommunen oft mit dem unternehmerischen Standortverhalten. Weiterhin verschwinden bestimmte Formen von Anbietern. Supermärkte der ersten Generation mit Verkaufsflächen zwischen 300 und 400 qm sind fast gänzlich durch heute marktgerechte Größen von rund 1.500 qm ersetzt worden. Dieser Trend ist auch bei den Discountmärkten zu verzeichnen, die bislang überwiegend Flächen bis 700 qm aufwiesen. Aktuell realisieren sie Verkaufsflächen bis 1.400 qm. Auch die Artikelzahlen sind stetig gestiegen. Heute führen die Betriebstypen folgende Artikelzahlen (vgl. EHI, Handel aktuell 2019, S. 90):

- Lebensmitteldiscounter ca. 2.300 Artikel
- Supermarkt ca. 11.800 Artikel
- Verbrauchermarkt ca. 25.000 Artikel
- SB-Warenhaus ca. 49.000 Artikel

2.2.1.3 Aperiodischer Bedarf

Die Dominanz der Innenstädte als Standort für den Einzelhandel innerhalb der Kommune ist Geschichte. Innenstädte sind zwar aus städtebaulicher Sicht entscheidend für die kommunale Entwicklung, verlieren aber kontinuierlich an Bedeutung im Vertriebsnetz des Einzelhandels. Die langfristige Entwicklung zeigt einen kontinuierlichen Bedeutungsverlust innerstädtischer Standorte für die Einzelhandelsunternehmen. Steigende Flächenbedarfe, immer weiter differenzierende Vertriebskonzepte, dynamischer Zuwachs an nachgefragten bzw. verfügbaren Artikeln führen immer wieder zu Flächenansprüchen, die in Innenstädten nicht zu bewältigen sind. Die Bewältigung scheitert nicht immer an Raumverknappung, sondern auch an Verkehrsproblemen, Grundstücks- und Planungskosten sowie raumstrukturellen, planungsrechtlichen, denkmalpflegerischen Einschränkungen und nicht zuletzt an Flächenkonkurrenzen mit anderen Branchen.

So entwickeln sich Betriebs- und Absatzformen, die auf Standorte außerhalb der Innenstädte spezialisiert sind. Insbesondere aufgrund ihres Flächenbedarfes ergibt sich letztlich eine Aufgabenteilung für die Versorgung der Verbraucher zwischen Innen- und Außenstädten. Beste Beispiele hierfür sind die Möbel- und Einrichtungshäuser, Baumärkte sowie Gartencenter.

Innenstädten erwächst zudem Konkurrenz durch diverse Fachmarktkonzepte, Shopping-Center an nicht-integrierten Standorten und nicht zuletzt durch Outlet-Center und den stark dynamisierten Onlinehandel, der den Versandhandel der „Pre-Internet-Zeit“ weit übertrifft.

Krisen der Warenhauskonzerne, der fortschreitende Rückzug des klassischen Fachhandels, die Tendenz zur Einkaufslagenkonzentration in Verbindung mit einer starken Filialisierung verstärken die Probleme der Innenstädte.

Trotz dieser oft krisenhaft wahrgenommenen Entwicklungsphasen haben die Innenstädte in den meisten Städten zentraler Prägung ihren festen Platz und können sich gegen die nicht-integrierte Konkurrenz behaupten. Investitionen in Innenstadtimmobilien sind nach wie vor lohnend. Konzepte wie Shopping-Center, die sich weitgehend auf Innenstädte fokussieren oder zum Beispiel die aktuellen Überlegungen von IKEA in Richtung innerstädtischer Standorte stärken diese Entwicklung.

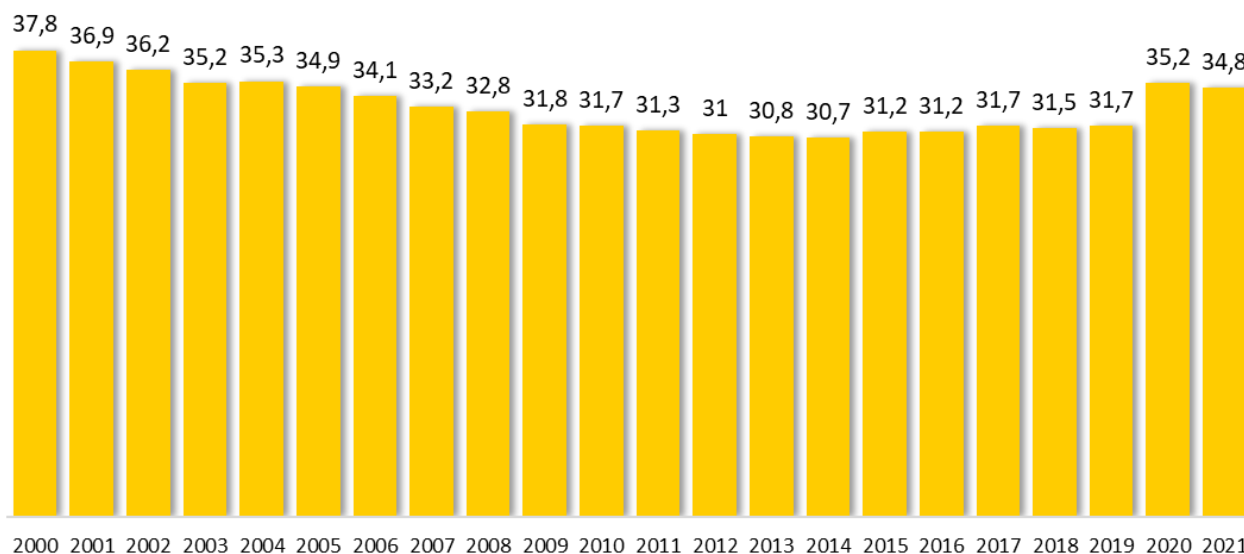
Ungeachtet aller auch positiven Aspekte ist der städtebauliche Schutz des Bestandes und auch der Entwicklungsmöglichkeiten von Innenstädten nach wie vor zwingend erforderlich.

Der Einzelhandel hat früher nur wenig von den gestiegenen Konsumausgaben, in den letzten Jahren wieder mehr, profitieren können. Dies lag vor allem an den deutlich gestiegenen Ausgabenpositionen für bspw. Versicherung, Benzin, Miete, Heizkosten etc. Vor allem die beiden letzten Positionen sorgen für eine deutliche Umschichtung innerhalb des privaten Verbrauchs.

Schon in der zweiten Hälfte der 10er-Jahre ist der Anteil der Einzelhandelsausgaben trotzdem moderat angestiegen. 2020 hat die Corona-Pandemie dann zu einem deutlichen Anstieg geführt, der darauf zurückzuführen ist, dass andere Ausgabemöglichkeiten, wie z.B. für Gastronomie und Kultur deutlich beschränkt waren. Auch 2021 lag der Anteil coronabedingt deutlich höher als in den Jahren vor der Pandemie.



Abbildung 4 Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2000 bis 2021 (in Prozent)



Quelle: Statistisches Bundesamt; Hauptverband des Deutschen Einzelhandels; EHI Retail Institute, März 2022

Nicht nur im Lebensmittelbereich, also bei der Nahversorgung, ist festzustellen, **dass kleine Betriebstypen** zugunsten großflächiger oft discountorientierter Konzepte verschwinden und **gleichzeitig deren Ein- und Anbindung an Innenstädte aufgrund der Flächenanforderungen fast unmöglich wird.**

2.2.2 Onlinehandel und Effekte auf die Stadtentwicklung

Die folgenden Entwicklungspfade des Einzelhandels zeigen die Bedeutung von Innovationen im Einzelhandel und deren Durchsetzungskraft. Neben punktuellen Ereignissen mit Durchschlagkraft (z.B. Gründung von Amazon, erster Baumarkt, Drogeriemarkt, Discounter) zeigt sich die dynamische Entwicklung der Online-Umsätze, relativiert um die nach wie vor überragende Bedeutung des stationären Einzelhandels. Es lohnt allerdings ein Blick in Spartenentwicklungen, wo der Onlinehandel zum Teil bereits maßgebliche Umsatzanteile gewonnen hat.

Tabelle 1 Treiber und Gegenkräfte bei der Online-Entwicklung (Auswahl)

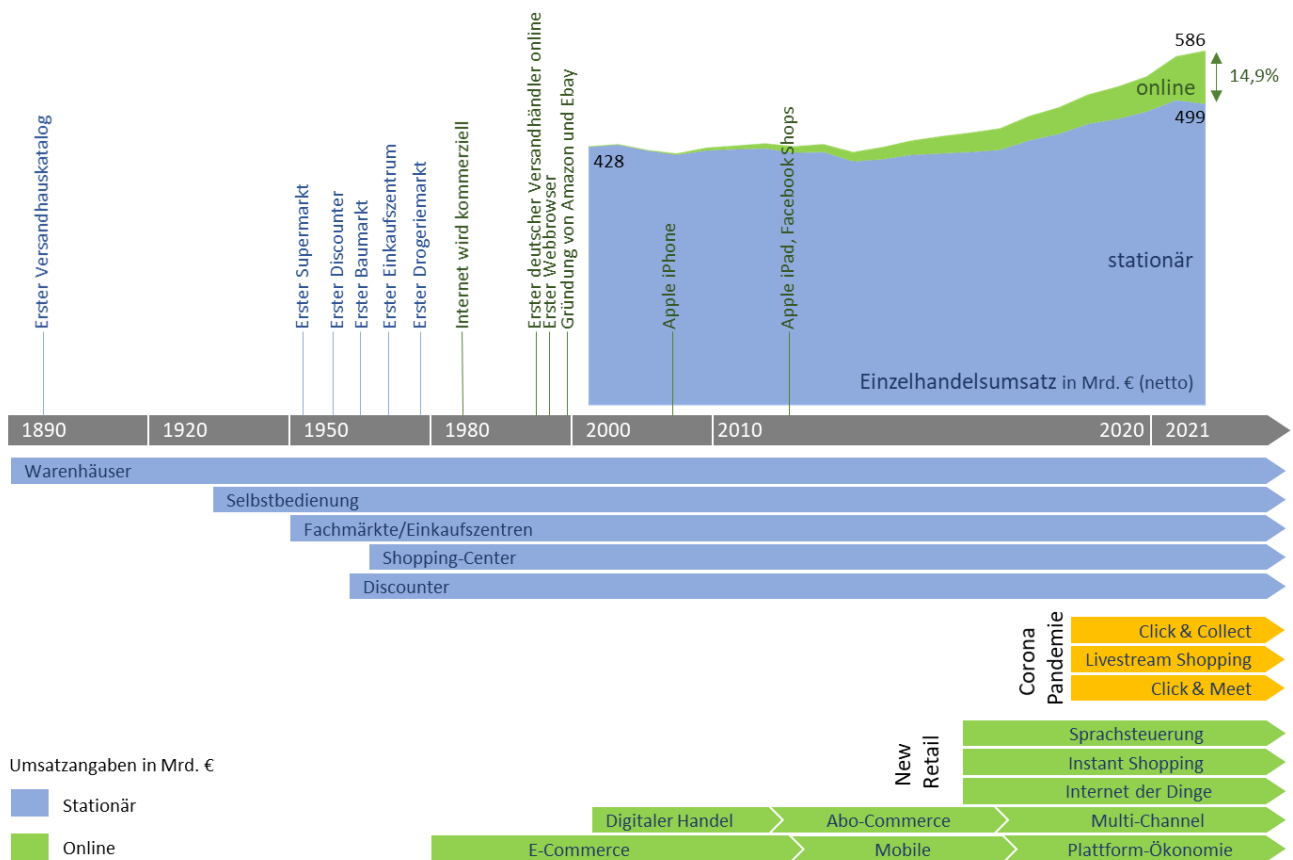
Treiber	Gegenkräfte
Verbesserung und Optimierung der Webseiten (v.a. mobiler Zugriff)	Stellenwert des „haptischen“ Einkaufserlebnisses, Gemeinschaftserlebnis
Besserer Lieferservice	Bereits erreichte Marktanteile und die Schwierigkeit neue Zuwächse zu „kaufen“
Erlerntes und akzeptiertes Kaufverhalten für immer breitere Käuferschichten	Verminderung des Preisvorteils (online) durch Maßnahmen der Hersteller
Immer bessere Online-Sortimente und Preise	Stärkung des Multi-Channels und Käuferakzeptanz nützt dem stationären Handel
Optimierter Netzausbau (WLAN-Verfügbarkeit und Zugriffsgeschwindigkeiten)	Teile des Konsums sind für den Onlinehandel nur sehr schwer zu erreichen
Online-Beratungsfeatures	Optimierung im stationären Handel
Spracherkennung und optimierte Bestelloptionen	Profitabilitätsvorteile bestehender stationärer Händler

Quelle: eigene Darstellung



Der Onlinehandel wächst weiter. Nach HDE liegt der Gesamtumsatz 2021 bei 85,0 Mrd. Euro, ein Plus von 17,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In einigen Kategorien (z.B. Unterhaltungselektronik, Bücher) ist die Wachstumsdynamik geringer geworden, in anderen Warengruppen (z.B. Heimwerkerbedarf, Möbel und Einrichtung, periodischer Bedarf) beginnt das Wachstum gerade erst (HDE 2021). Wie auch immer die Entwicklung verlaufen mag: Die Händler müssen die Kunden dort „abholen“, wo sie gerade einkaufen wollen: egal, ob beim Einkaufsbummel in der Innenstadt, mit dem Tablet-PC auf der Couch oder per Smartphone (vgl. Deutsche Post DHL 2014; HDE 2013; Roland Berger/ECE 2013).

Abbildung 5 Entwicklungspfade des Einzelhandels in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an HDE „Meilensteine im Handel“ HDE Online Monitor 2021, Seite 4-5, ergänzt um die Schätzung für 2021, HDE Pressekonferenz vom 14.07.2021

Besonderer Fokus ist auf folgende Sortimente zu legen:

1. Fashion und Accessoires, wegen der hohen Bedeutung dieser Sortimente für die Innenstadt; ferner wegen der Umsatzbedeutung für Shoppingcenter;
2. Lebensmittel, aufgrund der Gesamtbedeutung für den Einzelhandel (Anteil am Gesamtumsatz), obwohl derzeit die Umsatzanteile des Online Geschäfts noch extrem niedrig sind;
3. Elektronik, wegen der Bedeutung für Fachmarktzentren sowie teilweise auch Shoppingcenter;
4. Wohnen und Einrichten, wegen der Bedeutung insbesondere für Großflächen (z.B. Wohnkaufhäuser) in Stadtrandlagen, die zur Gesamtzentralität von Städten maßgeblich beitragen.

Auch wenn das Wachstum des Online-Handels nach dem Ende der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie zu geringeren Wachstumsraten zurückkehrt, wird der stationäre Handel insgesamt Umsatzeinbußen erleiden. Je nach Branche



werden diese mehr oder weniger stark ausfallen. Prognosen für den umsatzstärksten Einzelhandelsbereich, Lebensmittel bzw. erweitert „Fast Moving Consumer Goods“², sind mit besonders hohen Unsicherheiten verbunden (s.o.). Käme es hier zu einer stark zunehmenden Online-Nachfrage, so hätte das relativ große Auswirkungen auf den Einzelhandel insgesamt sowie auf die Innenstadt- und Nahversorgungsstandorte – und zwar in Form von Standortschließungen.

Die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Maßnahmen haben, insbesondere für die Bekleidungsbranche, spürbare Triebkräfte für den Onlinehandel entwickelt und schwere Einbußen im stationären Handel verursacht.

Tabelle 2 Veränderungsraten Online und Offline 2020 nach Branchen im Vergleich zum Vorjahr

Branche	Umsatzanteil Online 2020 in %	Veränderung Online, in Mrd.€	Veränderung Offline in Mrd. €
Fashion & Accessoires	39,8%	+2,24	-8,42
CE/Elektro	38,9%	+3,51	-0,18
Heimwerken & Garten	7,1%	+0,76	+3,77
Wohnen & Einrichten	17,5%	+1,25	+0,13
Freizeit & Hobby	33,2%	+2,15	-0,57
FMCG	3,3%	+2,29	+16,96

Quelle: HDE Online-Monitor, 2021

Die Betriebe sind dieser Entwicklung jedoch nicht völlig ausgeliefert. Sie haben Möglichkeiten, um auf den skizzierten Umsatzdruck zu reagieren. Diese bestehen beispielsweise in verbessertem Marketing, Kostenreduktionen (etwa im Personalbereich), verbesserter Warenbeschaffung und dadurch Margengewinnen oder im Erschließen von Umsatzchancen im Online-Bereich – etwa im Rahmen von Multi-Channel-Strategien. Allerdings erfordert gerade Letzteres wie weiter oben ausgeführt hohe Investitionen, die viele Betriebe angesichts des Margendruckes nicht (mehr) leisten können. Ferner besteht für stationäre Betriebe die Möglichkeit, mehr Ware auf weniger Fläche zu verkaufen, und zwar durch die Teildigitalisierung von Sortimenten. Es ist aber noch nicht absehbar, ob dies in größerem Umfang von Konsumenten akzeptiert wird. Allerdings deutet sich in Pilotprojekten an, dass solche Virtualisierungsansätze Chancen bieten. Die Auswirkung wäre eine veränderte Nachfrage nach gegebenenfalls vergleichsweise kleineren Handelsflächen.

Tabelle 3 Anteile der Branchen am Offline- und Onlinevolumen

Bedarfsgruppe	Offline		Online	
	Umsatzanteil 2019 in %	Umsatzanteil 2020 in %	Umsatzanteil 2019 in %	Umsatzanteil 2020 in %
Fashion & Accessoires	7,0	5,1	24,7	23,1
Schmuck und Uhren	0,9	0,7	1,7	1,6
Elektro	5,8	5,5	24,4	24,5
Heimwerken/Garten	8,0	8,5	4,2	4,5
Wohnen und Einrichten	6,4	6,3	9,3	9,2
Büro und Schreibwaren	0,6	0,5	1,6	1,5
Freizeit und Hobby	4,5	4,4	15,1	15,2
FMCG (Lebensmittel)	42,0	43,9	8,7	10,2
Gesundheit und Wellness	4,6	4,4	6,3	6,0

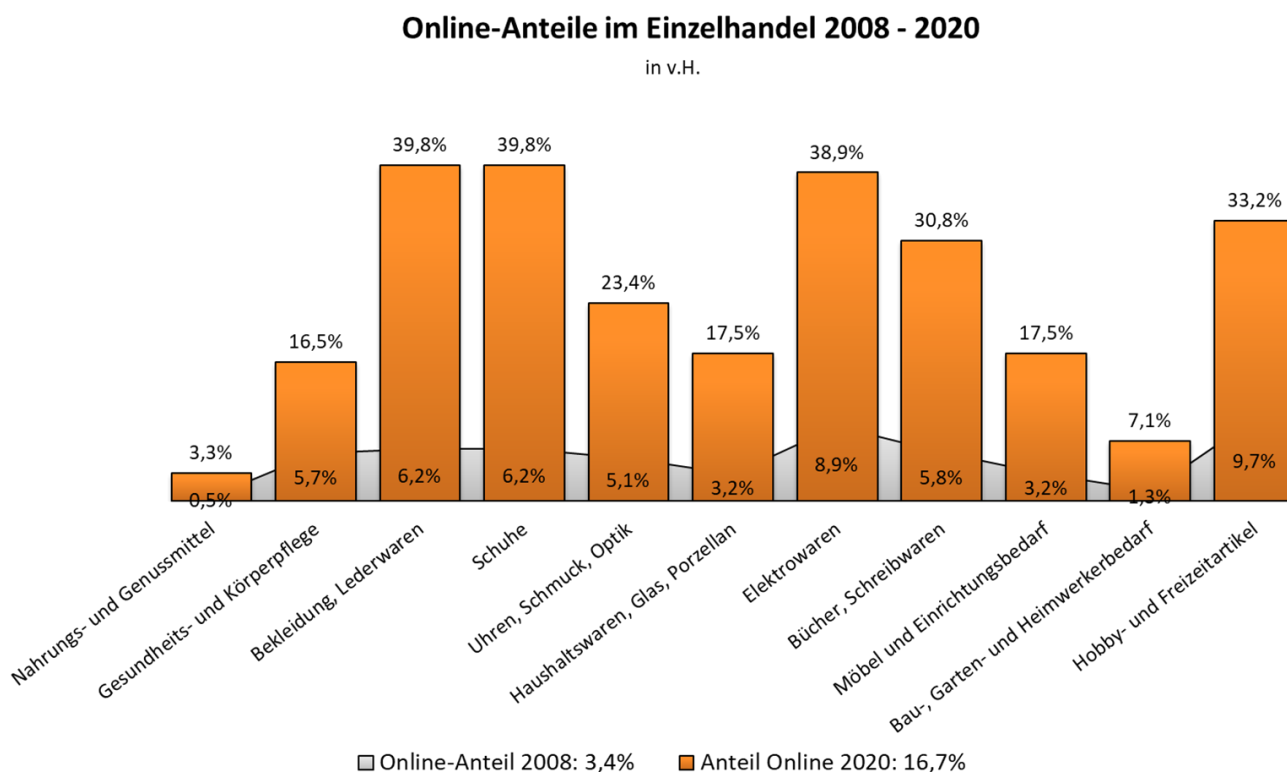
Quelle: HDE Online-Monitor, 2021

² „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG) Bezeichnet Konsumgüter, die besonders häufig gekauft und in der Regel täglich benötigt werden (zum Beispiel Lebensmittel, Reinigungsmittel und Körperpflegeprodukte).



Innerhalb des Aktualisierungszeitraumes seit 2010 bis heute hat sich die Bedeutung des Onlinehandels erheblich verändert. Die Marktanteile des Online-Vertriebsweges haben sich innerhalb dieses Zeitraumes vervielfacht. In der folgenden Übersicht ist die Entwicklung in den verschiedenen Einzelhandelsbranchen nachzuvollziehen:

Abbildung 6 Entwicklung des Online-Handels 2008 bis 2020



Quelle: Online Monitor HDE

Der Online-Handel manifestiert sich im Raum lediglich durch Rechenzentren, die Büros der Verwaltung, durch Warenlager (Logistik) und durch verschiedene Ausprägungen von Abholeinrichtungen (Abholstationen im Sinne von Automaten oder mit Personal). Ob und in welcher Ausgestaltung Abholeinrichtungen des Onlinehandels als Einzelhandel (Verkaufsfläche) oder als sonstiger Gewerbebetrieb einzustufen sind, ist bislang nicht abschließend rechtlich geklärt. Unabhängig hiervon greift § 11 Abs. 3 BauNVO allerdings regelmäßig nicht, da es sich um nicht großflächige Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche handelt.

Logistikeinrichtungen können als Lagerhäuser oder Lagerflächen, aber auch als sonstige Gewerbebetriebe eingestuft werden. Soweit sie – auch unter Berücksichtigung der von ihnen ausgehenden Störungen – gebietsverträglich sind, können sie in fast allen Baugebieten zumindest als Ausnahme zugelassen werden. Elemente des Logistiksystems wie Abholstationen können also selbst in allgemeinen Wohngebieten (WA) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die dadurch ausgelöste Verkehrsentwicklung gebietsverträglich ist.

Eine Ausschlussplanung, wie sie zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche für den stationären Einzelhandel gebräuchlich und bewährt ist, scheidet gegenüber Vertriebsanlagen im Onlinehandel aus. Die üblichen zur Begründung entsprechender Planungen heranzuziehenden Auswirkungsanalysen untersuchen Umsatzzumlenkungen eines konkreten Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens des Einzelhandels auf den bestehenden Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen sind nutzlos. Diese Analysen greifen beim Onlinehandel nicht, da dessen Wirkung auf einen konkreten zentralen Versorgungsbereich unspezifisch ist. Lediglich über Begleiteffekte könnten Einrichtungen des Onlinehandels vor Ort (gebietsbezogen) mit Verweis auf andere städtebauliche Gründe (Verkehrserzeugung, Immissionsschutz, Erhaltung des Gebietscharakters) ausgeschlossen werden. Mit der Etablierung und wachsenden Bedeutung des Onlinehandels erreicht die Regulierung und Steuerung des Einzelhandels in Städten mit Hilfe des Baurechts ihre Grenzen.

Es besteht inzwischen weitgehend Einigkeit, dass der Onlinehandel nicht der Auslöser der Probleme des stationären Handels in Städten und Gemeinden ist, dass er jedoch Trends und Entwicklungen beschleunigt. Die Unterschiede zwischen



starken und schwachen Betriebskonzepten sowie zwischen starken und schwachen Städten treten deutlicher zutage und verstärken sich immer mehr. Letztlich wird sich der Onlinehandel als zusätzlicher Vertriebsweg auf einem branchenspezifischen Anteil einpendeln und muss von den Einzelhandelsunternehmen als genau das, als zusätzlicher Vertriebsweg, akzeptiert und genutzt werden.

Tabelle 4 Gefährdungspotenzial für Branchen durch den Onlinehandel

Bedarfsgruppe	Innenstadtrelevanz	Anteil Fläche	Gefährdungsgrad
Lebensmittel und Reformwaren	Gering	8,6%	Gering
Gesundheit und Körperpflege	Hoch	6,7%	Gering
Bekleidung und Wäsche	Hoch	35,0%	Hoch
Schuhe und Lederwaren	Hoch	2,8%	Hoch
Elektro, EDV, Foto	Hoch	7,0%	Hoch
Sport, Spiel, Hobby	Mittel	4,9%	Hoch
Haushalt, GPK	Hoch	11,6%	Gering
Bücher, Schreibwaren	Hoch	4,3%	Hoch
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	Gering	1,4%	Mittel
Möbel, Teppiche, Heimtextilien	Mittel	17,3%	Mittel

Quelle: BBSR-Online-Publikation Nr. 08/2017 – Entwicklung des Onlinehandels bis 2025 aus Schulz 2016, Berechnungen auf Datenbasis von Bayerische Staatsregierung 2013; CIMA 2011: 8 ff.; Destatis 2015c.

Städte und Gemeinden sind aktiv, um die Rahmenbedingungen für attraktive Innenstädte und Stadtteilzentren weiter positiv zu gestalten. Die dabei verwendeten Handlungsansätze reichen von der Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts über eine Vielzahl von Marketingaktivitäten bis hin zur Unterstützung alternativer Shop-Konzepte. Eine Mehrzahl der Ansätze setzt dabei auf Kooperation zwischen den für Innenstadt-/Stadtentwicklung relevanten Akteuren, bezieht also auch die Einzelhändler, Immobilieneigentümer und andere ein.

Auch der stationäre Handel reagiert inzwischen verstärkt auf die Entwicklungen im Onlinehandel und versucht, die dort wachsenden Potenziale aktiv zu nutzen: Diskussionen und bereits umgesetzte Beispiele in den Bereichen Multi-Channel, Cross- und Omni-Channel (kanalübergreifende Angebote) zeigen dies. Neben einem Online-Shop bzw. Cross-Channel-Ansatz und Lieferdiensten bieten sich dem stationären Handel weitere Möglichkeiten, die Bequemlichkeit des Einkaufs für den Kunden zu erhöhen. Ein wesentliches Kriterium bei allen Maßnahmen sind einfache Regelungen, wie z.B. einheitliche Öffnungszeiten aller Händler eines Standortes, ein gemeinsames WLAN-Angebot am Standort (im Gegensatz zu einem fragmentierten WLAN-Service) oder die Erhöhung der Warenverfügbarkeit durch die Nutzung von Automaten außerhalb der Geschäftszeiten. Ferner verfügt der stationäre Einzelhandel über die Möglichkeit, dem Kunden großzügige Umtauschregelungen anzubieten, um im Sinne der Risikoreduktion mit dem Onlinehandel gleichzuziehen. Sinnvoll ist es dabei, wenn die Mitglieder der Werbegemeinschaft einheitliche Regelungen anbieten und kommunizieren.

Neben oder außerhalb von Stadtmarketing gibt es weitere wichtige Instrumente der Kommunikation. Zu diesen gehören interne und offene Arbeitskreise und/oder Runde Tische mit den betroffenen Akteuren. So lässt sich eine „Kultur der Kommunikation“ zwischen den Handelnden schaffen. Dies bedeutet, ein offenes Ohr zu haben für die Belange der Betroffenen, aber auch offensiv auf diese zuzugehen und offen über Grenzen und Möglichkeiten sowie die zukünftige Rollenverteilung zu diskutieren. Dadurch können neue Formen der Kooperation – z.B. Business Improvement Districts (BID) oder Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG) – angestoßen oder (kleinere) Projekte auf den Weg gebracht werden.

Um langfristig eine hohe Kaufkraftbindung an zentralen Standorten zu sichern, ist der Handel sowohl auf funktionsfähige räumliche und architektonische Strukturen als auch auf attraktive und belebte Innenstädte und Stadtteilzentren angewiesen. Städte sehen in der Aufwertung des öffentlichen Raumes einen Vorteil für den stationären Handel. Stadtmarketing, Business Improvement Districts (BID) und Immobilien-Standortgemeinschaften (ISG) unterstützen dies.



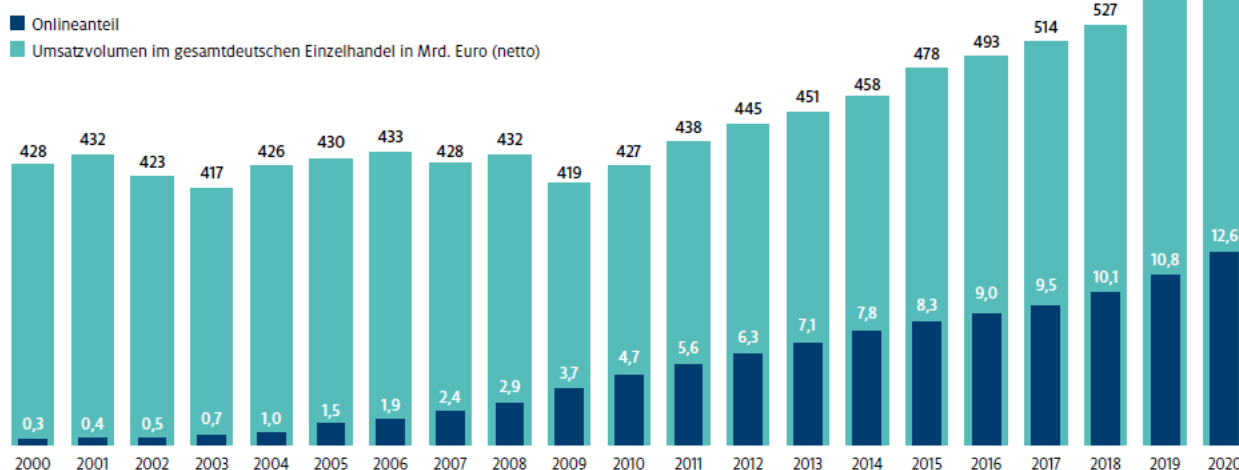
2.2.3 Auswirkungen der Corona-Pandemie

Stichworte wie Click & Collect, Livestream Shopping oder Click & Meet bestimmten in den Jahren 2020 und 2021 das Einzelhandelsgeschehen in den Städten Europas. Beschränkungen des Einzelhandels durch staatlich verfügte Schließungen oder Hygienemaßnahmen (Beschränkung der Kundenzahl etc.) nahmen erheblichen Einfluss auf den Geschäftsgang vieler Einzelhandelsbranchen. In einigen Branchen war der Einfluss durchaus positiv in anderen negativ. „Lockdowns“ im Frühjahr 2020 waren verbunden mit der vollständigen Schließung des Einzelhandels. Eine Ausnahme bildete die Nahversorgung, so dass Lebensmittelanbieter und Drogeriemärkte weiterhin öffnen durften. Je nach Bundesland differierte die Liste deröffnungsberechtigten Betriebe.

Abbildung 7 Umsatzentwicklung des stationären und des Online-Einzelhandels 2000 bis 2020

Der Onlineanteil liegt insgesamt bei 12,6 Prozent – ohne Food bereits bei 18 Prozent.

Onlineanteil am Einzelhandel im engeren Sinne* in Prozent



* Einzelhandel im engeren Sinne (i.e.S.) bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel.

Quelle: HDE Online Monitor 2021, Seite 8

Dieser „Lockdown“ dauerte bis Ende Mai 2020 und war verantwortlich für erhebliche Umsatzeinbußen und das ein oder andere Insolvenzverfahren. Nachdem die erste Infektionswelle zum Sommer 2020 abgeebbt war, normalisierte sich das Geschäftsleben weitgehend. Mit stark ansteigenden Infektionszahlen im September und Oktober 2020 begann die zweite Infektionswelle, die im November 2020 zu einem weiteren Lockdown mit erzwungenen Ladenschließungen führte. Nun aber entwickelten sich kreative Möglichkeiten, doch auch Nonfoodsortimente stationär zu kaufen, indem bestellte Ware abgeholt (Click & Collect) oder je nach Inzidenzwert auch auf Termin eingekauft werden konnte (Click & Meet). Großer Gewinner der Schließungswellen war der Online Handel. Im Frühjahr 2021 wurde der Lockdown angesichts nicht sinkender Infektionszahlen, die sich zu der dritten Welle verstärkten, nochmals verschärft. Nach Lockerungen im Sommer wurden die Regeln wieder strenger, als im November und Dezember die Omikron-Variante des Corona-Virus zu hohen Infektionszahlen führten.

Trotz dieser Einschränkungen verzeichnete der Handelsverband Deutschland (HDE) und das Statistische Bundesamt für 2020 einen Umsatzanstieg, wobei auch der stationäre Einzelhandel, neben dem boomenden Online Handel Umsatzsteigerungen vorzuweisen hatte.

Der stationäre Umsatzzuwachs des Einzelhandels 2020 wurde im Wesentlichen durch den nahversorgungsdominierten Einzelhandel getragen. Innenstadttypische Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Uhren und Schmuck hatten dagegen harte Umsatzausfälle zu beklagen. Somit sind bis heute vor allem innenstadttypische Leitsortimente von massiven Rückgängen betroffen, was folgerichtig insbesondere Shoppingcenter und Innenstadtzentren besonders hart trifft. Auch diverse Insolvenzverfahren bekannter Einzelhandelsketten und -marken werden ihre Auswirkungen auf die zentralen Lagen der Städte früher oder später zeitigen. Konkrete Folgen für die Innenstadtzentren und anderen zentralen Lagen werden sich erst in kommenden Monaten abzeichnen.



In ländlichen Gemeinden wie Nohfelden übernimmt der Online-Handel auch positive Funktionen. Die Distanz zu großen Mittel- oder gar Oberzentren ist groß, so dass die Online-Einkaufsmöglichkeit für einen großen Teil der Bevölkerung die Chance bedeutet, mit geringem Aufwand Waren zu erhalten, die ansonsten nur mit einer Fahrt in das nächste Oberzentrum zu erreichen wären. Ein nicht unwesentlicher Teil der Nonfood-Ausgaben, die bislang schon als Kaufkraftabflüsse für Nohfelden eingeordnet werden mussten, erfolgt nun Online. Es handelt sich um eine Umschichtung von Vertriebswegen, die vor allem außerhalb der Gemeinde Nohfelden wirksam werden (Kaufkraftflüsse werden umgeschichtet). Die für Nohfelden wichtigen periodischen Sortimentsgruppen sind davon weniger betroffen.

2.3 Bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen für ein Einzelhandelskonzept

Inhalte und Aussagen eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes werden durch juristische Vorgaben maßgeblich beeinflusst. Von Einzelhandelskonzepten gehen planungsrechtliche Wirkungen aus, die sich durch den jeweiligen Ratsbeschluss der Gemeinde manifestieren. Einzelhandelskonzepte werden in der Regel als städtebauliche Entwicklungskonzepte nach §1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen und erhalten so Relevanz für die Abwägung von Belangen im Rahmen der Bauleitplanung. Einzelhandelskonzepte sind demnach planungssystematisch als informelle Planungen einzuordnen. Erst die Umsetzung in verbindliche Bauleitplanung verleiht ihnen Rechtskraft.

Der Rechtsrahmen für Einzelhandelsgutachten berührt alle hierarchischen Ebenen des föderalistischen Systems der Bundesrepublik Deutschland und darüber hinaus auch das europäische Recht.

2.3.1 Europarechtliche Vorgaben

Artikel 49 AEUV zur Niederlassungsfreiheit sowie die Artikel 14 und 15 der Dienstleistungsrichtlinie sind zu beachten. Die Regelungen zur Beschränkung von großflächigen Einzelhandelsansiedlungen in Bauleitplänen sind an den Vorschriften der Dienstleistungsrichtlinie zu messen. Somit sind mengenmäßige oder territoriale Beschränkungen für die Aufnahme oder Ausübung einer Dienstleistungstätigkeit (Art. 15 Abs. 2 Buchst. a) DL-RL) nur zulässig, wenn sie nichtdiskriminierend, erforderlich und verhältnismäßig (Art. 15 Abs. 3 DL-RL) sind.

Das Urteil vom 30.1.2018 des EUGH³ enthält Aussagen zu Anwendungsbereich und Auslegung der DL-RL. Danach ist Einzelhandel im Sinne der DL-RL als Dienstleistung zu verstehen.

Vor diesem Hintergrund sollten Gemeinden nach dem Bauplanungsrecht bei der erforderlichen Dokumentations- und Begründungspflicht auch die Anforderungen des Europarechts beachten. Folgende Anforderungen⁴ sind zu prüfen:

5. Nicht-Diskriminierung: (aufgrund von Staatsangehörigkeit, Sitz der Gesellschaft)
6. Erforderlichkeit: (zwingende Gründe des Allgemeininteresses müssen nachgewiesen werden)
7. Verhältnismäßigkeit: (Anforderungen müssen zur Erfüllung der Ziele geeignet sein und nicht darüber hinausgehen)

Empfehlenswert ist in diesem Zusammenhang die Unterlassung von Regelungen, die die Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben von wirtschaftlichen Bedarfsprüfungen oder von Marktnachfrage abhängig machen. Damit sind auch festgelegte Entwicklungsgrenzen oder -korridore, die letztlich eine begrenzte Entwicklung von Sortimenten (Verkaufsflächen-grenzen) vorgeben, europarechtlich unzulässig⁵.

2.3.2 Bundesrechtliche Vorgaben

Im **Grundgesetz (GG)** ist im Zusammenhang mit Einzelhandelskonzepten die Regelung der konkurrierenden Gesetzgebung zwischen Bund und Ländern grundsätzlich maßgeblich (Art 72 Abs. 3 sowie Art. 74 Abs. 1 Nr. 31 GG), für die praktische Arbeit jedoch weniger relevant.

Das **Raumordnungsgesetz (ROG)** definiert die Ziele und Grundsätze der Raumordnung.

³ EuGH, 30.01.2018 - C-360/15, C-31/16

⁴ Quelle: Hinweise der Fachkommission Städtebau zu Auswirkungen des ‚Visser‘-Urteils des EuGH, insbes. zur Anwendbarkeit der EU-Dienstleistungsrichtlinie auf Bebauungspläne (März 2019)

⁵ vergl. gif, Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, Juli 2020, Seite 26



Das **Baugesetzbuch (BauGB)** regelt unter anderem die Bauleitplanung. Hier sind einige einschlägige Paragraphen zu nennen, die auf Einzelhandelsfragen angewendet werden:

8. §1 Abs. 6 Nr. 11 Städtebauliches Entwicklungskonzept
9. § 2 Abs. 2 Interkommunales Abstimmungsgebot
10. §9 Abs. 2a Einfacher Bebauungsplan zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
11. §30 Arten von Bebauungsplänen
12. §34 Zulässigkeit in den im Zusammenhang bebauten Ortsteilen
13. §34 Abs. 3 Schutz zentraler Versorgungsbereiche in allen betroffenen Gemeinden
14. §35 Bauen im Außenbereich

Die **Baunutzungsverordnung (BauNVO)** regelt in Bebauungsplänen festsetzbare Baugebiete (§1 Abs. 3), zulässige Nutzungen (§1 Abs. 4-9) sowie die Ausweisung von Sondergebieten für den Einzelhandel und zu prüfende Auswirkungen (§11 Abs. 3)

2.3.3 Landesrechtliche Vorgaben

Landesentwicklungsprogramme und -pläne (LEP) oder Landesraumordnungsprogramme konkretisieren die Ziele und Grundsätze in länderspezifischer Weise. Die Regelungen in den Bundesländern weichen voneinander ab, wobei die folgenden raumordnerischen Instrumente zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in fast allen Bundesländern angewendet werden.

1. **Beeinträchtungsverbot**
keine wesentlichen Beeinträchtigungen der Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne sowie der verbraucher-nahen Versorgung
2. **Konzentrations-/Zentralitätsgebot**
Zuordnung von Einzelhandelsgroßprojekten zu bestimmten Zentralitätsstufen (Ober-, Mitte-, Grundzentren)
3. **Integrationsgebot**
Großflächige, innenstadtrelevante Ansiedlung nur in städtebaulich integrierter Lage
4. **Kongruenzgebot**
Ausrichtung der Größenordnung am zentralen Orte Prinzip bzw. Verflechtungsbereich
5. **Agglomerationsverbot**
kleinflächige Betriebe mit räumlich-funktionalem Zusammenhang sind als Großflächen zu behandeln

2.4 Regionale Einordnung

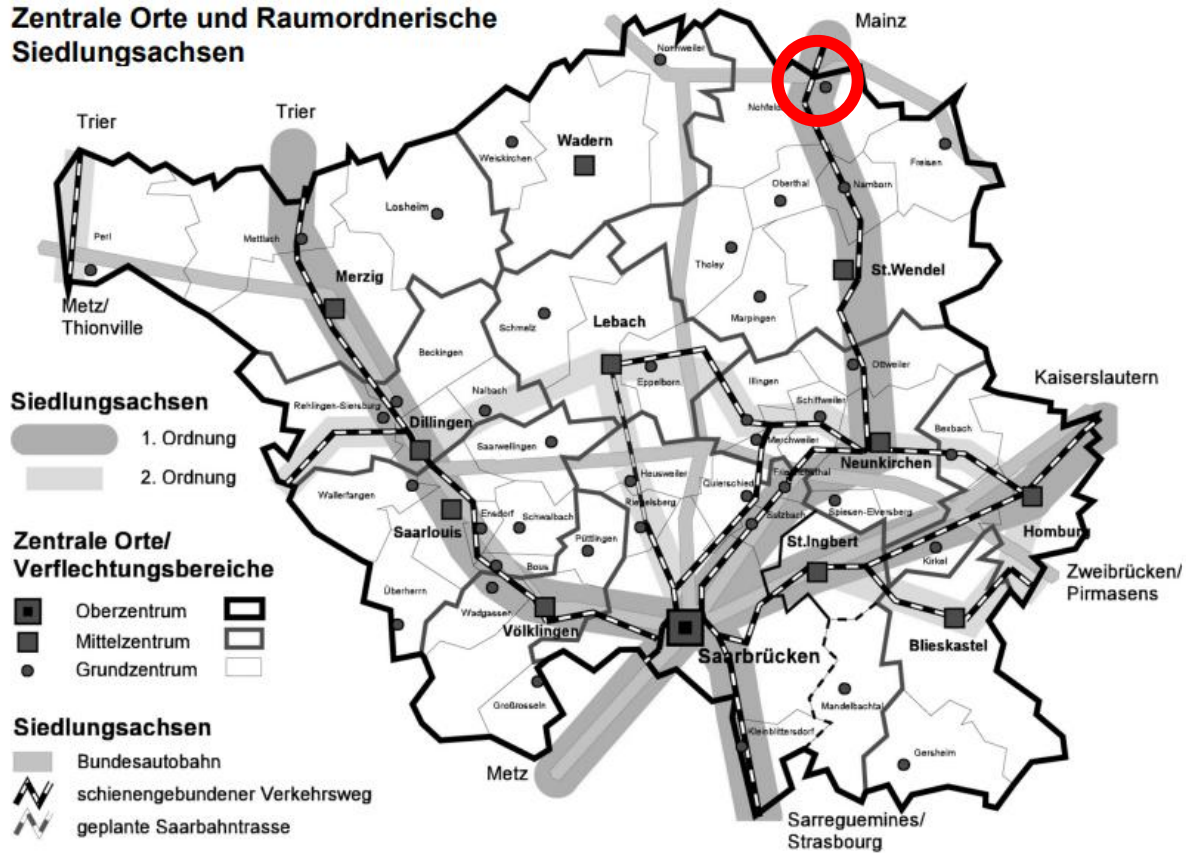
2.4.1 Raumordnung und Landesplanung

Die Gemeinde Nohfelden liegt im Landkreis St. Wendel und umfasst die Ortsteile Bosen, Eckelhausen, Eisen, Eiweiler, Gonneseweiler, Neunkirchen/Nahe, Nohfelden, Mosberg-Richweiler, Selbach, Sötern, Wolfersweiler, Türkismühle und Walhausen. Der Ortsteil Nohfelden bildet dabei das Grundzentrum der Gemeinde. Die aufgeführten Ortsteile befinden sich im Einflussbereich des Mittelzentrums St. Wendel. Eine Einkaufsorientierung der Nohfelder Bürger ins angrenzende Mittelzentrum St. Wendel ist zu unterstellen.



Abbildung 8 Regionale Einordnung

Zentrale Orte und Raumordnerische Siedlungsachsen



Quelle: Landesentwicklungsplan Saarland, Teilabschnitt „Siedlung“, 14.7.2006, Seite 1000, Anlage

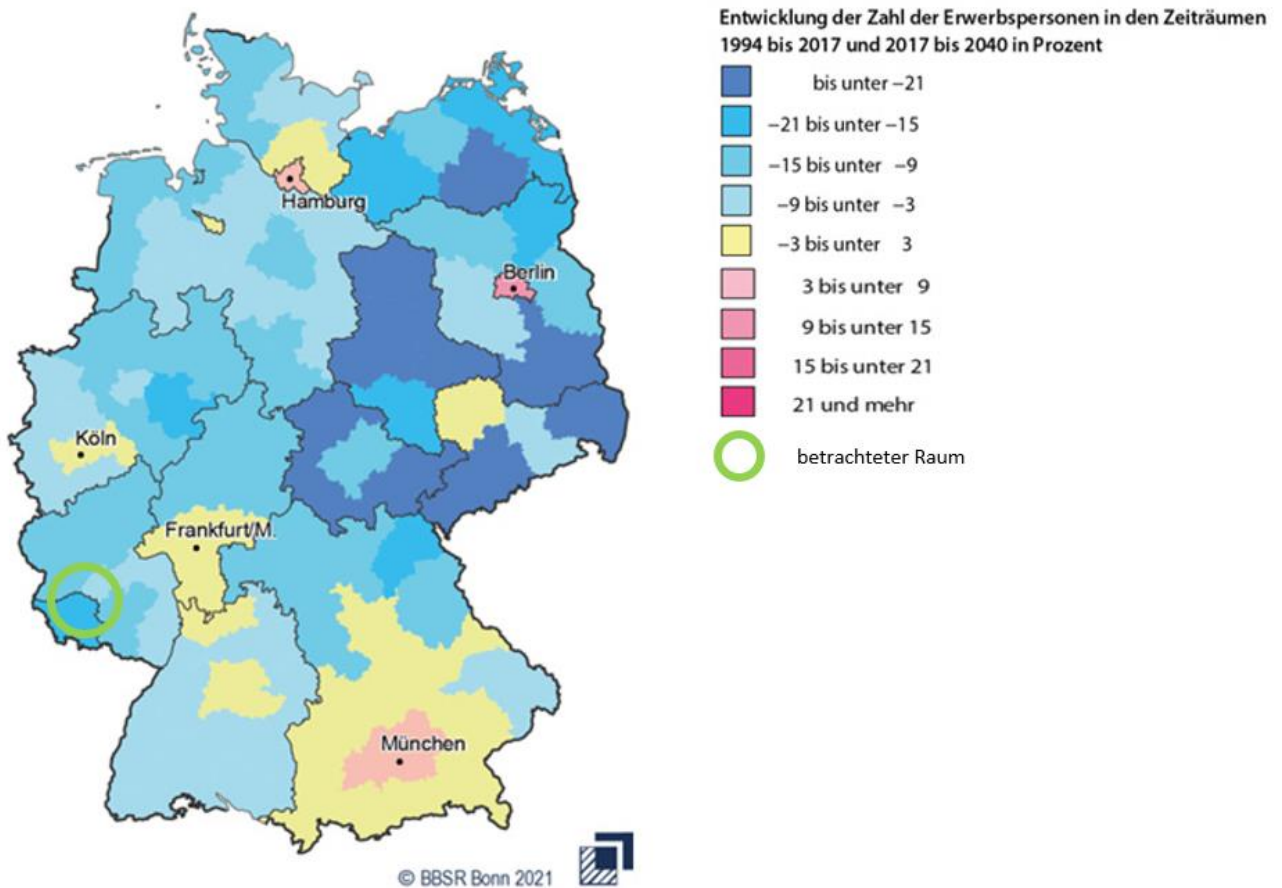
Derzeit leben rund 10.200 Einwohner im Gemeindegebiet. Die Gemeinde Nohfelden ist landesplanerisch als Grundzentrum ausgewiesen und übernimmt die grundzentrale Versorgungsfunktionen des überwiegend kurz-, ergänzend auch des mittelfristigen Bedarfs für das Gemeindegebiet.

2.4.2 Künftige Entwicklungstrends für die Region

Die Entwicklung der Erwerbspersonen zeigt das künftige Potenzial der Bevölkerung in den Regionen auf, die für den Arbeitsmarkt zur Verfügung stehen. Nach Prognosen des BBSR wird die Erwerbspersonenzahl im Untersuchungsraum spürbar rückläufig sein. Der Prognosehorizont reicht bis zum Jahr 2040. Wanderungs- und vor allem Pendlerbewegungen können die Ergebnisse in den Regionen deutlich verändern. Dieser Prognose liegt das Wohnortprinzip zugrunde.



Abbildung 9 Trends in der Raumentwicklung



Quelle: BBSR, Bonn

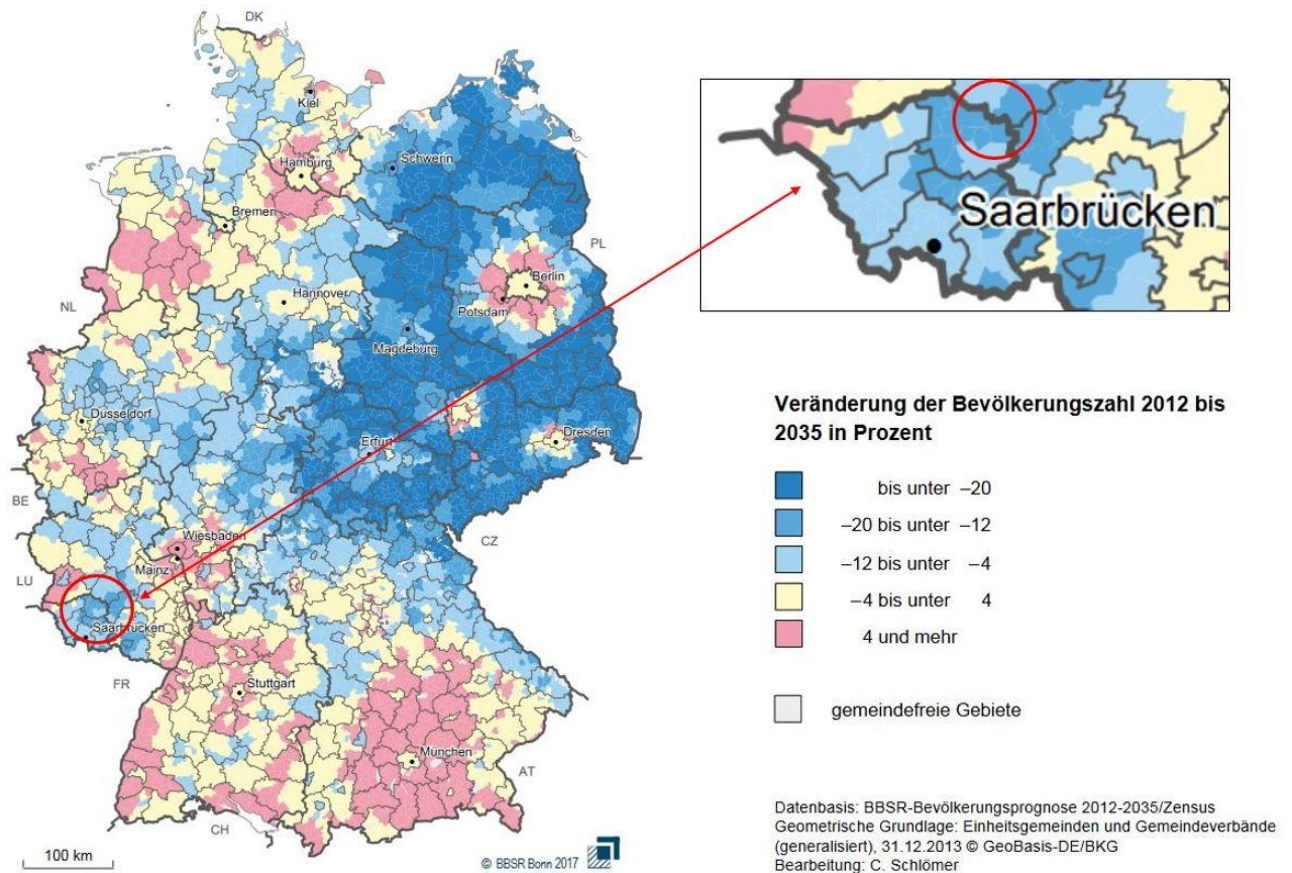
2.4.3 Bevölkerungsentwicklung und -prognose

Die durch die Bundesregierung im Bundesraumordnungsbericht 2017 aufgezeigten Trends im Zuge der demografischen Entwicklung zeigen für den Landkreis St. Wendel, demnach also auch für die Gemeinde Nohfelden, eine Stagnation bis hin zu einer Abnahme der Bevölkerung. Die zukünftige Tragfähigkeit der bestehenden Einzelhandelsbetriebe ist trotzdem grundsätzlich gewährleistet, weil ein Rückgang der Bevölkerung nicht zwangsläufig auch schrumpfende Einzelhandelspotenziale für die untersuchte Standortgemeinde bedeutet. Hier wäre die Entwicklung der durchschnittlichen Ausgabenbeiträge ebenso zu berücksichtigen, wie die regionalen Austauschbeziehungen.



Eingeordnet in die regionale Gesamtentwicklung Deutschlands liegt die Untersuchungsregion im Mittelfeld der prognostizierten Entwicklungen.

Abbildung 10 Bevölkerungsprognose 2035



Quelle: BBSR Raumordnungsbericht 2017, verändert

2.4.4 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.

Die ausgewiesenen Kaufkraftindizes messen die jeweiligen regionalen Ergebnisse am Bundeswert, oder den Werten für die alten / neuen Bundesländer. Der Durchschnittswert wird dabei auf 100 gesetzt. Demnach bedeutet ein Wert über 100 eine überdurchschnittliche Kaufkraft, ein Wert unter 100 eine unterdurchschnittliche Kaufkraft in der Region. Kaufkraftindizes sind grundsätzlich Betrachtungen je Einwohner einer Region und werden somit zum „Durchschnittseinwohner“ in Beziehung gesetzt.



Abbildung 11 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich



Quelle: MB-Research 2021

Im regionalen Vergleich weist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Gemeinde Nohfelden mit 87,0 einen unterdurchschnittlichen Wert im Vergleich zum Bundesdurchschnitt auf. Damit erreicht das Ausgabenniveau in Nohfelden 13,0% weniger als im Bundesdurchschnitt. Die höchsten Werte können Ellweiler mit 101,0 und St. Wendel mit 105,7 erreichen. Deutlich niedriger ist der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Hoppstädten-Weiersbach mit 79,8. Insgesamt betrachtet liegt das Kaufkraftniveau im Untersuchungsgebiet deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 100.

2.5 Einzugsbereich

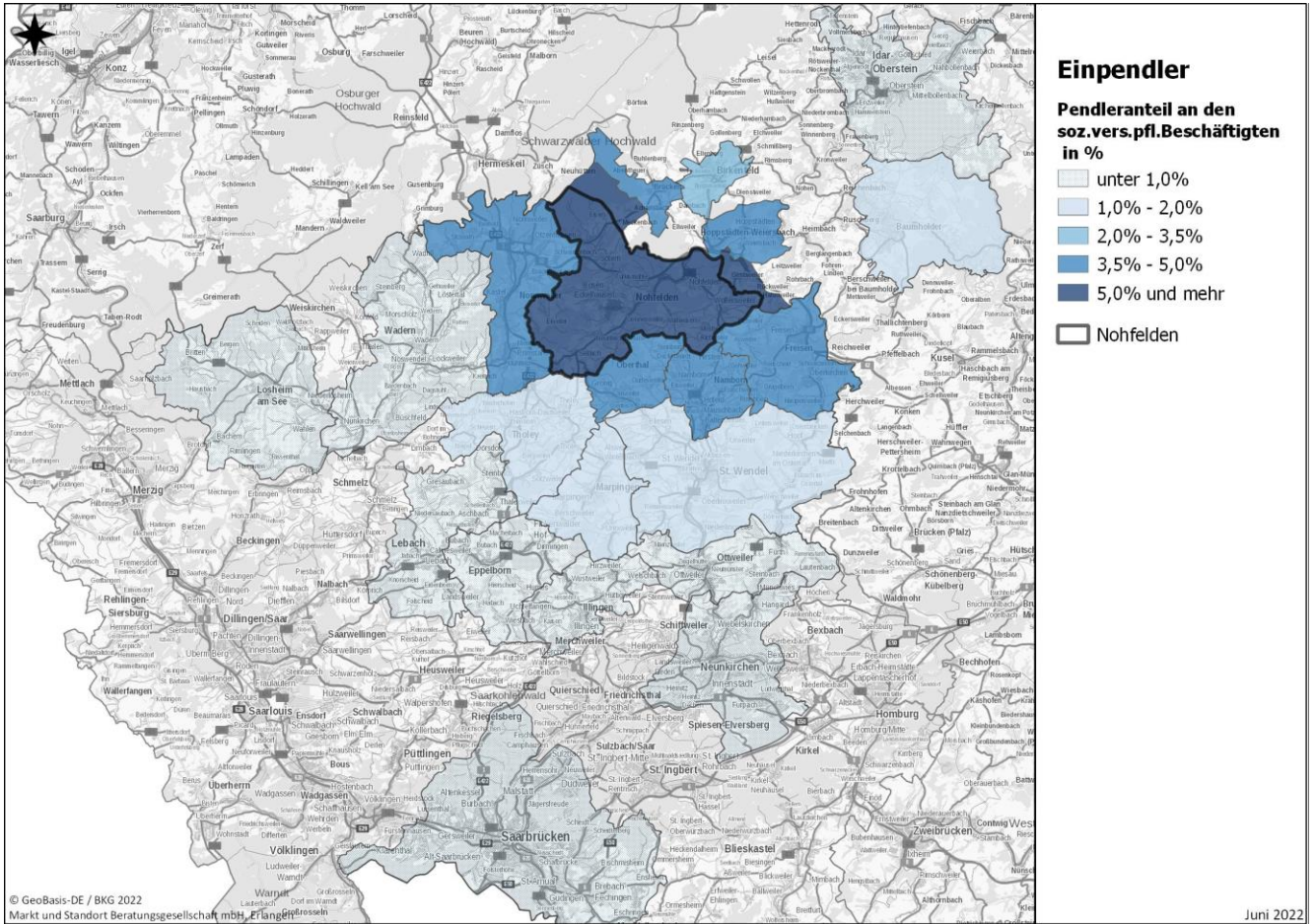
Das Marktgebiet bzw. das Einzugsgebiet umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Art und Verkaufsfläche der großflächigen Einzelhandelsbetriebe bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt und Außenstadt. Die Größe des Marktgebietes wird auf Basis von Distanz- und Zeitisochronen, empirischen Erfahrungswerten, Pendlerverflechtungen sowie auf Grundlage von Kunden- und Einzelhändler-Befragungen ermittelt. Dabei hat die Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformengleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

2.5.1 Grundzentraler Einzugsbereich

Als Grundlage zur Abgrenzung des Marktgebietes wurden zum einen die Aussagen der Landesplanung in Bezug auf die Abgrenzung grundzentraler Verflechtungsbereiche sowie die Bewertung der umliegenden Konkurrenzzentren 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.



Abbildung 12 Einpendler nach Nohfelden



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort und am Arbeitsort

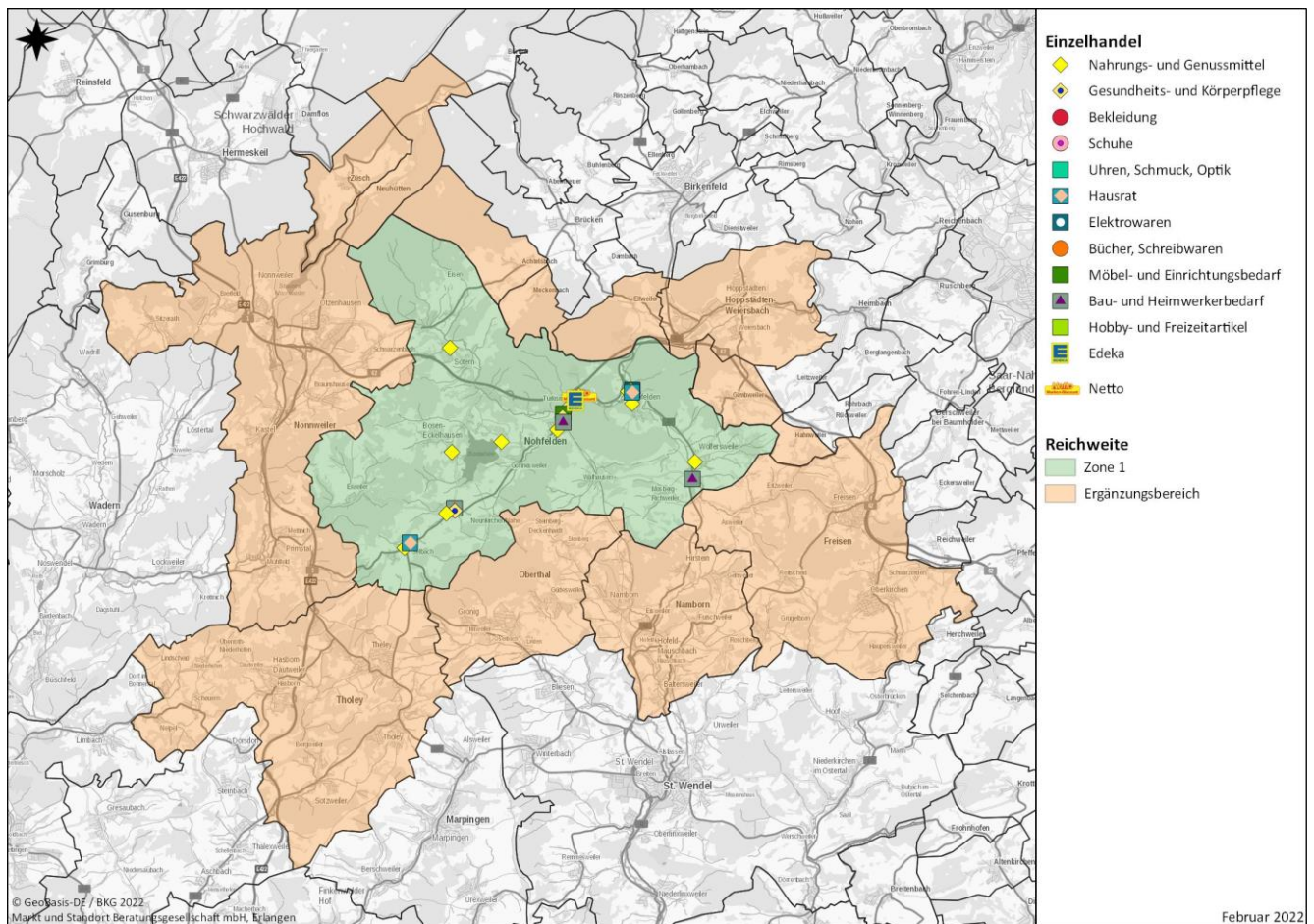
Die Einpendler nach Nohfelden kommen aus vielen verschiedenen Gemeinden. Dabei liegt der prozentuelle Anteil der Einpendler an der jeweiligen Bevölkerung in den meisten Gemeinden unter 1% an den jeweils sozialversicherten Beschäftigten und steigt für einige Gemeinden im unmittelbaren Umfeld nur knapp auf 4% an. Die Gemeinde Nohfelden verfügt somit über ein geringes Einpendlerpotenzial. Damit ist die Arbeitsorientierung der Bevölkerung in der Region auf die Gemeinde Nohfelden eher gering. Der Gemeinde Nohfelden ist auf dieser Basis kein eindeutiger Einpendlerbereich zuzuordnen, so dass sich auch nicht die Grundlage für einen, über die Gemeindegrenzen hinausgehenden, Einzugsbereich ableiten lässt.

Der Einzelhandel in der Gemeinde Nohfelden erreicht in seiner grundzentralen Funktion das Gemeindegebiet Nohfelden mit den Ortsteilen. Einzelne Anbieter mögen einen größeren Einzugsbereich erschließen, dieser strahlt dann allerdings, auch aufgrund der fehlenden räumlichen Konzentration des Einzelhandels in Nohfelden, nicht auf die anderen Betriebe aus. Der Einzugsbereich des Einzelhandels in Nohfelden ist somit auf das Gemeindegebiet begrenzt.

Gerade in Bezug auf die Nahversorgung und unter Berücksichtigung der verteilten Lage der Ortsteile ist ein Austausch von Kaufkraftströmen zu berücksichtigen. Der Einflussbereich des Einzelhandels, über die Gemeindegrenze hinaus, ist in Bezug auf Türkismühle im Norden des Untersuchungsgebietes zu sehen. Gleichzeitig ziehen die Angebote in Nachbargemeinden (z.B. Tholey, Namborn, Freisen) Kaufkraft aus dem Gemeindegebiet Nohfeldens ab.



Abbildung 13 Einzugsbereich Nohfelden



Quelle: eigene Darstellung

Der Einzugsbereich der Gemeinde Nohfelden umfasst das Gemeindegebiet mit den Ortsteilen Ortsteile Bosen, Eckelhäusen, Eisen, Eiweiler, Gonesweiler, Neunkirchen/Nahe, Nohfelden, Mosberg-Richweiler, Selbach, Sötern, Wolfersweiler, Türkismühle und Walhausen. Den dargestellten Ergänzungsbereich könnte man als nachbarschaftlichen Verflechtungsbereich einordnen. Eine Versorgungsfunktion der Gemeinde Nohfelden für den Ergänzungsbereich lässt sich nicht ableiten.

2.5.2 Marktpotenzial aus dem grundzentralen Einzugsbereich

Es ergibt sich eine durchschnittliche **konsumnahe einzelhandelsrelevante Kaufkraft** in der Gemeinde Nohfelden von **6.288 Euro je Einwohner⁶**, die in 11 Warengruppen differenziert dargestellt wird. Dieser Wert resultiert aus der Gewichtung des bundesdeutschen Durchschnittswertes für Ausgaben im Einzelhandel (Basis: Markt und Standort Warengruppensystematik) mit dem jeweiligen Kaufkraftindex.

Multipliziert mit der jeweiligen Einwohnerzahl (Hauptwohnsitz) ergibt sich das Kaufkraftvolumen. Insgesamt hat die Gemeinde Nohfelden eine konsumnahe Kaufkraft von 58,6 Mio. Euro aufzuweisen. Das Potenzial für den Einzelhandel im Einzugsbereich ergibt sich zum einen aus der Bevölkerungskonzentration und -verteilung und zum anderen aus den Pro-Kopf-Ausgaben und dem Einkommensniveau. Folgende bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben werden für diese Studie zugrunde gelegt.

⁶ Der individuelle Pro-Kopf-Ausgabenwert im Einzelhandel für die Gemeinde Nohfelden, ergibt sich aus der Verrechnung des Bundesdurchschnittswertes mit dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau von 92,2.



Tabelle 5 Mittlere Ausgaben (nach Sortimentsgruppen) in Euro pro Kopf (Bundesdurchschnitt)

Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik
2.786	590	667	159	112	116

Elektroartikel	Bücher / Schreibwaren / Zeitschriften	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	Hobby- und Freizeitartikel	Gesamt
583	214	621	582	388	6.818

Quelle: eigene Berechnungen 2022

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.

Tabelle 6 Einzelhandelsrelevante Potenziale im Gemeindegebiet von Nohfelden in Mio. Euro p.a.

Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik
23,9	5,1	5,7	1,4	1,0	1,0

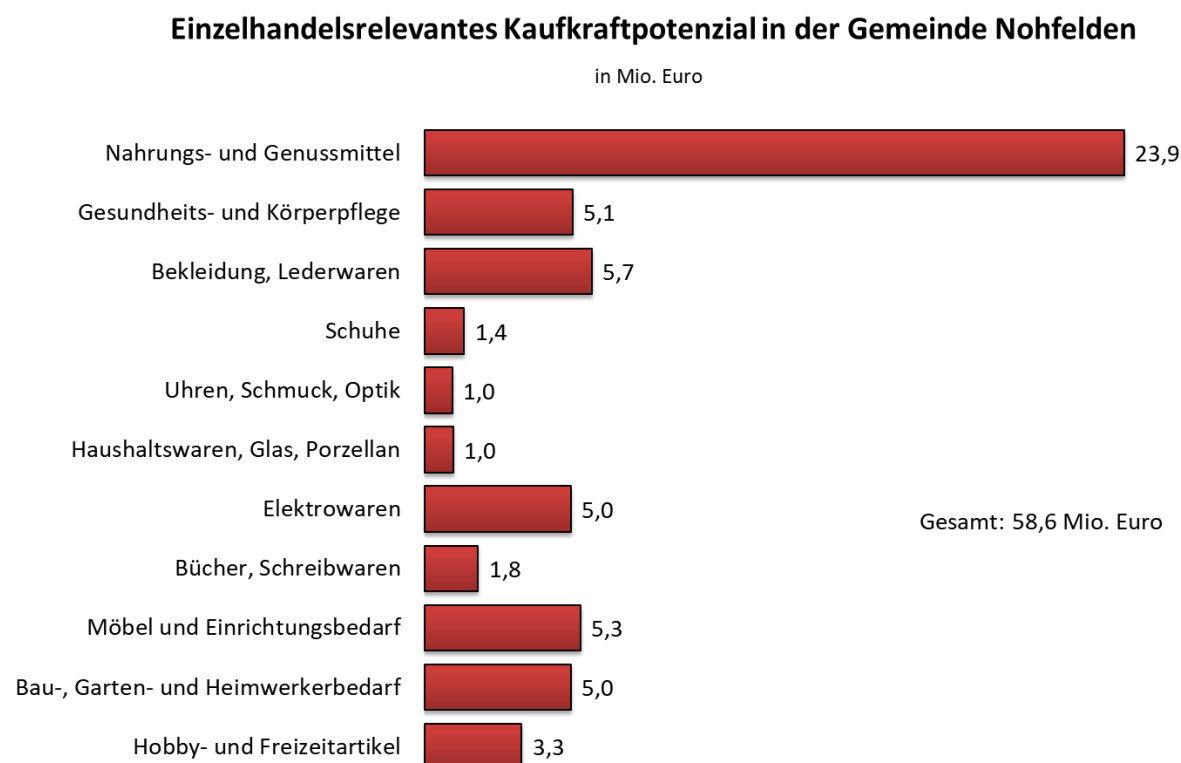
Elektroartikel	Bücher / Schreibwaren / Zeitschriften	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	Hobby- und Freizeitartikel	Gesamt
5,0	1,8	5,3	5,0	3,3	58,6

Quelle: MB-Research 2021, eigene Berechnungen 2022

Den Berechnungen liegt eine Einwohnerzahl von 9.878 Einwohnern (Stand: 31.12.2020) zugrunde. Diese verfügen derzeit über ein Jahresbudget für Ausgaben im Einzelhandel von insgesamt 58,6 Mio. Euro.



Abbildung 14 Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten in der Gemeinde Nohfelden



Quelle: eigene Berechnung 2022, MBR 2021

Die höchsten Anteile der Kaufkraft in der Gemeinde Nohfelden entfallen auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (23,9 Mio. Euro), Bekleidung und Lederwaren (5,7 Mio. Euro), Möbel und Einrichtungsbedarf (5,3 Mio. Euro), Gesundheits- und Körperpflege (5,1 Mio. Euro), Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf sowie Elektrowaren mit je 5,0 Mio. Euro. Insgesamt stehen den Bürgern innerhalb der Gemeinde jährlich 58,6 Mio. Euro an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft zur Verfügung.

Das beschriebene Kaufkraftpotenzial von insgesamt 58,6 Mio. Euro steht den Nohfeldener Bürgern jährlich zur Verfügung. Aufgrund der grundzentralen Versorgungsfunktion Nohfeldens wird ein großer Teil dieses Potenzials nicht dem Nohfeldener Einzelhandel zur Verfügung stehen, da die Bedarfsstufen des aperiodischen Versorgungssegments für Ausgaben in Zentren höherer Ordnung, wie in das Mittelzentren St. Wendel, das Oberzentrum Saarbrücken oder in andere mittel- und oberzentrale Angebote fließen werden. Für die grundzentrale Versorgung in Nohfelden steht demnach maximal ein Potenzial der Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel in Höhe von ca. 29,0 Mio. Euro jährlich zur Verfügung. Hinzu kommen ergänzende Sortimente aus den höherstufigen Bedarfsgruppen im begrenzten Umfang. Hier wäre beispielsweise an Bekleidungsangebote oder Baumarktsortimente zu denken.

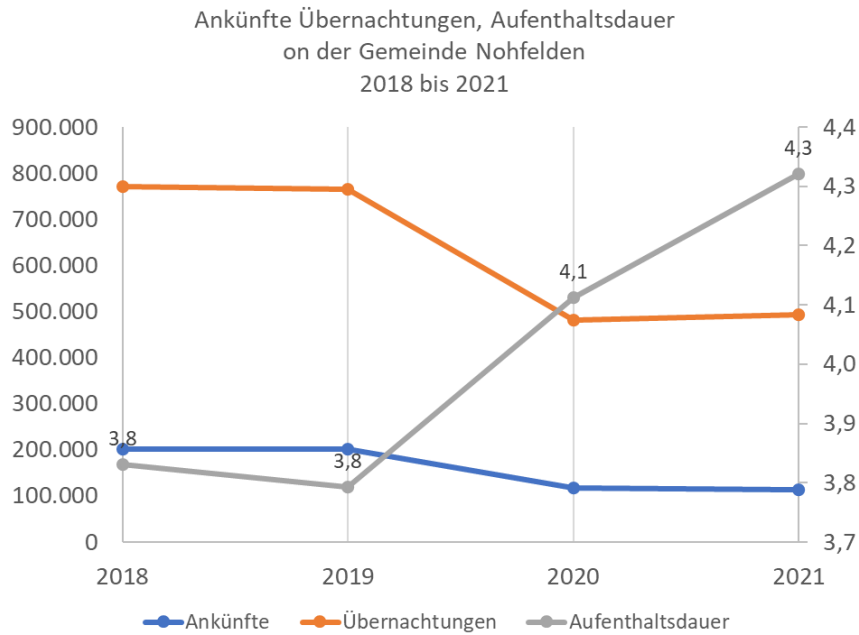
2.6 Potenziale des Fremdenverkehrs

Nohfelden verfügt, nicht nur aufgrund seiner landschaftlich attraktiven Lage im Schwarzwälder Hochwald und dem überregional bekannten Bostalsee, sondern auch wegen der ausgeprägten touristischen Infrastruktur (Centerpark, diverse Hotels, Campingplätze, Freizeiteinrichtungen etc.) über ein erhebliches Fremdenverkehrspotenzial. Das hat seinen Ausfluss in einer großen Zahl von Gästeübernachtungen, die in der „Vor-Corona-Zeit“ in den Jahren 2018 und 2019 ein Niveau von nahezu 800.000 Übernachtungen p.a. erreichte. Mit den Corona Lockdowns sanken die Übernachtungszahlen erheblich auf rund 500.000 p.a. in den Jahren 2020 und 2021. Laut Angaben der Fremdenverkehrsverwaltung des Kreises St. Wendel ist von einer Normalisierung der Gästeübernachtungen in Zukunft wieder auszugehen.

Die Aufenthaltsdauer ist während der Corona-Krise gestiegen, so dass sich der Rückgang bei den Ankünften, die sich seit 2018 bis 2021 nahezu halbiert haben, nicht vollständig auf den Rückgang der Übernachtungen ausgewirkt haben.



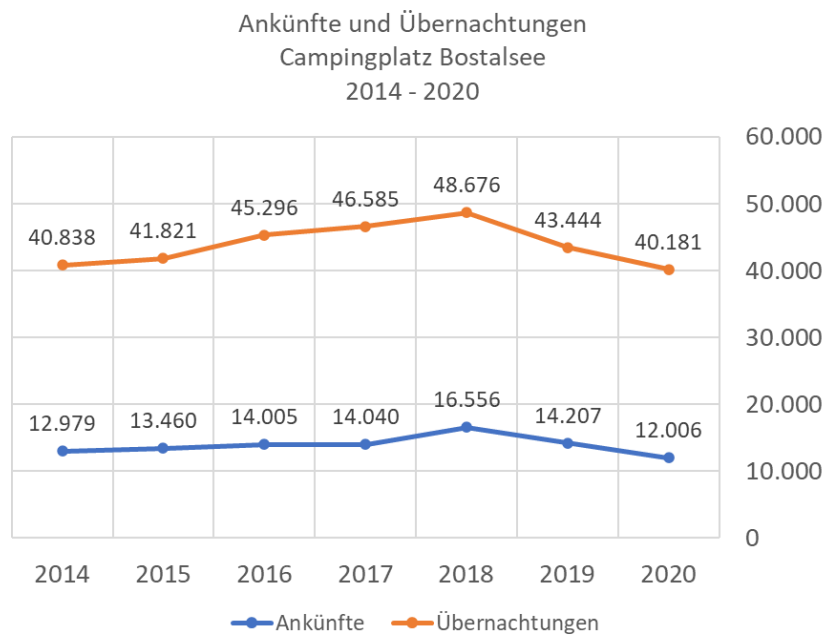
Abbildung 15 Ankünfte und Übernachtungen in der Gemeinde Nohfelden (inklusive Campingplätze)



Quelle: Gäste- und Übernachtungszahlen des Statistischen Amtes Saarland für Betriebe ab 10 Betten (inkl. Campingplätze)

Der mit Abstand größte Teil der Übernachtungen ist auf den am Bostalsee ansässigen Centerpark „Park Bostalsee“ zurückzuführen. Darüber hinaus stellen ausgedehnte Campingplätze, insbesondere an der Westseite des Sees im Ortsteil Bosen, größere Übernachtungskapazitäten für Wohnwagen und Tourist-Camper zur Verfügung.

Abbildung 16 Ankünfte und Übernachtungen auf Campingplätzen am Bostalsee



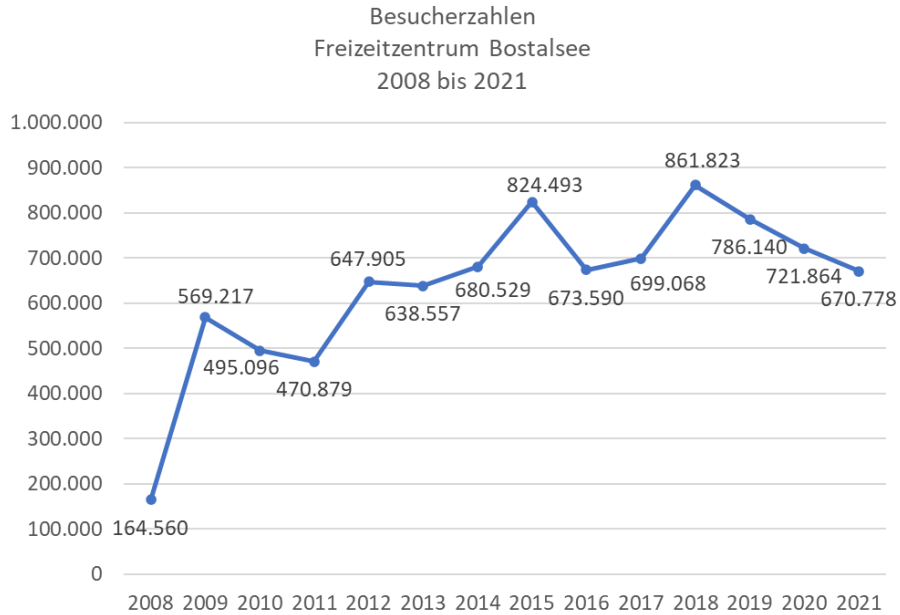
Quelle: Touristik & Freizeit Sankt Wendeler Land

Der Anteil des Camping-Tourismus ist nicht gering, zumal Camping-Urlauber eine größere Nachfrage im Einzelhandel verursachen, als Gäste des Centerparks oder von Hotels. Aufgrund der hohen Anteile von Ferienwohnungen im Centerpark dürfte allerdings auch hier der Anteil der Ausgaben im Einzelhandel überdurchschnittlich sein.



Das Freizeitzentrum am Bostalsee ist ebenfalls ein überregionaler Anziehungspunkt. Hier werden in guten Jahren deutlich mehr als 800.000 Besucher empfangen (2014 und 2018). Die durchschnittliche Besucherzahl in den Jahren seit 2013 liegt, einschließlich der beiden schlechteren Corona-Jahre, bei rund 720.000 Personen.

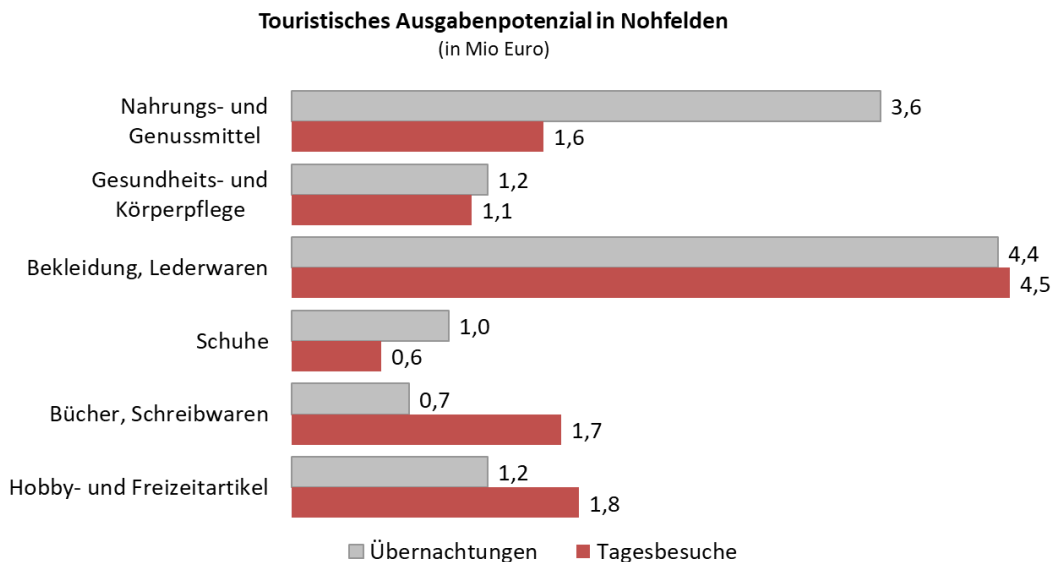
Abbildung 17 Besucher im Freizeitzentrum Bostalsee



Quelle: Touristik & Freizeit Sankt Wendeler Land

Sowohl Übernachtungsgäste als auch Tagesbesucher verfügen über Ausgabenbudgets, die dem örtlichen Einzelhandel zu Gute kommen.

Abbildung 18 Ausgabenpotenzial der Touristen in Nohfelden



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

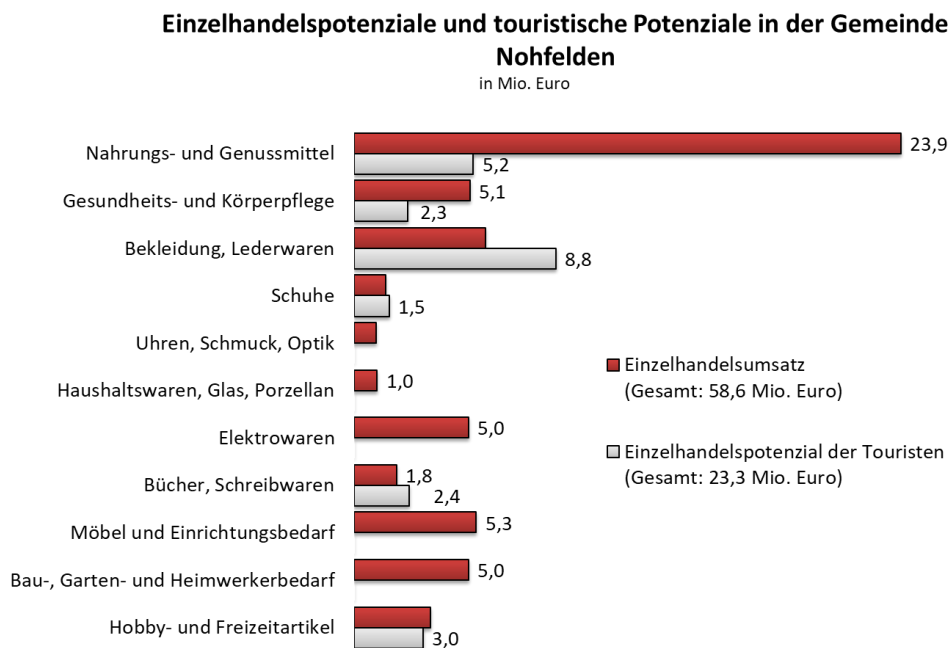
Quelle: dwif e.V. (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München), diwif, Tagesreisen der Deutschen Heft 55, diwif, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland Heft 53

Insgesamt ergibt sich für Nohfelden ein touristisches Ausgabenpotenzial in Höhe von 23.2 Mio. € p.a. für Übernachtungs- und Tagesgäste. Auf Übernachtungsgäste entfällt derzeit ein Potenzial von 12.2 Mio. €, auf Tagesbesucher kommen noch einmal 11.1 Mio. €.



In der Relation zu der Summe der Einzelhandelspotenziale, die in Nohfelden ermittelt wurden, erhöht sich der verfügbare Potenzialrahmen für den Einzelhandel um 23,3 Mio. €. Inwieweit diese Ausgabenpotenziale im Nohfeldener Einzelhandel realisiert werden können, hängt vom entsprechenden Angebot vor Ort ab. Die Ausgabenpotenziale im aperiodischen Segment werden eher in die umliegenden Mittelzentren fließen. Ausgaben des täglichen Bedarfs werden teilweise im center-eigenen Supermarkt des Centerparks gebunden. Allerdings sind in diesem Segment die Chancen für den örtlichen Einzelhandel am größten, Teile der verfügbaren touristischen Kaufkraft zu binden. Dem Vernehmen nach ist dies in den beiden Märkten in Türkismühle ebenso der Fall, wie im Lebensmittelhandwerk an den entsprechenden Standorten.

Abbildung 19 Zusatzpotenziale aus dem Fremdenverkehr in Nohfelden



Quelle: Touristik & Freizeit Sankt Wendeler Land, dwif e.V. München, eigene Berechnungen

3 Die Einzelhandelsstrukturen in Nohfelden

3.1 Die lageräumliche Verteilung von Einzelhandelsbetrieben

Innerhalb der Gemeinde Nohfelden wurden alle Einzelhandelsbetriebe in Größe, Sortimentsstruktur und Warenangebot durch die Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH flächen- und sortimentsscharf erhoben. D.h. innerhalb der Einzelhandelsbetriebe wurden die Flächen nach den einzelnen Sortimentsgruppen aufgenommen. Nicht in die Erhebung einbezogen wurden die Betriebe des Großhandels, des KFZ- Handels und der Brennstoffe jeglicher Art. Die Verkaufsshops von Tankstellen sowie die Verkaufsräume von Dienstleistern und Handwerksbetrieben (soweit Waren tatsächlich direkt verkauft werden und nicht nur Showroom sind) wurden ebenfalls erfasst. Folgende größere Betriebe (Nahversorgung) wurden ermittelt:

Tabelle 7 Nahversorgungsbetriebe in der Gemeinde Nohfelden (mit mehr als 300 qm Verkaufsfläche)

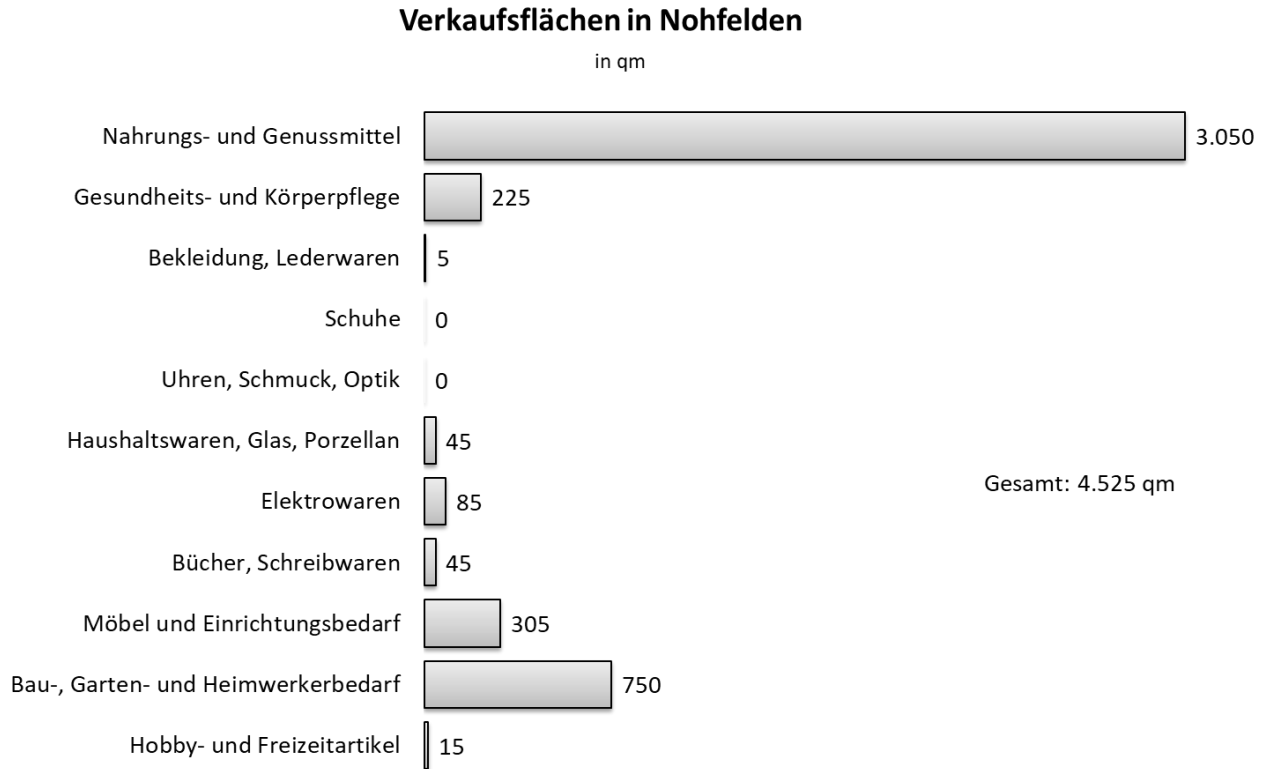
Name	Betriebsform	Standort
Edeka	Supermarkt	Türkismühle
Netto	Lebensmitteldiscounter	Türkismühle
Frische Markt	Supermarkt	Sötern

Mit Edeka ist ein großflächiger Nahversorgungsanbieter in der Gemeinde Nohfelden (Türkismühle) ansässig.



3.2 Verkaufsflächen und Umsätze

Abbildung 20 Angebotsstruktur in der Gemeinde Nohfelden



Quelle: eigene Erhebung 2022

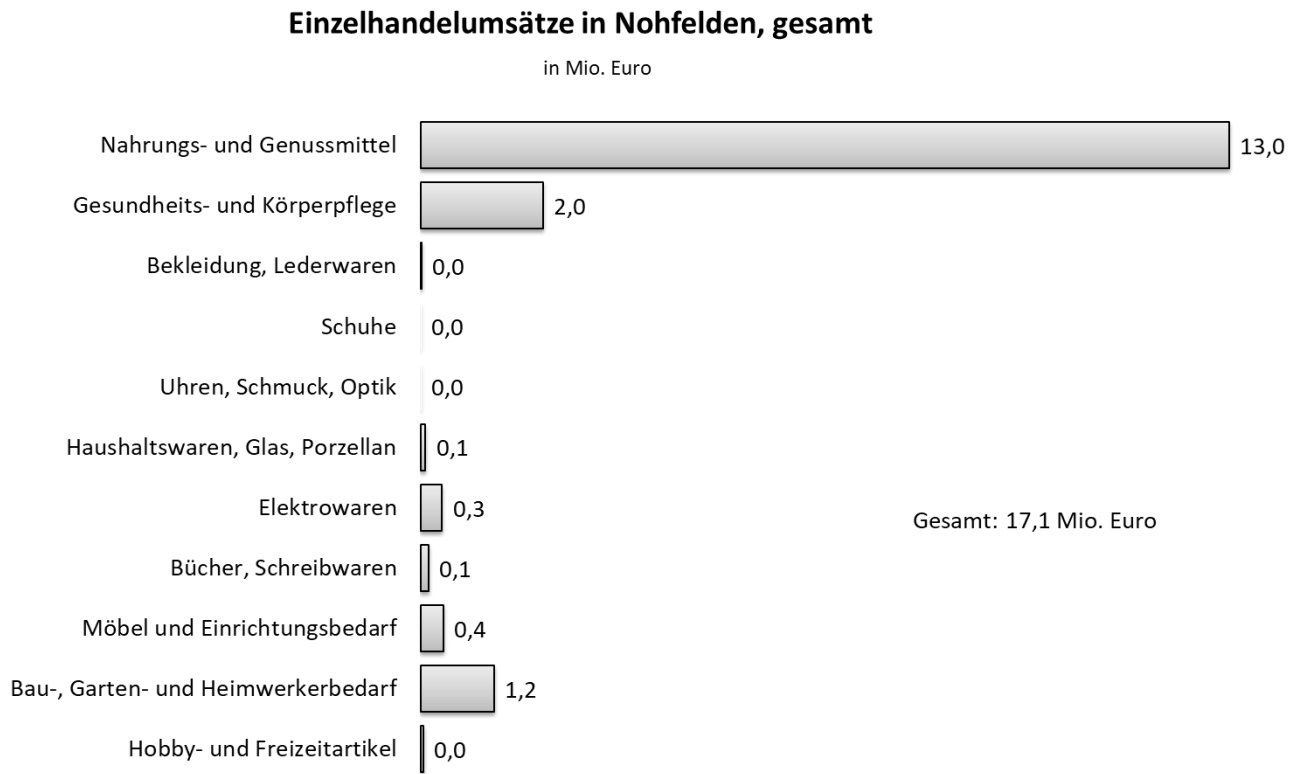
Mit rund 67 % Anteil an der Gesamtverkaufsfläche überwiegt der Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel, gefolgt von Bau-, Garten und Heimwerkerbedarf mit einem Anteil von etwa 15,8% an der Gesamtverkaufsfläche (insbesondere Schünke Bauzentrum). Die Sortimentsgruppe Möbel und Einrichtungsbedarf (6,9%) wird dominiert durch das Küchenstudio Schmidt. Der Anteil der Verkaufsflächen für die Sortimentsgruppe Gesundheits- und Körperpflege beträgt 5,8% (v.a. Apotheken).

Nohfelden verfügt im Wesentlichen über Nahversorgungsstrukturen. Der aperiodische Bedarf ist nur in geringem Umfang vorhanden.

Mit der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel wird mit 13,0 Mio. Euro der höchste Umsatz in der Gemeinde Nohfelden erwirtschaftet. Insgesamt gibt es in der Gemeinde rund 4.525 qm Verkaufsfläche mit einem Gesamtumsatz von etwa 17,1 Mio. Euro.



Abbildung 21 Einzelhandelsumsätze im Einzelhandel in der Gemeinde Nohfelden



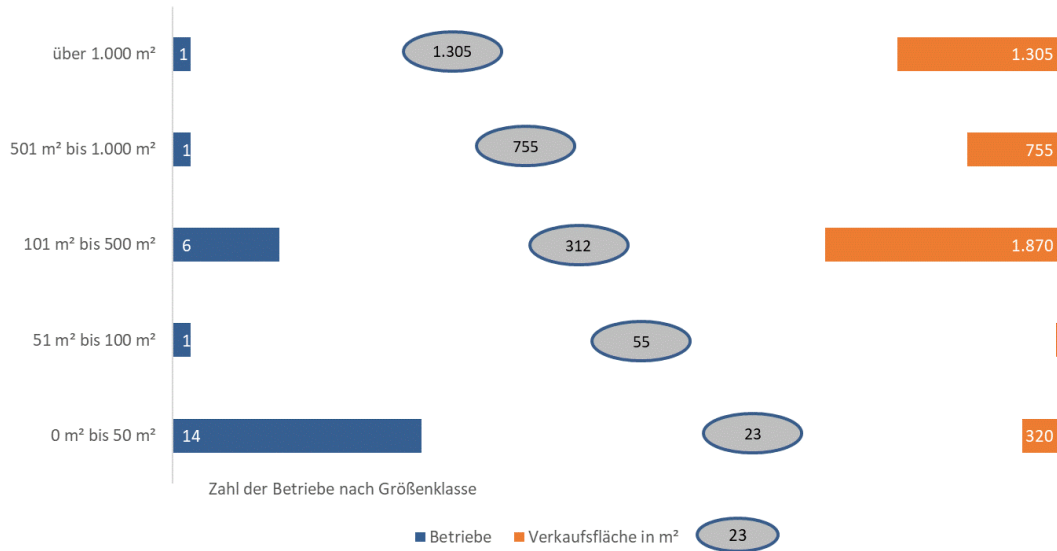
Quelle: MBR 2021, eigene Berechnung 2022

Das umsatzstärkste Sortiment sind Nahrungs- und Genussmittel mit rund 76% des erzielten Gesamtumsatzes. Etwa 12% des Umsatzes verzeichnet die Sortimentsgruppe Gesundheits- und Körperpflege und 7% die Sortimentsgruppe Bau, Garten- und Heimwerkerbedarf. Der Umsatz rekrutiert sich im Bereich Gesundheits- und Körperpflege ausschließlich aus den ansässigen Apotheken.



Insgesamt versorgen 26 Betriebe die ansässige Bevölkerung mit Waren des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.

Abbildung 22 Betriebsgrößenstruktur der ansässigen Einzelhandelsbetriebe

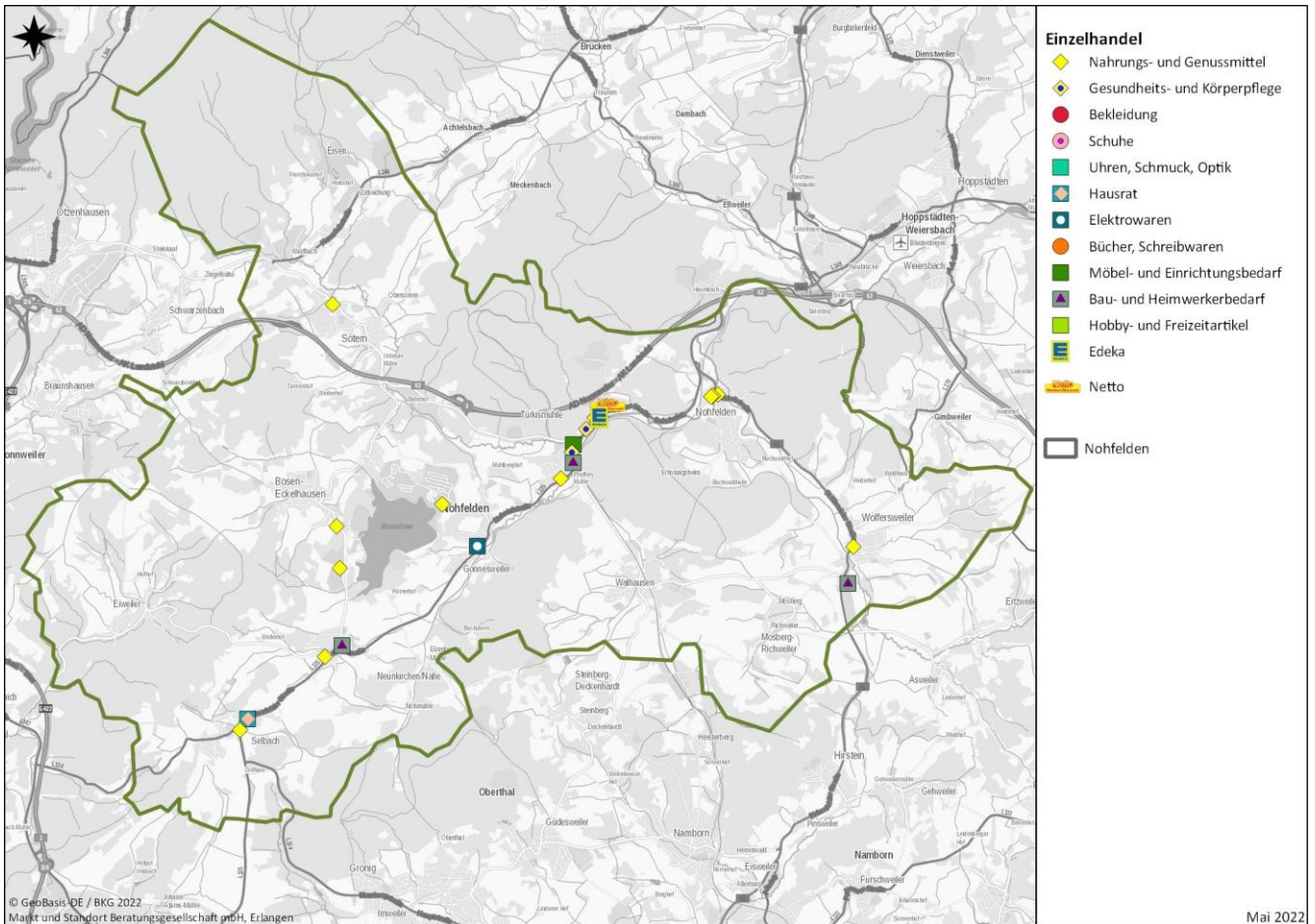


Quelle: eigene Erhebung 2022

Viele kleine, meist inhabergeführte Betriebe stehen für die Vielfalt des Einzelhandels und führen zu einem breiten Branchenmix. Diese kleingefächerte Struktur wird gestützt von einigen großen Versorgungsbetrieben. Es handelt sich um die beiden großen Lebensmittelanbieter in Türkismühle.



Abbildung 23 Einzelhandelsbesatz im Gemeindegebiet Nohfelden



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung 2022

Der maßgebliche, für die Versorgung wichtige Einzelhandelsbestand konzentriert sich auf die beiden verbundenen Grundzentren Türkismühle und Nohfelden. Ansonsten ist der Einzelhandelsbesatz im Gemeindegebiet dünn.



Abbildung 24 Einzelhandelsbestand im Ortsteil Türkismühle



Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung 2022

Im Ortsteil Türkismühle sind die maßgeblichen Angebote des täglichen Bedarfes für die Versorgung der Gemeinde Nohfelden vertreten. Das Schwerpunktangebot stellen Edeka und Netto dar. Darüber hinaus sind, neben dem Küchenstudio, wenige kleine Anbieter im Ortszentrum von Türkismühle ansässig.



Abbildung 25 Einzelhandelsbesatz im Ortsteil Nohfelden



Im Ortsteil Nohfelden waren zum Zeitpunkt der Erhebungen drei Einzelhandelbetriebe mit insgesamt 300 qm Verkaufsfläche ansässig. Der maßgebliche Anbieter ist ein Getränkemarkt.



Abbildung 26 Einzelhandelsbesatz im Ortsteil Sötern

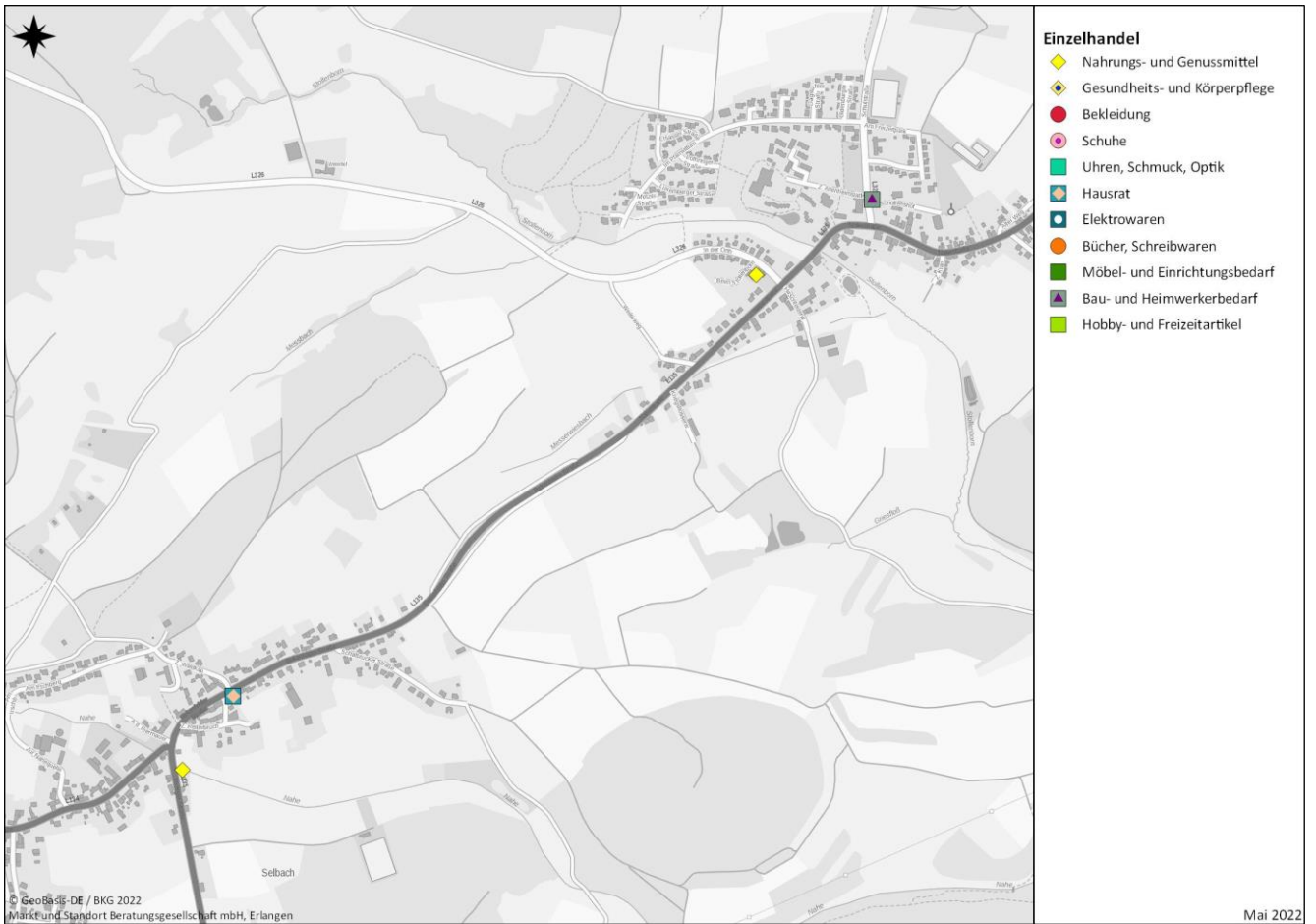


Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung 2022

Der einzige Einzelhandelsbetrieb in Sötern ist mit rund 400 qm Verkaufsfläche der Frische Markt in der Hauptstraße.



Abbildung 27 Einzelhandelsbesatz in den Ortsteilen Selbach und Neunkirchen

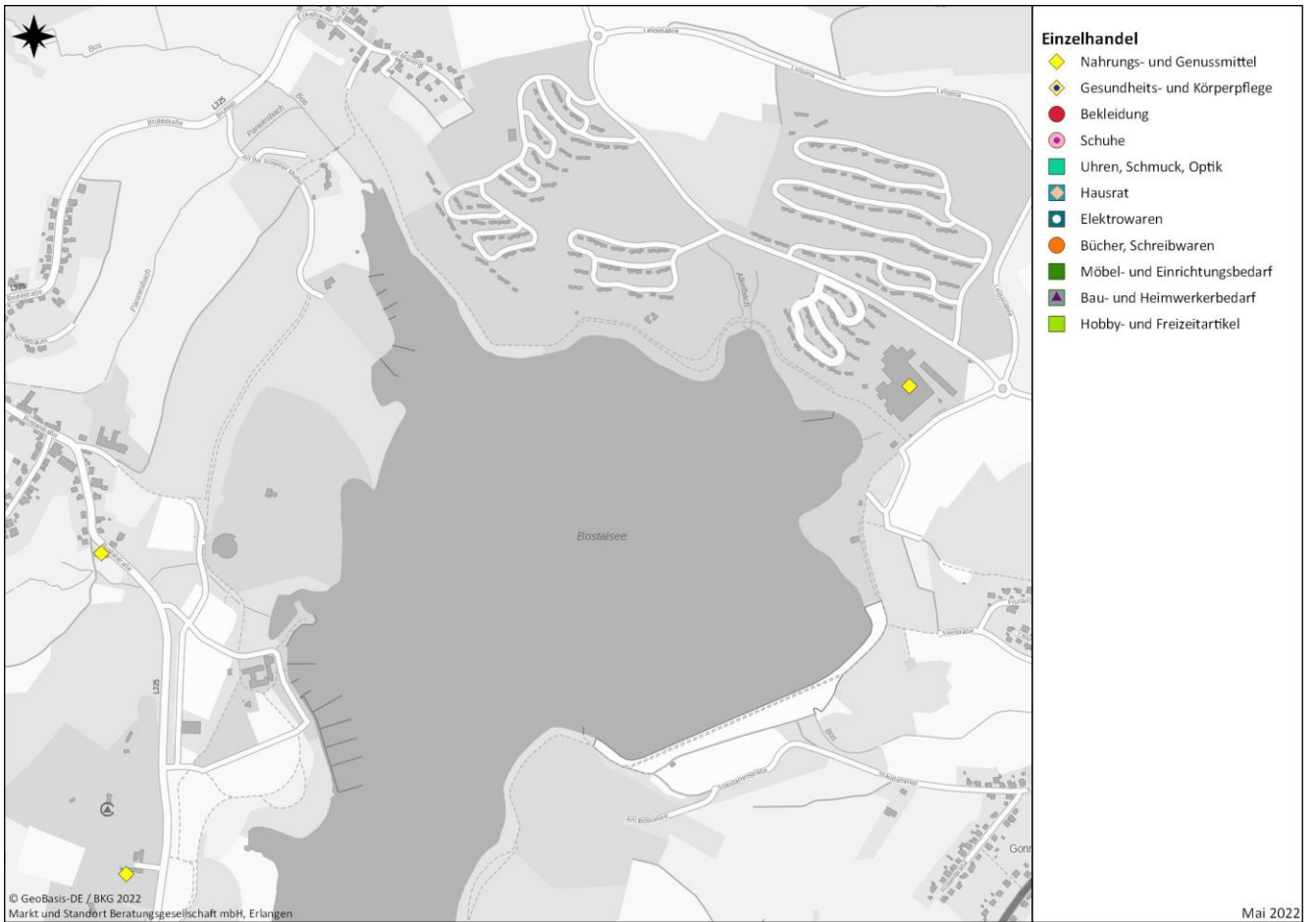


Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung 2022

In den beiden Ortsteilen Selbach und Neunkirchen/Nahe sind jeweils zwei Einzelhandelsbetriebe ansässig, die über insgesamt rund 85 qm Verkaufsfläche verfügen.



Abbildung 28 Einzelhandelsbesatz im Ortsteil Bosen



Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung 2022

Das Einzelhandelsangebot im Ortsteil Bosen beschränkt sich auf zwei Bäckereifilialen. Der Supermarkt des Centerparks ist dem Ortsteil Gonneseweiler zuzurechnen.



Abbildung 29 Einzelhandelsbesatz im Ortsteil Wolfersweiler



In Wolfersweiler sind derzeit zwei Betriebe, ein Bäcker sowie das Bauzentrum Schünke, ansässig.

3.3 Handelszentralität und Flächenbedarf

3.3.1 Kaufkraftbilanz und Zentralität

Die folgende Abbildung zeigt typische Kaufkraftbindungsschwerpunkte für ein Grundzentrum in den verschiedenen Sortimentsgruppen. Die stärksten Kaufkraftbindungen entstehen in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel.

In allen Sortimentsgruppen werden hohe Potenzialanteile nicht gebunden, was der Rolle eines Grundzentrums zumindest was die Nahversorgungssortimente angeht, nicht entspricht.

Durch die geringe Kaufkraftbindung im Nahversorgungssektor ergeben sich erhebliche Entwicklungsspielräume. Hier fließt spürbar Kaufkraft in die benachbarten Gemeinden ab.

Der Einzelhandel in der Gemeinde Nohfelden setzt 17,1 Mio. Euro jährlich um. Im Verhältnis zum Kaufkraftpotenzial der Bürger von 58,6 Mio. Euro liegt dieser Umsatzbetrag um rund 70% unter den möglichen Jahresausgaben der Einwohner im Gemeindegebiet. Die Zentralität liegt demnach bei 29,9%, wobei dieser Wert für ein Grundzentrum als eindeutig zu niedrig einzustufen ist.

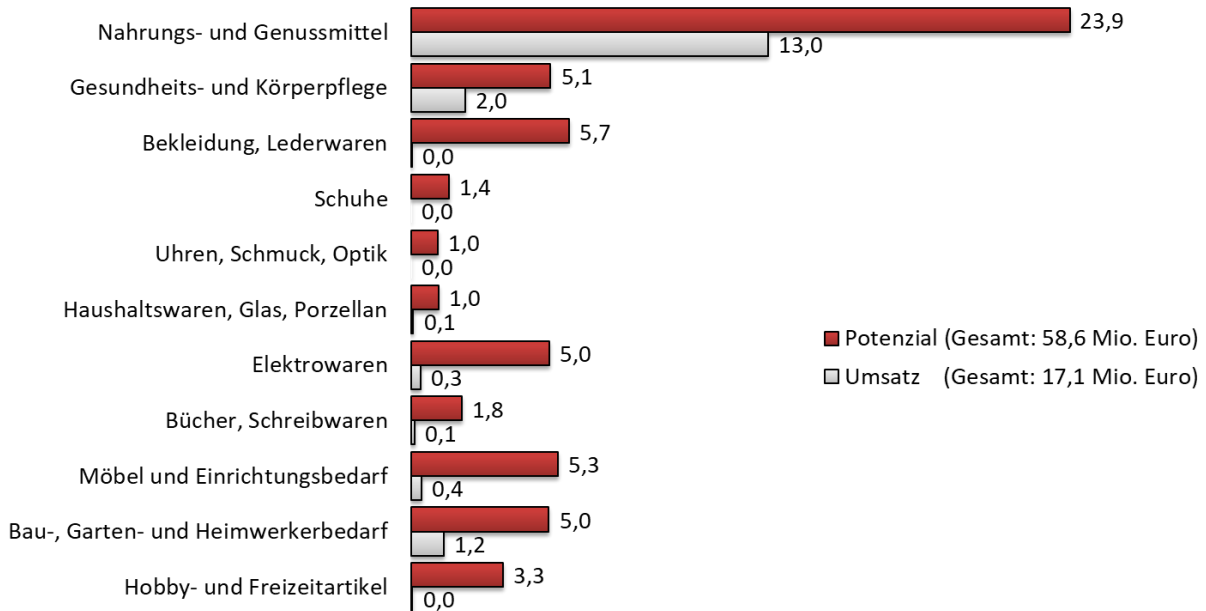
Grundlage für die Ermittlung der Zentralität in den Sortimentsgruppen sind die einzelhandelsrelevanten Potenziale in der Gemeinde Nohfelden, die mit den jeweiligen Einzelhandelsumsätzen in den Sortimentsgruppen verrechnet werden.



Abbildung 30 Kaufkraftpotenzial und Umsätze in der Gemeinde Nohfelden

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial und Einzelhandelsumsätze in der Gemeinde Nohfelden

in Mio. Euro

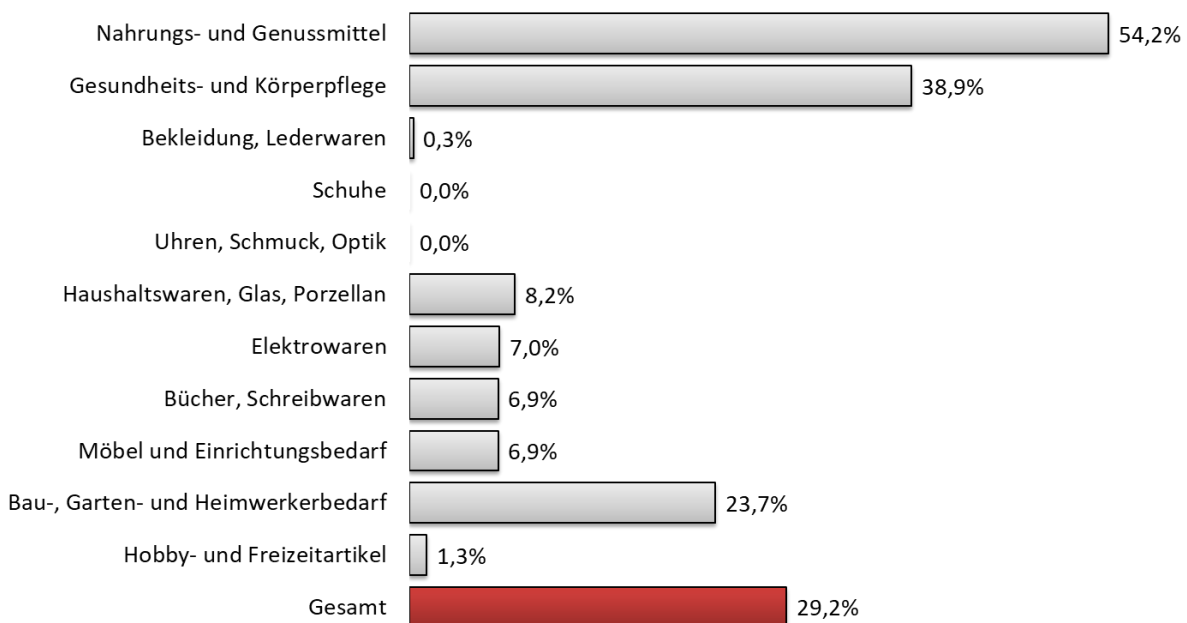


Quelle: MBR 2021, eigene Berechnung 2022

Abbildung 31 Zentralität der Gemeinde Nohfelden nach Sortimentsgruppen

Zentralität nach Sortimentsgruppen in der Gemeinde Nohfelden

Einzelhandelsumsatz in Prozent vom Potenzial



Quelle: eigene Erhebung 2022; MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2021 in Deutschland



Die Zentralitätskennziffern nach Sortimentsgruppen zeigen in den meisten Sortimentsgruppen des Einzelhandels in der Gemeinde Nohfelden eine geringe Zentralität. Die lässt sich mit der grundzentralen Funktion Nohfelden in den meisten Fällen durchaus vereinbaren. Es fällt allerdings auf, dass die Kaufkraft für den täglichen Bedarf bei weitem nicht vollständig in Nohfelden gebunden wird. Die Bindungsquoten im Gesundheits- und Körperpflegesortiment sind noch niedriger als bei Lebensmitteln, obwohl die absolute Größenordnung der Kaufkraftabflüsse bei Lebensmitteln besonders hoch ist. Im gesamten periodischen Bedarfsbereich sollte die Bindungsquote mindestens im Bereich der Vollversorgung (100%) liegen.

Die geringen Zentralitätsquoten in den Sortimentsgruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs sind mit der grundzentralen Versorgungsrolle der Gemeinde Nohfelden durchaus vereinbar. Allerdings zeigen diese niedrigen Bindungsquoten nicht nur Chancen, sondern die Notwendigkeit zur Etablierung von ergänzenden Angeboten für die Gemeinde Nohfelden auf.

Die Gemeinde Nohfelden erfüllt in Bezug auf die Kaufkraftbindung ihren grundzentralen Auftrag bei weitem nicht in ausreichendem Umfang.

3.3.2 Künftiger Flächenbedarf im Gemeindegebiet

Grundsätzlich ist die Bedarfsfrage bei der städtebaulichen Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben nicht zu stellen. Der Bedarf nach Einzelhandelsflächen kann nicht durch genehmigungsbehördliche Vorgaben festgelegt werden, sondern muss sich aus dem Verhältnis von Angebot zu Nachfrage ergeben. Darüber hinaus ist die Bereitschaft eines Investors oder Handelsunternehmers Voraussetzung für eine zusätzliche Entwicklung. Hier spielen vor allem markt- und betriebswirtschaftliche Kriterien eine wesentliche Rolle. Hierzu zählen nicht nur Angebot und Nachfrage, sondern auch die Verfügbarkeit geeigneter Flächenpotenziale.

Die Gemeinde Nohfelden kann allerdings im Rahmen der Erstellung ihres Einzelhandelskonzeptes selbstverständlich die Bedarfsfrage stellen und durch die Zielsetzungen des Konzeptes festlegen, welche Einzelhandelsangebote die Gemeinde für ihre Bürger vorhalten möchte und welche nicht. Das Einzelhandelskonzept wird mit der Landesplanung abgestimmt, so dass sichergestellt wird, dass die Zielsetzungen der Gemeinde nicht den landesplanerischen Vorgaben widersprechen.

Die Gemeinde Nohfelden plant die Verbesserung der Nahversorgung in ihrer Gemeinde. Die festgestellten Abflüsse im Nahversorgungssortiment sollen weitgehend vor Ort gebunden werden. Eine Verdichtung des kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes innerhalb der kooperierenden Ortszentren Türkismühle und Nohfelden wird ebenfalls angestrebt.

3.3.2.1 Grundzentraler Bedarf

Die prognostizierte Bevölkerungsentwicklung für Nohfelden ist negativ, so dass sich hieraus kein zusätzlicher Flächenbedarf für die Zukunft ablesen lässt. Allerdings ergibt sich aus den Ergebnissen der Berechnungen zur Kaufkraftbindung in Nohfelden ein heute schon evidenter deutlicher Nachholbedarf insbesondere im Segment des kurzfristigen Bedarfes. Für eine rechnerische Vollversorgung, die bei einem Zentralitätsindex von rund 105⁷ erreicht ist. Die entspräche einem realisierbaren Umsatz von rund 12 Mio. €. Die zweite für die Nahversorgung wesentliche Sortimentsgruppe (Gesundheits- und Körperpflegeartikel) zeigt einen Nachholbedarf von rund 3,0 Mio. €. Legt man mittlere Raumleistungen für die in Nohfelden geeigneten Betriebstypen zugrunde, ergeben sich folgende sinnvolle Ansiedlungsmöglichkeiten.

Tabelle 8 Flächenbedarf für grundzentrale Einrichtungen in Nohfelden, einschließlich auch Erweiterungsflächen für Betriebserweiterungen

Betriebstyp	Fläche [in qm]
Lebensmitteldiscounter	800 bis 1.100 qm
Lebensmittelvollsortimenter	1.100 bis 1.350 qm

Quelle: eigene Berechnungen

⁷ Der Zentralitätsindex bei Lebensmitteln muss über 100 liegen, da ein, bislang noch geringer, Umsatzanteil in den Online-Handel geht.



Grundlage der Verkaufsflächenbedarfsschätzung sind angestrebte Zielzentralitäten⁸, die über durchschnittliche branchenspezifische Raumleistungen und einen, momentan üblichen Betriebsformenmix auf der Basis des aktuellen Flächen- und Umsatzbestandes ermittelt wurden.

Mit der Entwicklung in die Richtung der definierten Zielzentralitäten wird die Grundversorgung vor Ort verbessert. Touristische Potenziale sind hier nicht eingeflossen. Die angeführten Zahlen dienen als grobe Richtlinie für den zukünftigen Flächenbedarf. Es handelt sich ausdrücklich nicht um Entwicklungsgrenzen. Folgende Grundlagendaten wurden hierfür verwendet:

Tabelle 9 Kennziffern zur Ermittlung des Flächenbedarfs in Nohfelden

Bezeichnung	Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelvollsortimenter
Zielzentralität	100 - 105	100 - 105
Raumleistung in €/qm VKF	5.500 - 5.800	3.600 - 4.100
Verkaufsfläche in qm	900 - 1.100	1.100 - 1.350

Quelle: eigene Berechnungen

Eine eigene Betriebsform für Drogeriewaren dürfte sich in Nohfelden, aufgrund der begrenzten örtlichen Potenziale, nicht rechnen, so dass entsprechende Verkaufsflächen in den Lebensmittelmärkten vorgesehen werden müssten.

Die ermittelten Flächenbedarfe sollten aufgrund der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und als Grundlage der positiven Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung entsprechend dem ausgearbeiteten Standortkonzept realisiert werden. Modernisierungen oder notwendige Ausweitungen des Nahversorgungsangebotes an bestehenden Standorten oder entsprechend dem Standortkonzept sind ebenfalls möglich und sinnvoll.

⁸ Die Zielzentralitäten wurden im Einklang mit den raumordnerischen Zielsetzungen bzgl. der grundzentralen Funktion der Gemeinde Nohfelden ermittelt.



4 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Nohfelden

4.1 Grundlagen des Zentrenkonzeptes

4.1.1 Ziel des Zentrenkonzeptes

Folgendes **Zielsystem** ist für das Zentrenkonzept maßgebend:

- 1) Entwicklung eines Zentrenkonzeptes mit Schwerpunkt auf eine markt- und verbraucherorientierte Gemeindeentwicklung
- 2) Innenentwicklung (in den gewachsenen Zentren, insbesondere in Türkismühle und Nohfelden)
(u.a. Sicherung und weitere Aufwertung der Aufenthaltsqualitäten, bauliche Verbesserungen, Spezialisierung, aktive Ansiedlungspolitik, etc.)
- 3) Aufzeigen und Beseitigung von Versorgungslücken in der Nahversorgung
- 4) Modernisierung der Handelsstruktur
(Unterstützung der Betriebe bei Modernisierungs- und Umbauvorhaben; Sensibilisierung der Händler auf Grundlage der Bevölkerungsprognose u.a. Zielgruppenwechsel, Optimierung der Selbstpräsentation, Verbesserung des Marktauftritts, etc.)
- 5) Konzentration der Funktion Handel auf die beiden Grundzentren Türkismühle und Nohfelden.
(Vermeidung dezentraler Standorte, Stärkung der zentralen Versorgungskerne)
- 6) Verbesserung der Versorgung in der Fläche. Als ausgedehnte Flächengemeinde benötigt Nohfelden einen weiteren Versorgungsschwerpunkt in Ergänzungslage zu den Grundzentren.
- 7) Anpassung der Bauleitplanung
Für die Umsetzung ist eine Anpassung aller bestehenden Bebauungspläne zwingend notwendig. Die Herausnahme bzw. restriktive Einarbeitung von Ansiedlungsge- und verboten ist notwendig.

4.1.2 Definition der Zentrenhierarchie in der Gemeinde Nohfelden

Zentraler Versorgungsbereich (Gemeindezentrum) mit Versorgungsfunktion für die Gemeinde mit Artikeln des kurz- und mittelfristigen Bedarfs.

Zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgung) mit Fokus auf der wohnungsnahen Versorgung mit Lebensmitteln und Gesundheits- und Körperpflegeartikeln.

Jedes Zentrum wird dabei nach den gleichen Kriterien untersucht und bewertet. Diese sind im Einzelnen: Standort, Sortiment und Angebotsniveau, Versorgungsbereich, Anbieter, sonstige Kriterien wie anderweitige zentralrelevante Nutzung. Grundsätzlich wichtig sind die Mechanismen, die den Einkauf bestimmen und die die Herausbildung spezifischer Standortmuster bedingen. Als grundlegend unterschiedliche Standorte lassen sich grundsätzlich das Ortszentrum, die Ortsteilzentren und die dezentralen, peripheren Standorte in Sonder-, Gewerbegebieten und an Ausfallstraßen unterscheiden.

Funktionale Kriterien:

- Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel und Dienstleistung)
- Sich ergänzende Betriebstypen und -formen
- Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Anbieter
- Handelsdichte, -konzentration, -vielfalt
- Ergänzende Angebote in Dienstleistung und Gastronomie

Städtebauliche Kriterien:

- Städtebauliche Einheit des Zentrums
- Erkennbare Gestaltung (Zuordnung des öffentlichen Raumes, Gebäudeanordnung, etc.)
- Fußläufige Anbindung einzelner Betriebe und Bereiche
- Barrieren (z.B. Straßen, Bahntrassen, Gebäuderiegel)



4.1.3 Methodik der räumlich-funktionalen Gliederung der Zentren

Der Einzelhandel ist ein Baustein der räumlich-funktionalen Ordnung innerhalb des Gebietes der Gemeinde. Eine Gliederung auf Ortsteilebene in Teilräume ist aufgrund der Größe der jeweiligen Ortsteile in der Gemeinde Nohfelden notwendig. Eine potenzielle Ausweisung von Nahversorgungsstandorten in den jeweiligen Ortsteilen muss nach Maßgabe der jeweils verfügbaren Potenziale und der oben beschriebenen funktionalen und städtebaulichen Kriterien erfolgen.

Solitäre Nahversorgungsstandorte können bei fehlenden Grundlagen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ersatzweise die wohnungsnaher Versorgung sicherstellen. Voraussetzung ist die integrierte Lage der jeweiligen Standorte.

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche findet nach den tatsächlich bestehenden Funktionen, dem qualitativen und quantitativen Angebot an Einzelhandelsverkaufsflächen betrachtet nach Bedarfshäufigkeit (kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf) sowie den städtebaulichen Aspekten von städtebaulicher Einheit und Integration statt. Darüber hinaus können perspektivische Ergänzungen des zentralen Versorgungsbereiches vorgenommen werden.

4.1.4 Funktionale Definition

Der **zentrale Versorgungskern** soll alle zentralen Einrichtungen anbieten, die auch für die grundzentrale Versorgung des Verflechtungsbereiches von Bedeutung sind. Neben dem Einzelhandel in jeglicher Ausprägung, Form und Betriebsgröße, sind es vor allem Einrichtungen des berufsbildenden Schulwesens, der öffentlichen Verwaltung, der Kultur und Freizeit sowie private Dienstleistungen, die ein solches Zentrum bestimmen. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass alle Formen des Handels sowie alle Sortimente grundsätzlich zugelassen sind.

Die **Nahversorgungsstandorte (ZVB)** weisen in der Regel großflächige Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung mit kurz- und mittelfristigen Sortimentsgruppen sowie ergänzende Dienstleistungsangebote, eine ergänzende Ausstattung mit Fach- und Allgemeinärzten sowie den Anschluss an kulturelle und wissenschaftliche Einrichtungen auf. In Bezug auf den Einzelhandel bedeutet dies, dass die Zentren so ausgestattet sind, dass die örtliche Versorgung der Bevölkerung mit allen Bedarfsgütern des täglichen, periodischen Bedarfs möglich ist. Eine Zuordnung zu Wohngebieten muss gegeben sein.

Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen der Sicherung der wohnungsnahen Versorgung mit Gütern des periodischen Bedarfs. Sie sind für großflächige Nahversorgungsbetriebe nutzbar. Die Dimensionierung der Märkte ist abhängig von den erreichbaren Nahpotenzialen. Eine Zuordnung zu Wohngebieten muss gewährleistet sein.

Mögliche **dezentrale Fachmarktstandorte** werden separat betrachtet. Um diesen Typ auszuweisen muss der Standort mindestens einen (großflächigen) Fachmarkt aufweisen. Grundsätzlich sind diese Standorte autokundenorientiert und nicht in Siedlungsgefüge integriert.

4.1.5 Städtebauliche Definition

Für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Nohfelden ist eine relativ scharfe Umgrenzung der Zentren vorgenommen worden. Trotzdem bleibt gegenüber einer parzellenscharfen Abgrenzung immer noch ein Spielraum für Einzelfallbetrachtungen im Grenzbereich. Dies ist notwendig, wenn es sich um Ansiedlungen zur unmittelbaren Stärkung des Zentrums handelt.

- Städtebaulicher Zusammenhang
- Zusammenhängender Geschäftsbesatz
- Natürliche und gebaute Zäsuren
- Öffentliche Nutzungen
- Infrastrukturelle Einrichtungen
- Potenziale
- Vorgaben durch bestehendes Planungsrecht
- Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel, Dienstleistung, etc.)
- Fußläufige Anbindung der Betriebe an die Wohnstrukturen



4.2 Standortkonzept

4.2.1 Grundsätzliche Einordnung in das zentralörtliche System

Grundsätzlich ist von einer hierarchischen Verteilung der Aufgaben bei der Versorgung der ansässigen Bevölkerung mit Waren des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs auszugehen. Dies ist landesweit durch die Festlegung der Hierarchie zentraler Orte durch den LEP Teilabschnitt Siedlung festgelegt. Innerhalb des Gemeindegebietes bietet sich eine vergleichbare Aufgabenteilung an. Für die Gemeinde Nohfelden sind im LEP Saarland, Teilabschnitt Siedlung die beiden Ortsteile Nohfelden und Türkismühle als Grundzentren festgesetzt.

Damit sollen nach LEP alle maßgeblichen grundzentralen Einrichtungen, dazu gehört auch der Einzelhandel, in diesen beiden Ortsteilen (Grundzentren) konzentriert werden.

4.2.2 Hierarchie der Versorgungsstandorte

Aus der aktuellen Standortstruktur, der Analyse von Angebot und Nachfrage im Gemeindegebiet sowie potenziell notwendigen Standortbereichen werden die Angebotsschwerpunkte im Gemeindegebiet unter städtebaulichen und funktionalen Aspekten in ein hierarchisches Standortsystem eingestuft.

Entscheidend für die Einstufung in die Standortgliederung sind die derzeitigen Ausprägungen des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes sowie die städtebaulichen Rahmenbedingungen. Städtebauliche Entwicklungsziele zum Schutz und zur Stärkung der Versorgungsfunktion für den jeweiligen Standortbereich sind ebenfalls maßgeblich für die Einstufung. Die erreichbaren Potenziale, die sich aufgrund der örtlichen Erreichbarkeiten und der Erschließungsqualität (fußläufig, Fahrrad, ÖPNV, motorisiert), der umliegenden Siedlungsstrukturen und der wettbewerblichen Strukturen im Einzelhandel ergeben, bestimmen letztlich die möglichen Größenordnungen. Dabei soll eine möglichst wohnungsnah Grundversorgung sichergestellt werden.

Der Zentrale Versorgungsbereich (Ortszentrum) und die **Nahversorgungszentren** genießen den städtebaulichen Schutz nach BauNVO, BauGB sowie besonderen Schutz durch die Landes- und Regionalplanung.

Solitäre Nahversorgungsstandorte genießen Bestandsschutz und haben je nach ihrer Siedlungsintegration und funktionalen Verträglichkeit angemessene Entwicklungsoptionen. Dabei ist grundsätzlich im Rahmen von Verträglichkeitsstudien die Bedeutung der Nahversorgungsfunktion dieser Standortkategorie zu prüfen bzw. nachzuweisen. Sie genießen somit einen im Vergleich zu den zentralen Versorgungsbereichen eingeschränkten städtebaulichen Schutz.

Nicht integrierte Solitärstandorte für die Nahversorgung genießen ebenfalls Bestandsschutz, der in der Regel allerdings beschränkt ist auf das aktuell genehmigte Maß und die Art der Nutzung. So ist der Erhalt gewährleistet, eine Erweiterung oder Nutzungsänderung (Sortimente) wäre nicht möglich. Aufgrund der fehlenden wohnungsnahen Grundversorgungsfunktion ist ein städtebaulich bedingter Schutz nicht vorgesehen.

(Sind in Nohfelden nicht ausgewiesen)

Sonderstandorte dienen als Ergänzungsstandorte der Unterbringung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Damit sind Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgeschlossen. Die Notwendigkeit der Ergänzungsfunktion dieser Standortkategorie ergibt sich aus den geringen Flächenpotenzialen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ein besonderer städtebaulicher Schutz ist für diese Standortkategorie gesetzlich nicht vorgesehen.

(Sind in Nohfelden nicht ausgewiesen)

Diese Standortkategorien ergeben sich in der Regel aus realen Nutzungsstrukturen und deren Konzentration. Darüber hinaus besteht für die Gemeinde Nohfelden die Möglichkeit, Standortkategorien im Einzelhandelskonzept auszuweisen, die bislang noch nicht existieren. Mit sogenannten **perspektivischen Standorten**, die allerdings die entsprechenden Abgrenzungs- und Standortkriterien erfüllen müssen, kann die Planungsabsicht der Gemeinde dokumentiert werden.

4.2.3 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in Türkismühle

Das Ortszentrum in Türkismühle ist für die weitere Entwicklung der Gemeinde Nohfelden wichtig und sollte vor dem Hintergrund der Weiterentwicklung als Zentrum der Gemeinde Priorität haben.



Abbildung 32 Aspekte zur Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen

Aspekte zur Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen		
Einzelhandelsbesatz DICHTE	Einzelhandelsbesatz KONZENTRATION	Einzelhandelsbesatz VIELFALT
Multifunktionalität	Aufenthaltsqualität	sich ergänzende Betriebstypen und -formen
Agglomeration unterschiedlicher Anbieter	Zentrenrelevanz des Angebots	Ergänzungsfunktion Dienstleistung, Gastronomie
Städtebauliche Einheit	Fußläufigkeit	Parken, Gestaltung des öffentlichen Raums

Quelle: eigene Darstellung

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Ortszentrum ist an funktionale und städtebauliche Kriterien geknüpft, deren Einhaltung im Rahmen der Definition geprüft wird. Die folgende Darstellung gibt einen Überblick über die verwendeten Kriterien und deren Einhalten für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Ortszentrum von Türkismühle.

Zentrale Versorgungsbereiche sind der Ausfluss vielfältiger qualitativer und quantitativer Analysen (Einzelhandelsbesatz, Dienstleistungsstärke, Öffentliche Einrichtungen mit Magnetfunktion, städtebauliche Qualität, Einkaufsmagneten, Ausstrahlungskraft, etc.). Rechtliche Grundlage bilden die §§ 2(2) und 35(3) sowie 9(2a) BauGB, §11(3) BauNVO. Im Hinblick auf die Einzelhandelsentwicklung und –steuerung kommt diesen Bereichen eine schützenswerte Stellung zu.

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben.

Folgende Zentrendefinition wurde abgeleitet:

Zentraler Versorgungsbereich Ortskern Türkismühle
Hauptzentrum – Versorgungsschwerpunkt: Nahversorgung

Standort: Saarbrücker Straße/Von Boch Straße/Am Juliusberg (genaue Abgrenzung siehe Karte)

Sortiment und Angebotsniveau: Schwerpunkt Lebensmittelangebot, ergänzende Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs

Anbieter: Dominanz zum Teil großflächiger Lebensmittelanbieter und Einrichtungsbedarf (Küchenstudio)

Versorgungsbereich: Überwiegend nördlich gelegene Ortsteile der Gemeinde Nohfelden

Sonstige Kriterien: **stark nahversorgungsorientierter Standort mit ergänzenden Angeboten und Dienstleistungen, geringe Zentrenausprägung.**

Die Versorgungsfunktion des Ortskerns richtet sich in erster Linie an die Einwohner der mittleren und nördlichen Ortsteile der Gemeinde Nohfelden. Eine vollständige grundzentrale Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung übernimmt der Ortskern derzeit nicht. Er trägt jedoch mit den dort angebotenen Sortimenten erheblich zur Versorgung der



Bevölkerung bei. Die Stellplatzversorgung ist insgesamt als ausreichend einzustufen. Expansionsmöglichkeiten sind aus topographischen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht vorhanden.

Die ansässigen Märkte besitzen größere Parkplätze, die jedoch nur für Edeka/Netto Kunden reserviert sind. Ansonsten kann meist am Straßenrand kurzzeitig geparkt werden. Das Ortszentrum Türkismühle hat einen dörflichen Charakter und ist u.a. geprägt durch den Durchgangsverkehr auf der Saarbrücker Straße

Abbildung 33 Kriterien für den Zentralen Versorgungsbereich (Teilbereich Ortskern Türkismühle)

Kriterium	Beschreibung	Erfüllungsgrad
Einzelhandelsbesatz	Der Einzelhandelsbesatz in der gesamten Gemeinde Nohfelden ist nicht sonderlich ausgeprägt. Elf der insgesamt 29 Einzelhandelsbetriebe befinden sich in Türkismühle. Wesentlich sind die beiden attraktiven Nahversorgungsanbieter Edeka und Netto. Es handelt sich um den einzigen Standort in der Gemeinde Türkismühle mit entsprechendem Nahversorgungsangebot. 2.715 qm Verkaufsfläche entfallen auf Türkismühle. Das sind 60% der gesamten Gemeindeverkaufsfläche.	Kriterium erfüllt.
Städtebauliche Einheit	Der zentrale Versorgungsbereich umfasst den gewachsenen Ortskern von Türkismühle und die beiden angrenzenden Standorte von Netto und Edeka. Der dörfliche Charakter bedingt eine straßenbegleitende geschlossene Bebauung	Kriterium erfüllt.
Multifunktionalität	Die Multifunktionalität ist nicht sonderlich ausgeprägt. Das Rathaus der Gemeinde befindet sich im benachbarten Ortsteil Nohfelden. Ansonsten sind Dienstleitungen aus der Gastronomie, eine Bankfiliale, eine Tierarztpraxis, ein Autohaus und eine Tankstelle ansässig	Kriterium teilweise erfüllt.
Parken, Erreichbarkeit	Die Erreichbarkeit des Ortszentrums ist für die Einwohner der Gemeinde Nohfelden sowohl mit dem IV als auch mit dem ÖPNV gewährleistet. An den zentralen Anlaufpunkten, wie Edeka, Netto, Tankstelle, Bahnhof etc. sind ausreichend Parkplätze verfügbar. Die straßenbegleitenden Parkmöglichkeiten schaffen zusätzlich Stellplatzpotenziale innerhalb des Zentrums. Der Bahnhof und die angeschlossenen Bushaltestellen bieten auch einen guten ÖPNV-Anschluss im Zentrum.	Kriterium erfüllt.
Betriebsformen	Die Betriebsformenstruktur ist gemischt. Neben einem Vollsortimenter und einem Lebensmitteldiscounter befinden sich auch kleinere Betriebseinheiten, Tankstellenshops, Apotheke, Fachgeschäfte, Ladenhandwerksbetriebe sowie ein Küchenstudio innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches	Kriterium überwiegend erfüllt.
Zentrenrelevanz	Die angebotenen Sortimente stammen weitgehend aus den Warengruppen, die üblicherweise als zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant angesehen werden (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, etc.).	Kriterium erfüllt.
Ergänzungsfunktion	Durch die ergänzenden Anbieter (Verwaltung, Dienstleister) sowie fest etablierte Gastronomiebetriebe ist die Ausstattung an der Größe der Ortsgemeinde gemessen als grenzwertig zu bewerten.	Kriterium teilweise erfüllt.
Fußläufigkeit	Der gesamte Versorgungsbereich ist fußläufig erschlossen. Die innere Durchwegung ist gut.	Kriterium erfüllt.
Gesamtbewertung	Zusammenfassend sind ausreichend städtebauliche und wirtschaftsräumliche Kriterien erfüllt, um die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches zu untermauern.	ERFÜLLT

Quelle: eigener Entwurf 2022

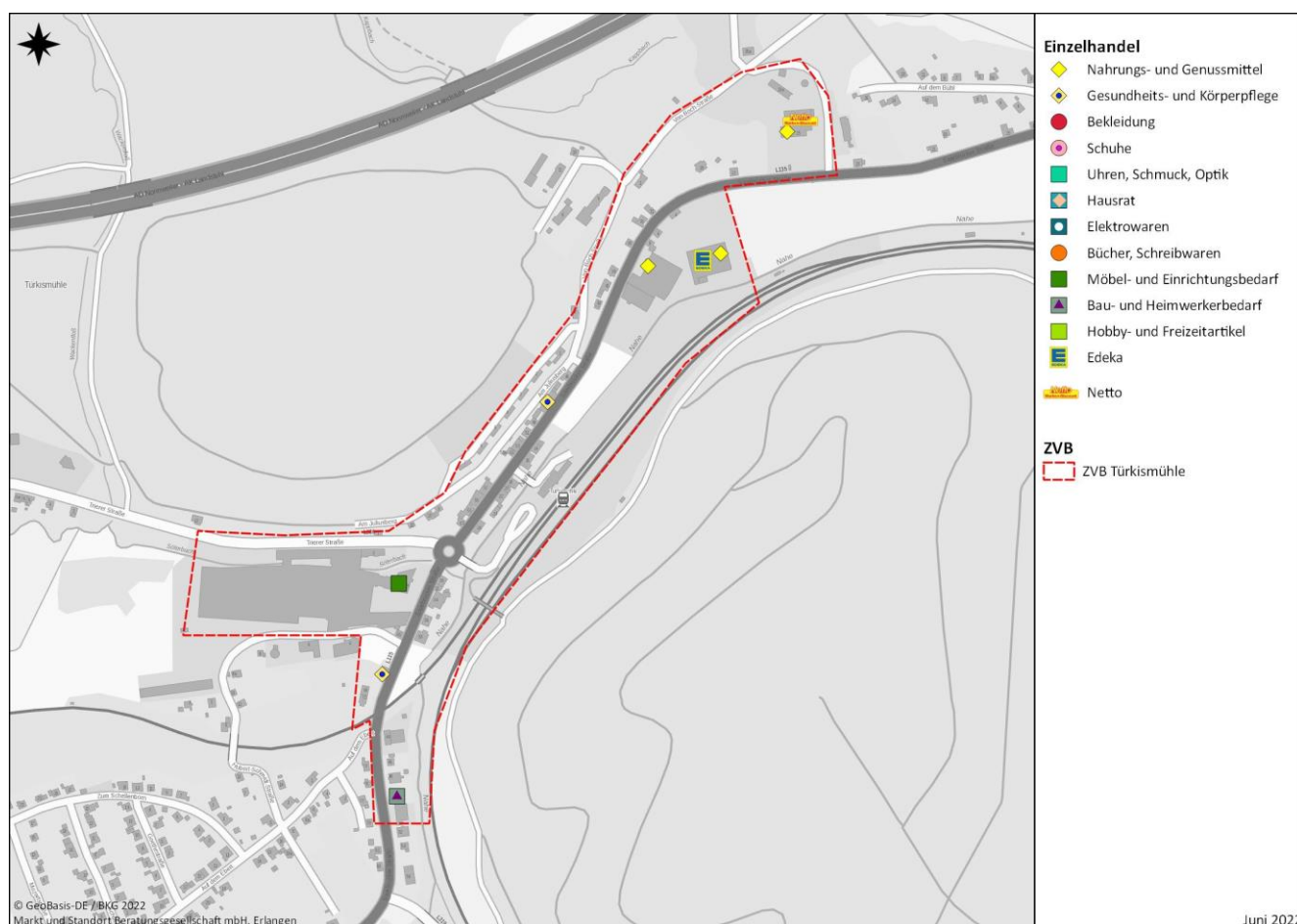
Innerhalb des ZVB Ortskern Türkismühle überwiegen größere Lebensmittelanbieter und ergänzende kleine Ladeneinheiten sowie gastronomische Betriebe und kleine Dienstleister.

Flächenpotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, die einer großflächigen Ergänzung des Nahversorgungsbesatzes im Zentrum zur Verfügung stehen könnten, sind derzeit keine erkennbar. Aufgrund des Verlaufs der Nahe reduziert der Hochwasserschutz die Nutzungsmöglichkeiten erheblich.



So dürfte sich eine spürbare Erweiterung bzw. Verdichtung des Einzelhandelsbesatzes innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (Ortskern) auf kleinere, eventuell mittelgroße Anbieter beschränken. Damit ist unter den gegebenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches derzeit keine Chance auf eine nachhaltige Verbesserung der Grundversorgung im Kernort Türkismühle zu erkennen.

Abbildung 34 Zentraler Versorgungsbereich Türkismühle, Bestand



Quelle: eigener Entwurf 2022

Die Abgrenzung des ZVB Ortskern Türkismühle orientiert sich in erster Linie an dem Bestand der Einzelhandelsbetriebe, der Verteilung der zentrenrelevanten Sortimente und der sonstigen publikumsorientierten Nutzungen. Kleinteilige Flächenpotenziale sind durch die Abgrenzung in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Der Betriebsbesatz ist insgesamt lückenhaft und ermöglicht an der ein oder anderen Stelle Lückenschließungen, die zwar die Attraktivität des Zentrums steigern könnten, jedoch keinen starken Effekt bei der Verbesserung der Gemeindeversorgung erreichen dürften.

Tabelle 10 Verkaufsflächen und Umsätze im ZVB Türkismühle

Bedarfsgruppe	Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsätze in Mio. €
kurzfristiger Bedarf	10	2.415	10,7
mittelfristiger Bedarf	0	0	0,0
langfristiger Bedarf	1	300	*
Gesamt	11	2.715	*

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen, 2022,

*Geheimhaltung wegen Datenschutz



4.2.4 Auswahl eines weiteren Nahversorgungszentrums im Gemeindegebiet

Basis des Zentrensystems ist der Grundsatz, Versorgungsangebote an geeigneten Standorten zu konzentrieren. Eine willkürliche Streuung von Einzelhandelsstandorten, auch wenn sie nicht großflächig sind, ist nicht gewünscht. Kleinere Betriebe sollten in der Regel als ergänzende Angebote in den ausgewiesenen Zentren realisiert werden. Die Konzentration auf zwei zentrale Standorte im Gemeindegebiet sichert eine gut erreichbare Angebotsvielfalt, die mit Einzelstandorten nicht zu schaffen ist, verkürzt die Einkaufswege und bietet für Verbraucher und Betreiber Agglomerationseffekte. Darüber hinaus binden Streulagen Potenziale, die den Zentren für ihre Funktionsfähigkeit fehlen. Somit sollten Ansiedlungen zur Nahversorgung, auch unterhalb von 800 qm Verkaufsfläche in den Ortslagen ohne Zentrenausweisung vermieden werden.

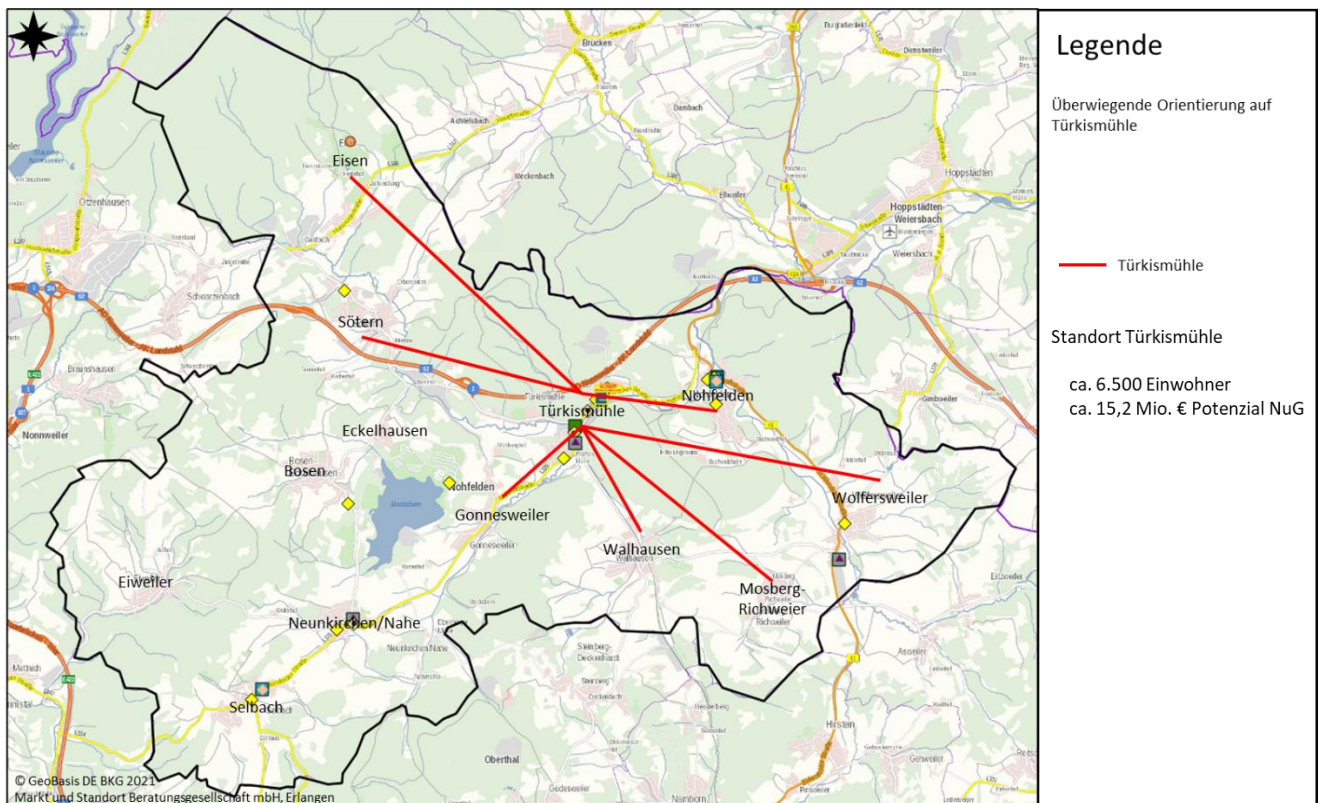
4.2.4.1 Erreichbarkeitsvergleich zwischen Bosen und Neunkirchen/Nahe

Entsprechend der Zielsetzung, die Nahversorgung innerhalb des Gemeindegebietes von Nohfelden näher an den Verbraucher zu bringen, ist es erforderlich, den günstigsten Ortsteil für einen zweiten, untergeordneten Versorgungsstandort zu identifizieren. Von diesem Standort aus sollte der westliche Teil des Gemeindegebietes möglichst gut erreicht werden können. Folgende Kriterien werden verwendet, die Eignung einer Ortschaft als Versorgungsstandort nachzuweisen:

1. Erreichbarkeit (Summe aller Fahrtzeiten zwischen den westlichen Ortschaften, je kleiner umso besser)
2. Lage im Verkehrsnetz
3. Verfügbarkeit geeigneter Grundstücke

Die Auswahl der infrage kommenden Ortschaften ist von der Nähe zum Grundzentrum Türkismühle abhängig. Für alle Ortschaften im unmittelbaren Zugriff von Türkismühle ist anzunehmen, dass die Versorgungsorientierung stabil auf Türkismühle ausgerichtet sein wird, auch nach der potenziellen Realisierung eines zweiten Versorgungsstandortes.

Abbildung 35 Kernversorgungsbereich Türkismühle



Quelle: eigene Darstellung

Es bleibt ein schlechter versorgter westlicher Gemeindeteil mit den Ortsteilen Bosen, Eckelhausen, Selbach, Neunkirchen/Nahe und Eiweiler. Es ist davon auszugehen, dass der Großteil der Kaufkraftabflüsse hier stattfindet. Einkaufsziele außerhalb des Gemeindegebietes von Nohfelden sind insbesondere Oberthal, Namborn und Tholey.



Abbildung 36 Nahversorgungsbereich Neunkirchen (Distanzen in Pkw-Fahrminuten)

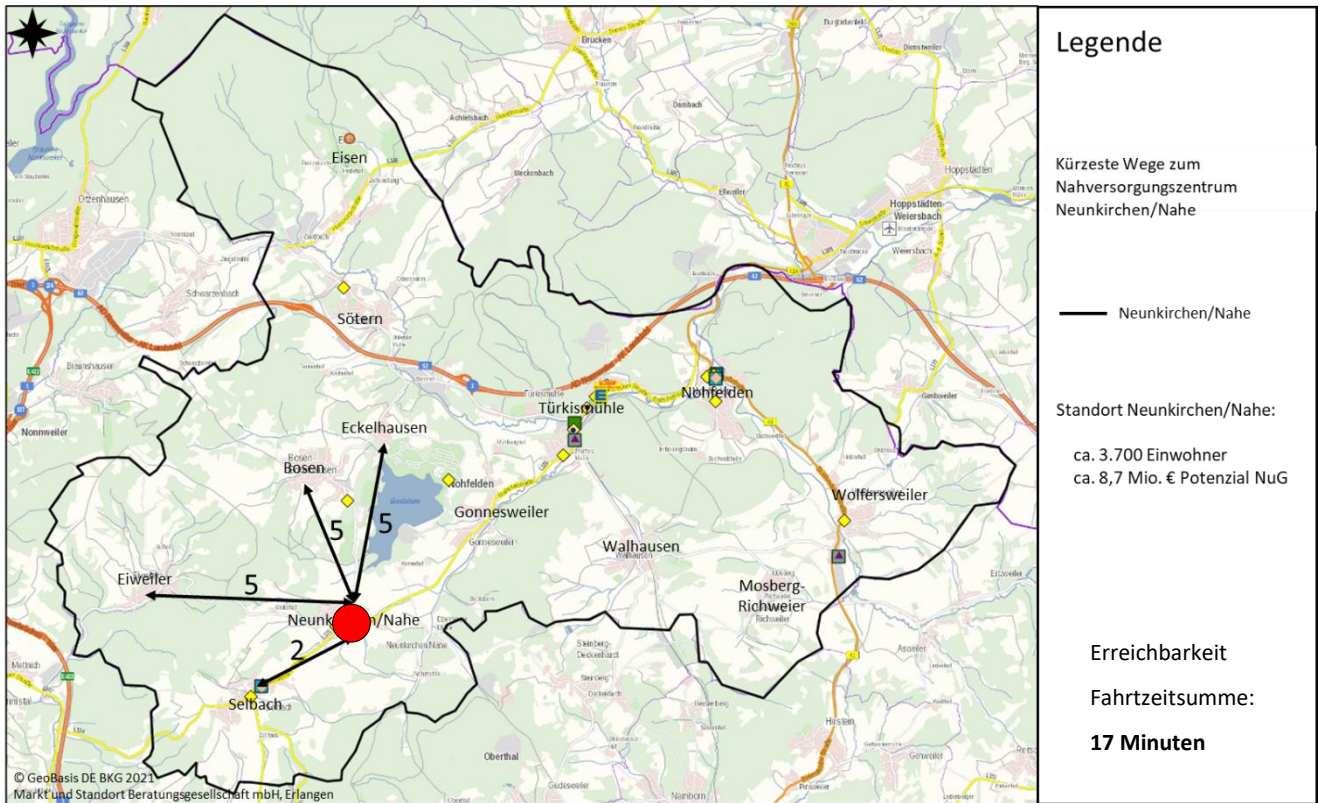
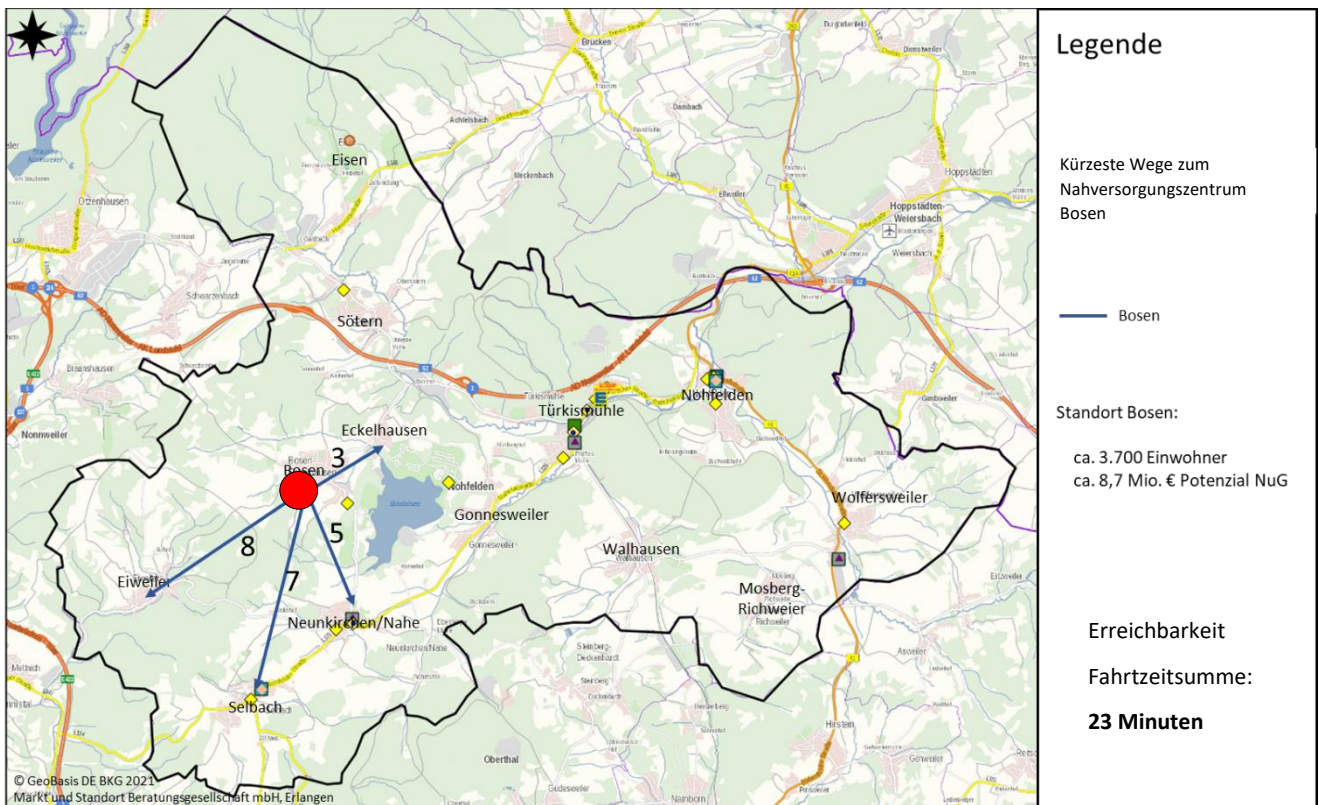


Abbildung 37 Potenzieller Nahversorgungsbereich Bosen (Distanzen in Pkw-Fahrminuten)



In die engere Wahl für einen potenziellen Einzelhandelsstandort kommen aufgrund ihrer Lage im westlichen Gemeindegebiet Neunkirchen/Nahe und Bosen. Für diese beiden Gemeinden wurde ein Erreichbarkeitsvergleich durchgeführt, indem die Fahrzeiten zwischen den fünf westlichen Ortsteilen ermittelt und zur Bewertung der Erreichbarkeit die Summ



aller Fahrtzeiten herangezogen wurde. Der Ort mit der niedrigsten Fahrtzeitsumme weist die höchste Erreichbarkeit auf. Die folgenden Karten (Abb. 36 und 37) zeigen die ermittelten Zeitdistanzen auf. Es handelt sich um Fahrtzeiten im Verkehrsnetz, die bei geringer Verkehrsbelastung gemessen wurden⁹.

Die folgende Matrix zeigt die Bewertung der betreffenden Ortschaften.

Ortschaft	Erreichbarkeitswert Fahrtzeitsumme	Lagebewertung im Verkehrsnetz	Grundstücksverfüg- barkeit	Lage innerhalb des Versorgungsgebietes
Eckelhausen	24 min	L 325	nein	peripher
Bosen	23 min	L325	nein	mäßig zentral
Eiweiler	27 min	L326	nein	peripher
Selbach	22 min	L135	nein	peripher
Neunkirchen/Nahe	17 min	L135, L325, L 326	ja	zentral

Quelle: eigene Berechnungen

Die Erreichbarkeit des Standortes Neunkirchen/Nahe ist um 35% günstiger als am Standort Bosen. Während die Fahrtzeitsumme für Neunkirchen/Nahe 17 Minuten beträgt, erreicht sie in Bosen 23 Minuten, also 6 Minuten (35%) mehr.

Die allgemeine und vergleichende Bewertung der Standorteignung ergibt ein eindeutiges Ergebnis für die Ortschaft Neunkirchen/Nahe. Hier kreuzen sich Landesstraßen 1. und 2. Ordnung, die Lage innerhalb des Versorgungsgebietes ist vergleichsweise zentral, was sich auch in der mit Abstand geringsten Erreichbarkeitssumme zeigt. Das bekannte Ansiedlungsbegehren in Bosen bezieht sich auf einen für die Versorgung der westlichen Gemeinde Nohfelden unzureichenden Standort. Er verfügt nicht über die optimale Erreichbarkeit und kann damit die gewünschte Versorgungsfunktion für alle westlichen Ortschaften nicht in ausreichendem Maß erfüllen.

Vor diesem Hintergrund ist die Ortschaft Neunkirchen/Nahe als der am besten geeignete Makrostandort im westlichen Gemeindegebiet identifiziert.

Für die Entwicklung des Nahversorgungszentrums im Ortsteil Neunkirchen wurden die gleichen Aspekte (Abb. 27) wie für den zentralen Versorgungsbereich in Türkismühle verwendet.

Im vorliegenden Fall handelt es sich um einen **Perspektivischen Nahversorgungsstandort**, der angrenzend an den Siedlungskern des Ortsteiles Neunkirchen/Nahe etabliert werden soll.

Das Nahversorgungszentrum Neunkirchen/Nahe soll als ergänzender Angebotsschwerpunkt zum ZVB Türkismühle die wohnungsnaher Versorgung für den südwestlichen Teil des Gemeindegebietes Nohfelden sichern.

Nahversorgungszentrum Ortsteil Neunkirchen/Nahe

Nahversorgung (NVZ)

Standort: ist noch zu klären

Sortiment und Angebotsniveau: Schwerpunkt Lebensmittelangebot, ergänzende Angebote des kurzfristigen Bedarfs (Drogeriewaren, Zeitschriften, Schnittblumen etc.)

Anbieter: Vorgesehen sind ein Lebensmittel-Vollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter

Versorgungsbereich: südwestlicher Teil des Gemeindegebietes, insbesondere die Ortsteile Bosen, Eckelhausen, Eiweiler, Selbach, Neunkirchen/Nahe

Sonstige Kriterien: keine

⁹ Die Fahrzeiten mit ©Openstreetmap contributors ermittelt.



Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Neunkirchen/Nahe richtet sich in erster Linie an die Einwohner der genannten Ortsteile. Zielsetzung ist die Bindung von der aus den genannten Ortsteilen abfließenden Kaufkraft in die benachbarten Gemeinden und deren Nahversorgungsangebot. Mit dem zusätzlichen Nahversorgungsstandort soll die Bevölkerung der Gemeinde Nohfelden in die Lage versetzt werden, in annehmbarer Distanz vom eignen Wohnort ein adäquates Nahversorgungsangebot zu erreichen.

Mit der Realisierung des perspektivischen Standortes wird ergänzend zum eher nordöstlich ausgerichteten ZVB Türkismühle ein Versorgungsstandort im Westen des Gemeindegebietes etabliert. Damit wird eine wohnungsnahe Nahversorgung etabliert, die eine räumliche Ergänzung zum ZVB Türkismühle darstellt. Aufgrund der großen Fahrdistanzen innerhalb des Gemeindegebietes Nohfelden ist eine „Zweiteilung“ der Nahversorgung auf zwei Versorgungsstandorte sinnvoll und notwendig. Während sich das geplante NVZ Neunkirchen/Nahe sich ausschließlich auf Nahversorgungs sortimente beschränkt, ist im ZVB Türkismühle auch die weitere Etablierung ergänzender mittelfristiger Bedarfsreiche sinnvoll und möglich.

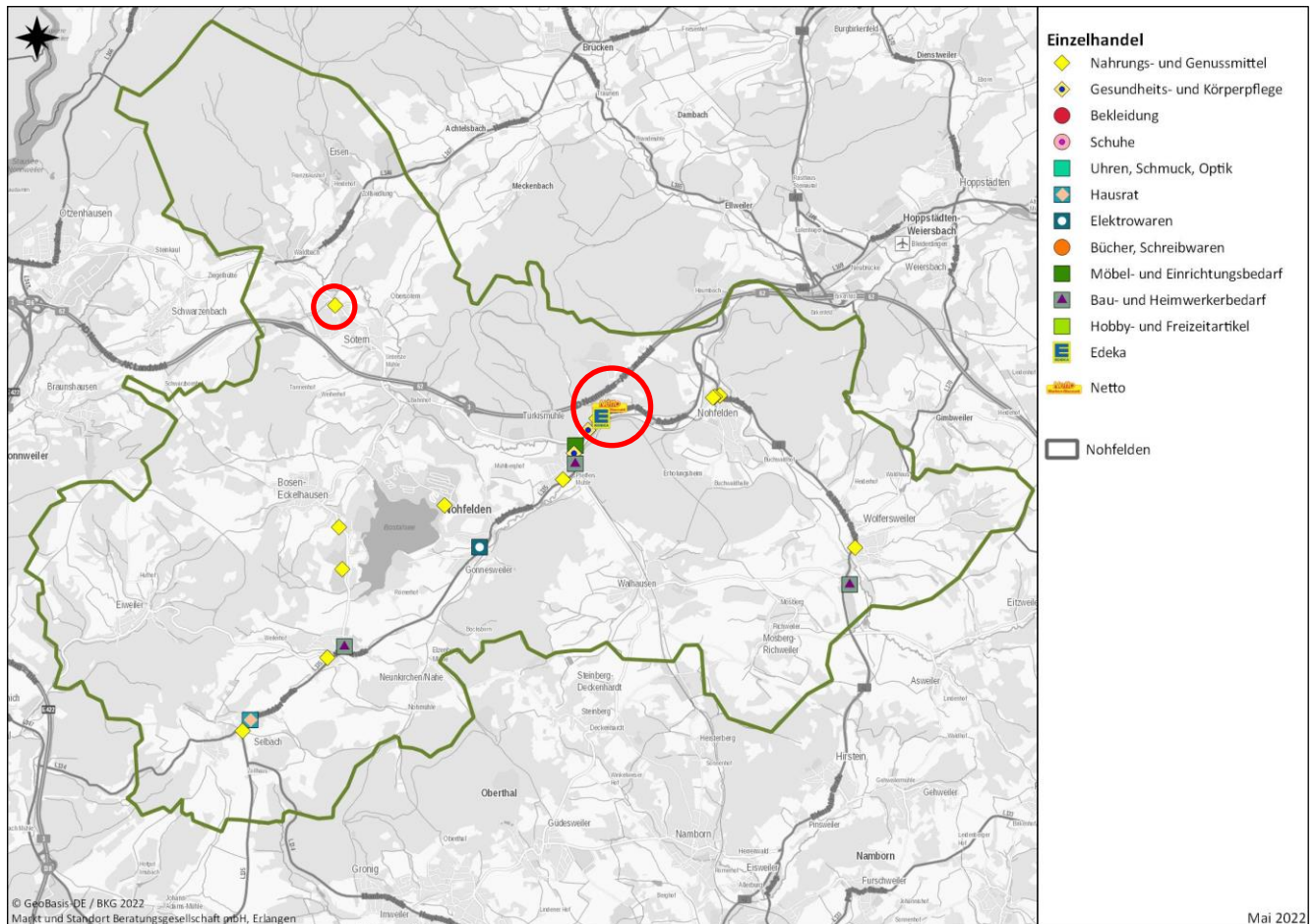
Der Standort Neunkirchen/Nahe ist auch vor dem Hintergrund gewählt worden, da sowohl in Türkismühle, als auch im zweiten Grundzentrum Nohfelden keine ausreichend großen bzw. geeigneten Flächenpotenziale vorhanden sind.



4.2.5 Nahversorgung in Nohfelden

Derzeit sind marktgängige größere Versorgungsbetriebe mit Edeka und Netto in Türkismühle sowie mit dem Frischemarkt in Sötern im Gemeindegebiet Nohfelden ansässig. Sie verteilen sich über das nördliche Gemeindegebiet. Die übrigen Ortsteile verfügen über kleinteilige Angebote, meist des Lebensmittelhandwerks. Ein weiterer Supermarkt ist auf dem Gelände des Centerparks am Bostalsee ansässig. Dieser hat schon aufgrund seiner Preispolitik und der ausschließlich touristischen Ausrichtung seines Angebotes nur eine äußerst geringe Bedeutung für die örtliche Nahversorgung.

Abbildung 38 Standorte mit Lebensmittelmärkten in der Gemeinde Nohfelden



Quelle: eigene Darstellung 2022

Die Standortkonzeption für die Gemeinde Nohfelden sieht grundsätzlich Bestandsschutz für alle bestehenden Anbieter vor.

Tabelle 11 Lebensmittelmärkte in der Gemeinde Nohfelden

Name	Ortsteil	Anschrift	städtebauliche Einordnung	Verkaufsfläche (gerundet)
Edeka	Türkismühle	Saarbrücker Straße 2a	ZVB (Türkismühle)	1.305
Netto	Türkismühle	Saarbrücker Straße 25a	ZVB (Türkismühle)	755
Frische Markt	Sötern	Hauptstraße 97a	Solitärlage	400
Supermarkt Centerparc	Gonnesweiler	Lindenallee 1	Solitärlage	275
Getränke Center	Nohfelden	Bahnhofstraße 6	Solitärlage	270

Quelle: eigene Erhebungen

Der Bedarf an zusätzlichen großflächigen Nahversorgungseinrichtungen ist in Kapitel 3.3.2 dargestellt. Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums und des zentralen Versorgungsbereiches zeigen, dass in den gewachsenen Ortsteilzentren die Flächenpotenziale begrenzt sind. Großflächige Neuansiedlungen für die Nahversorgung finden dort keinen Platz. Dies trifft sowohl auf den zentralen Versorgungsbereich Türkismühle, wie auch auf den gesamten Ortsteil Nohfelden zu.



Dieser Mangel an geeigneten Flächenpotenzialen in den Zentren erfordert die Identifikation geeigneter alternativer Flächennutzungsmöglichkeiten für die Nahversorgung im Gemeindegebiet. Darüber hinaus sind die kleinräumigen Kaufkraftpotenziale in den Ortsteilen zu quantifizieren, um die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit potenzieller Nutzungen bewerten zu können.

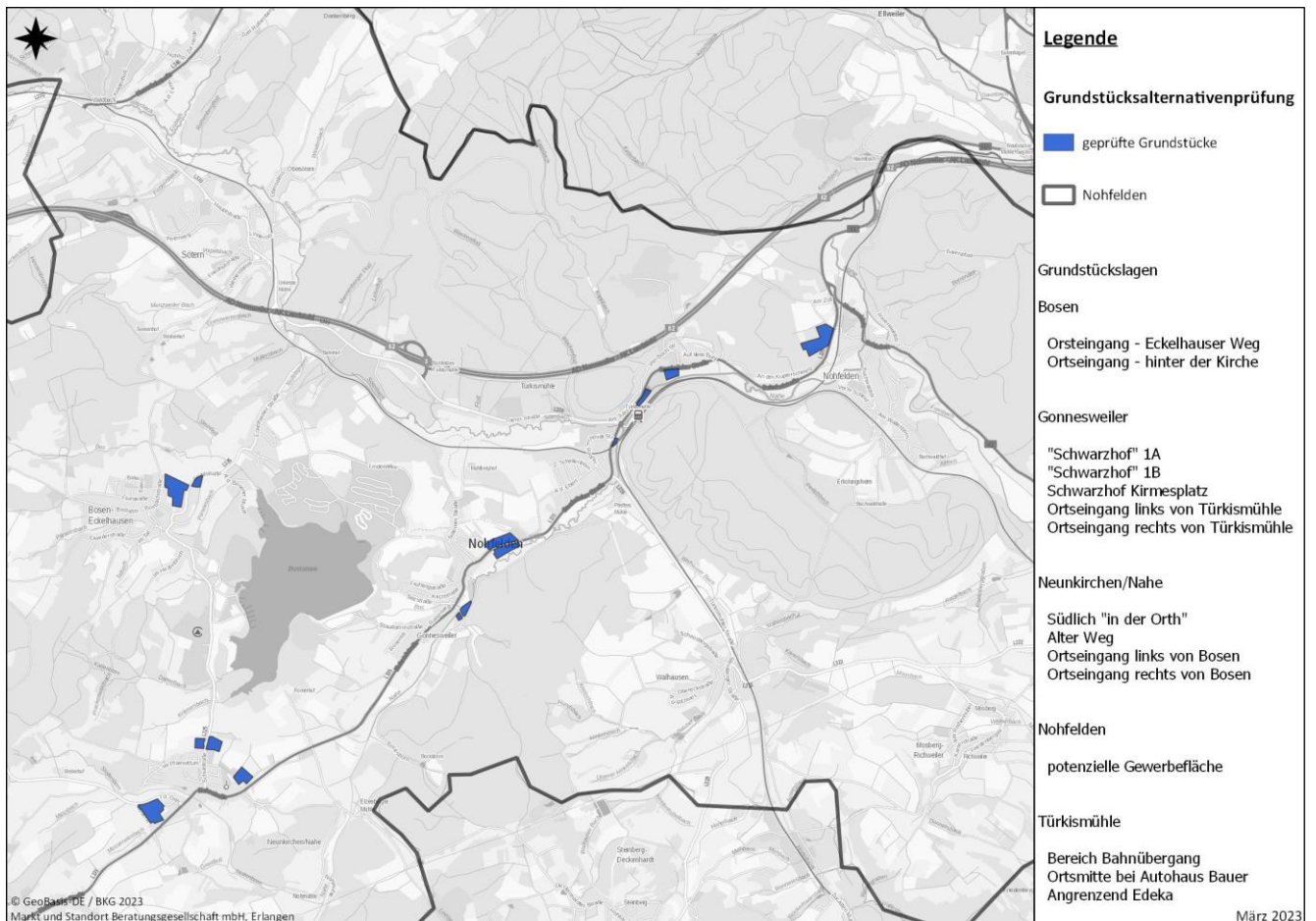
4.2.6 Prüfung potenzieller Standorte für die Nahversorgung

Die Gemeindeverwaltung Nohfelden hat eine Prüfung aller potenziell geeigneten Standorte in den Ortsteilen der Gemeinde vorgenommen. Vier alternative Standorte wurden identifiziert, die im Folgenden auf ihre Eignung für einen Nahversorgungsstandort geprüft werden.

Die folgenden Grundstücke wurden von der Gemeinde Nohfelden ausgewählt. Maßgebliches Kriterium war zunächst nur eine ausreichende Größenordnung von rund 8.000 bis 10.000 qm Grundstücksfläche. Die folgende Karte gibt einen Überblick über die geprüften Grundstücke und ihre Lage innerhalb der Gemeinde.

Es wurden jeweils ein Grundstück in Nohfelden, drei Grundstücke in Türkismühle, weitere fünf Grundstücke in Gonnweiler, zwei Grundstücke in Bosen sowie vier Grundstücke in Neunkirchen/Nahe in die Prüfung einbezogen. Bei der Standortsuche wurden als Suchkriterien bestehende Restriktionen durch Schutzgebiete, landesplanerische Vorgaben oder bestehende Nutzungen, Planungen, Topografie, Größe der Fläche und Eigentumsverhältnisse bzw. Flächenverfügbarkeit herangezogen.

Abbildung 39 Geprüfte Grundstücksalternativen im Gemeindegebiet Nohfelden

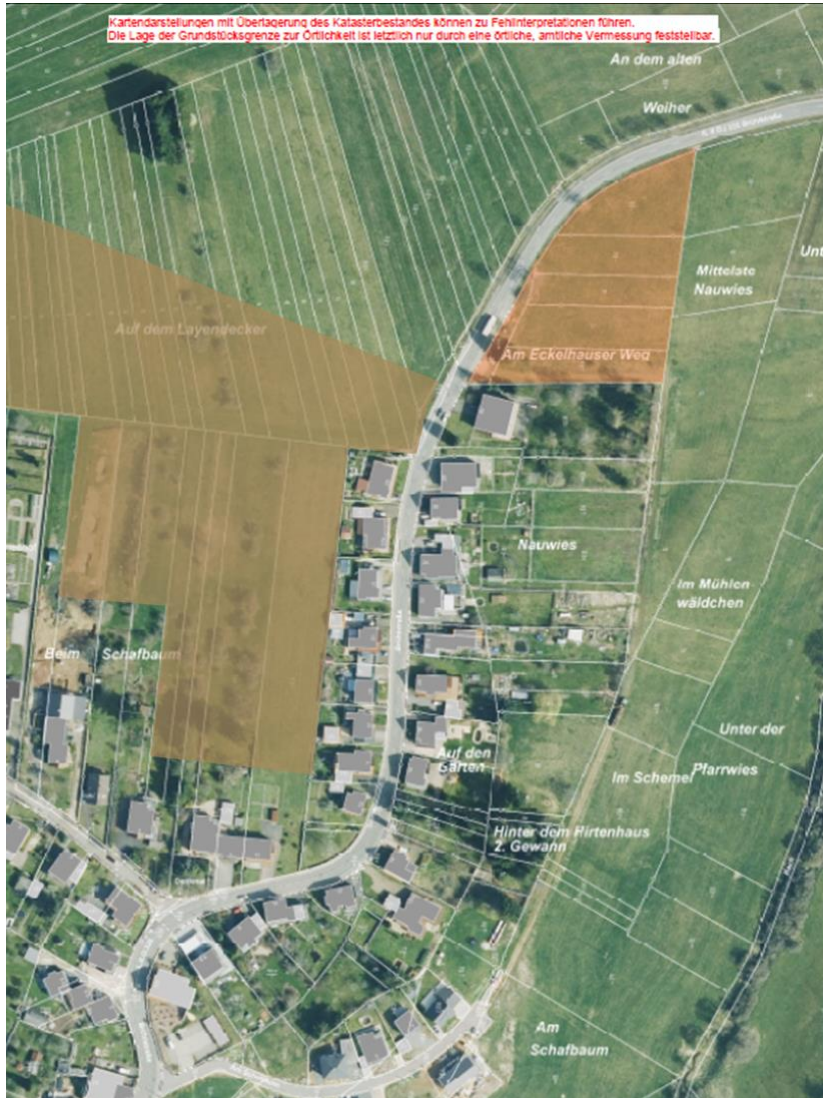


Quelle: eigene Darstellung



4.2.6.1 Potenzielle Grundstücke in Bosen

Abbildung 40 Alternativgrundstücke in Bosen



Quelle: Gemeinde Nohfelden

Gemarkung: Bosen (8100) Flur: 7

Datum: 07.07.2022

Maßstab 1:2000

Bosen

(1) Ortseingang „Am Eckelhauser Weg“

(4) Ortseingang Bosen – hinter der Kirche



Tabelle 12 Grundstücke in Bosen (Restriktionen, Festsetzungen etc.)

Bosen								
Nr.	Kurzbezeichnung der Fläche	FNP	LEP Umwelt	LSG Landschafts- schutzgebiet	Biotope FFH-Gebiet (Geoportal Saarland)	ÜSG Überschwem- mungs- gebiet	Fläche in m ²	Flächen- verfügbarkeit
1	Ortseingang -„Eckel- hauser Weg“	Flächen für die Landwirtschaft mit Nutzungsbeschränkungen	-/-	-/-	FFH Biotop an- grenzend	-/-	~ 7.200 m ²	überwiegend Privateigentum
2	Ortseingang – hinter der Kirche	Wohnbaufläche (Planung), Flä- chen für die Landwirtschaft (Randbereich)	-/-	-/-	-/-	-/--	~ 36.000 m ²	Privateigentum

Quelle: Gemeinde Nohfelden



Die Festlegung von Schutzgebieten oder andere Restriktionen schließen die Nutzung für ein Nahversorgungszentrum auf den geprüften Grundstücken in Bosen aus:

Grundstück (1) „Eckelhauser Weg“

Das benannte Grundstück ist derzeit im Flächennutzungsplan als Fläche für die Landwirtschaft festgesetzt, grenzt unmittelbar an eine Biotopfläche und schneidet im nördlichen Randbereich ein FFH-Gebiet im Randbereich. Mit 7.200 qm ist es für die geplante Nutzung zu klein.

Urteil: Fläche ist zu klein. Keine Eignung für Einzelhandelsnutzung

Grundstück (2) „Ortseingang Bosen - hinter der Kirche“

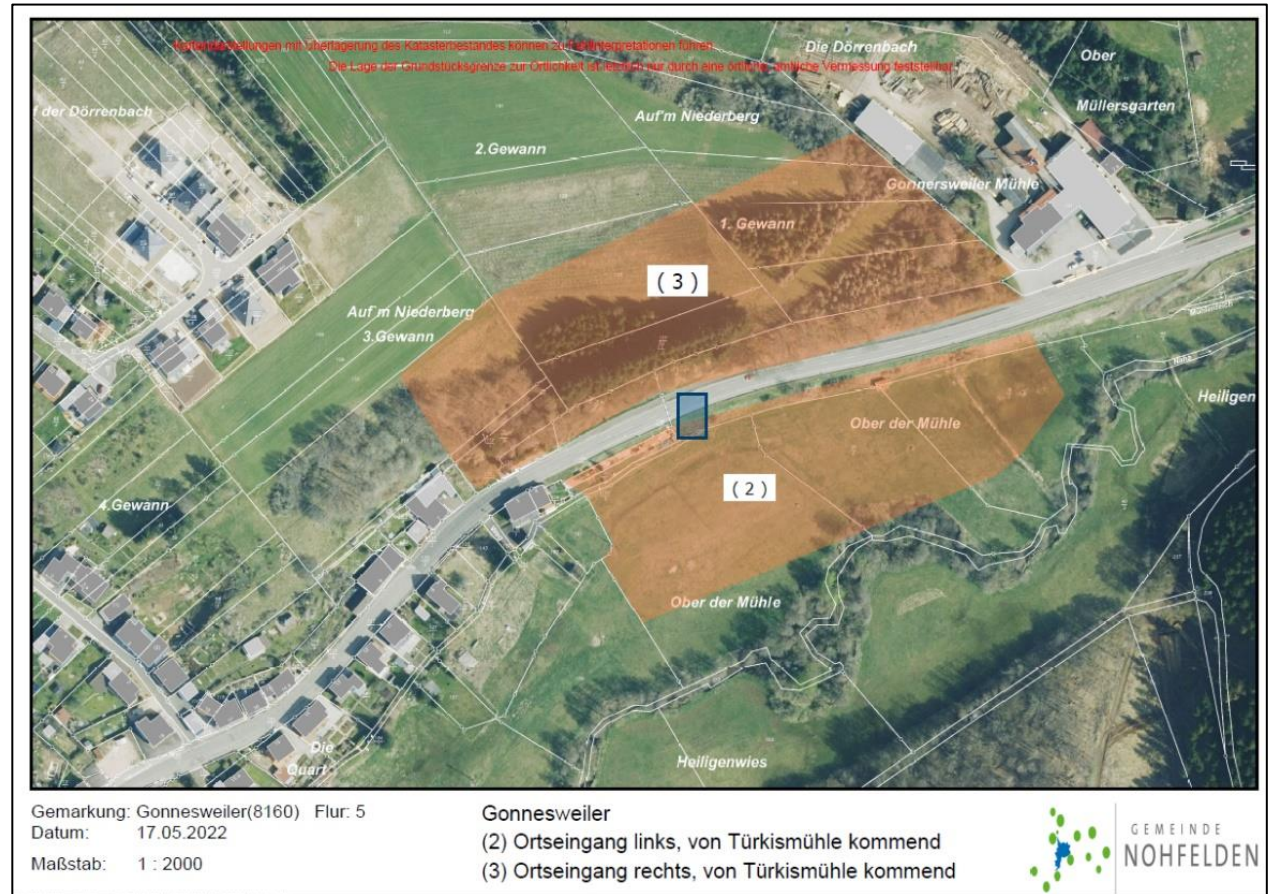
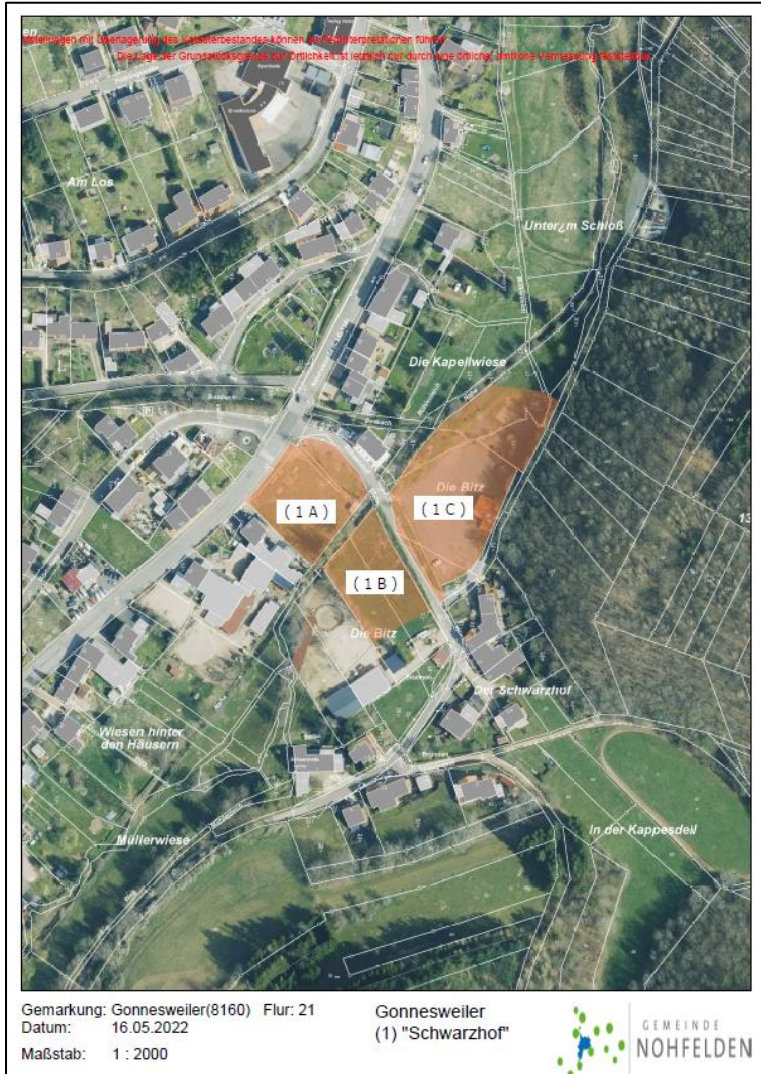
Im Flächennutzungsplan ist dieses Grundstück als Wohnbaufläche ausgewiesen. Das gemeindliche Wohnbauflächenkonzept sieht hier Wohnungsbau vor. Teilbereiche sind als Flächen für die Landwirtschaft ausgewiesen.

Urteil: Keine Eignung für Einzelhandelsnutzung aufgrund anderer Planungen



4.2.6.2 Potenzielle Grundstücke in Gonesweiler

Abbildung 41 Alternativgrundstücke in Gonesweiler



Quelle: Gemeinde Nohfelden



Tabelle 13 Grundstücke in Gonesweiler (Restriktionen, Festsetzungen etc.)

Gonesweiler								
Nr.	Kurzbezeichnung der Fläche	FNP	LEP Umwelt	LSG Landschaftsschutzgebiet	Biotope FFH-Gebiet (Geoportal Saarland)	ÜSG Überschwemmungsgebiet	Fläche in m²	Flächenverfügbarkeit
1 A	„Schwarzhof“	Gemischte Bauflächen	teilweise VG Hochwasserschutz	-/-	-/-	ÜSG Nahe	2.136 m ²	Gemeinde
1 B	„Schwarzhof“	Flächen für die Landwirtschaft mit Nutzungsbeschränkungen	überwiegend VG Hochwasserschutz	-/-	-/-	ÜSG Nahe	~2.180 m ²	Privateigentum
1 C	Schwarzhof-Kirmesplatz	öffentliche Grünfläche, Parken	überwiegend VG Hochwasserschutz	-/-	-/-	ÜSG Nahe	~ 5.614 m ²	Gemeinde
2	Ortseingang links von Türkismühle kommend	Flächen für die Landwirtschaft mit Nutzungsbeschränkungen	VG Naturschutz VG Hochwasserschutz	Felsenthal der Nahe bei Nohfelde-/n	FFH-Gebiet	ÜSG Nahe	~ 15.240 m ²	Privateigentum
3	Ortseingang rechts von Türkismühle kommend	Flächen für die Landwirtschaft	-/-	-/-	-/-	-/--	~ 21.260 m ²	Privateigentum; Gelände steigt stark an

Quelle: Gemeinde Nohfelden



Die Festlegung von Schutzgebieten oder andere Restriktionen schließen die Nutzung für ein Nahversorgungszentrum auf den geprüften Grundstücken in Gonnersweiler aus:

Grundstücke „Schwarzhof“ 1A – 1C

Die benannten Grundstücke liegen innerhalb des Überschwemmungsgebietes der Nahe und unterliegen deshalb weitgehend dem Hochwasserschutz. Die drei Grundstücke sind zwar benachbart, aber eine Zusammenlegung ist nicht möglich. Zum einen trennt das Flussbett Nahe die Grundstücke 1A und 1B voneinander. Darüber hinaus werden die Grundstücke 1A und 1B durch den Verlauf der Straße Schwarzhof getrennt. Einzelnen sind diese Grundstücke für eine Einzelhandelsnutzung zu klein.

Urteil: Keine Eignung für Einzelhandelsnutzung

Grundstück 2 „Ortseingang links von Türkismühle kommend“

Das Grundstück liegt innerhalb des Überschwemmungsgebietes der Nahe und unterliegt dem Hochwasserschutz. Darüber hinaus unterliegt die Fläche dem Naturschutz, ist Teil des Landschaftsschutzgebietes „Felsenthal der Nahe bei Nohfelden“ und ist darüber hinaus Bestandteil einer FFH-Ausweitung. Die Grundstücksgröße wäre grundsätzlich passend.

Urteil: Keine Eignung für Einzelhandelsnutzung aufgrund naturschutzrechtlicher Einschränkungen

Grundstück 3 „Ortseingang rechts von Türkismühle kommend“

Das Grundstück liegt in einem Gebiet von Flächen für die Landwirtschaft (FNP). Es verfügt über eine Grundstücksgröße von 21.260 qm. Die Topographie ist aufgrund eines starken Anstieges für eine bauliche Nutzung problematisch.

Urteil: Keine Eignung für Einzelhandelsnutzung aufgrund topographischer Einschränkungen

4.2.6.3 Potenzielle Grundstücke in Neunkirchen/Nahe

Tabelle 14 Vier Alternativgrundstücke in Neunkirchen/Nahe:

Nr.	Bezeichnung
1	Südlich „In der Ört“
2	Alter Weg
3	Sportplatz
	Ortseingang rechts, von Bosen kommend



Abbildung 42 Alternativgrundstücke in Neunkirchen/Nahe



Gemarkung: Neunkirchen/Nahe(8180) Flur: 4
Datum: 16.05.2022
Maßstab: 1 : 2000

Neunkirchen/Nahe
(1) Südlich "In der Öorth"



Gemarkung: Neunkirchen/Nahe(8180) Flur: 6
Datum: 16.05.2022
Maßstab: 1 : 2000

Neunkirchen/Nahe
(2) "Alter Weg"



Quelle: Gemeinde Nohfelden



Gemarkung: Neunkirchen/Nahe (8180) Flur: 6

Datum: 07.07.2022

Maßstab 1:2000

Neunkirchen/Nahe

(3) Ortseingang links, von Bosen kommend

(4) Ortseingang rechts, von Bosen kommend



Tabelle 15 Grundstücke in Neunkirchen/Nahe (Restriktionen, Festsetzungen etc.)

Neunkirchen/Nahe								
Nr.	Kurzbezeichnung der Fläche	FNP	LEP Umwelt	LSG Landschaftsschutzgebiet	Biotope FFH-Gebiet (Geoportal Saarland)	ÜSG Überschwemmungsgebiet	Fläche in m ²	Flächenverfügbarkeit
1	Südlich „In der Örth“	Wohnbaufläche (Planung); aktuelle Nutzung: Landwirtschaft	-/-	-/-	-/-	-/-	35.000 m ²	komplett in Privateigentum potentielle Wohnbaufläche
2	Alter Weg	Flächen für die Landwirtschaft	-/-	-/-	-/-	-/-	11.000 m ²	komplett in Privateigentum potentielle Wohnbaufläche
3	Ortseingang links, von Bosen kommend	Flächen für die Landwirtschaft	-/-	-/-	-/-	-/-	8.000 m ² bis 28.000 m ²	Privateigentum
4	Ortseingang rechts, von Bosen kommend	Flächen für die Landwirtschaft	-/-	-/-	-/-	-/-	12.000 m ²	Privateigentum

Quelle: Gemeinde Nohfelden



Die geprüften Grundstücke in Neunkirchen sind nicht durch naturschutzrechtliche oder ähnliche Einschränkungen belastet. Allerdings plant die Gemeinde Nohfelden auf beiden Flächen die Weiterentwicklung des Wohnungsbaus, so dass diese Grundstücke für eine Ausweisung als NVZ nicht zur Verfügung stehen.

Grundstück Südlich „In der Örth“

Derzeit sind die Grundstücke landwirtschaftlich genutzt, allerdings sind sie nicht als Vorranggebiet für die Landwirtschaft ausgewiesen. Die Gemeinde Nohfelden plant dort Wohnungsbau, östlich angrenzend ist bereits die Wohnbaulandentwicklung im Gange.

Urteil: Keine freie Verfügung für Einzelhandelsnutzung

Grundstück 2 „Alter Weg“

Auch dieses Grundstück ist Bestandteil des Wohnbauflächenkonzeptes der Gemeinde Nohfelden. Aktuell wird das Grundstück landwirtschaftlich genutzt. Die verkehrliche Erschließung des Grundstückes für den potenziellen Einkaufsverkehr ist nicht ausreichend. Eine Anbindung des Grundstückes über den Alten Weg, unter Belastung der dort anliegenden Wohngebäude ist nicht sinnvoll. Die Leistungsfähigkeit des Alten Weges ist voraussichtlich nicht ausreichend.

Urteil: Keine Eignung für Einzelhandelsnutzung aufgrund ungünstiger Verkehrserschließung

Grundstück 3 „Ortseingang linke Seite, von Bosen kommend“

Das Grundstück ist im Flächennutzungsplan als Fläche für die Landwirtschaft festgesetzt. Naturschutzrechtliche Festsetzungen, die einer gewerblichen Nutzung entgegenstünden gibt es nicht. Die Topographie des Geländes könnte eine sinnvolle Nutzung einschränken. Die Größe wäre ausreichend. Das Grundstück befindet sich in Privatbesitz.

Urteil: Topographische Einschränkungen erschweren eine wirtschaftliche Nutzung. Verfügbarkeit müsste, da es sich Privatbesitz befindet, geprüft werden.

Grundstück 4 „Ortseingang rechte Seite, von Bosen kommend“

Das Grundstück ist im Flächennutzungsplan als Fläche für die Landwirtschaft festgesetzt. Naturschutzrechtliche Festsetzungen, die einer gewerblichen Nutzung entgegenstünden gibt es nicht. Die Topographie des Geländes könnte eine sinnvolle Nutzung einschränken. Die Größe wäre ausreichend. Das Grundstück befindet sich in Privatbesitz.

Urteil: Topographische Einschränkungen erschweren eine wirtschaftliche Nutzung. Verfügbarkeit müsste, da es sich Privatbesitz befindet, geprüft werden.

4.2.6.4 Potenzielle Grundstücke im Ortsteil Nohfelden

Tabelle 16 Ein Alternativgrundstücke in Nohfelden

Nr.	Bezeichnung
1	Potenzielle Gewerbefläche



Abbildung 43 Alternativgrundstücke in Nohfelden



Gemarkung: Nohfelden(8190) Flur: 6
Datum: 17.05.2022
Maßstab: 1 : 2000

Nohfelden
(1) potentielle Gewerbefläche



Quelle: Gemeinde Nohfelden



Tabelle 17 Grundstück in Nohfelden (Restriktionen, Festsetzungen etc.)

Nohfelden								
Nr.	Kurzbezeichnung der Fläche	FNP	LEP Umwelt	LSG Landschaftsschutzgebiet	Biotope FFH-Gebiet (Geoportal Saarland)	ÜSG Überschwemmungsgebiet	Fläche in m ²	Flächenverfügbarkeit
1	potentielle Gewerbefläche	Flächen für die Landwirtschaft	-/-	-/-	-/-	-/-	~ 39.500 m ²	komplett in Privateigentum

Quelle: Gemeinde Nohfelden



Das geprüfte Grundstück im Ortsteil Nohfelden ist nicht durch naturschutzrechtliche oder ähnliche Einschränkungen belastet. Allerdings plant die Gemeinde Nohfelden auf der Fläche die Ausweisung von Gewerbeflächen, so dass dieses Grundstück für eine Ausweisung als NVZ nicht zur Verfügung steht.

Grundstück potenzielle Gewerbefläche

Die Grundstücksfläche wäre größer als notwendig und über die L135 erschließbar. Derzeit wird das Grundstück landwirtschaftlich genutzt, die Flächen sind durch die Gemeinde für eine gewerbliche Nutzung vorgesehen. Aufgrund der nicht integrierten Lage des Geländes kommt die Nutzung als NVZ nicht in Frage. Der Standort ist zu weit vom Siedlungsschwerpunkt Nohfeldens entfernt. Die Trennwirkung der Bahnlinie und des breiten Grün-/Waldstreifens tun ihr übriges.

Ein weiterer für die Bewertung des Grundstückes negativ wirkender Aspekt ist das Ziel einer wohnungsnahen Versorgung in der Fläche der Gemeinde Nohfelden. Es ist vorgesehen, den südlichen und westlichen Bereich des Gemeindegebietes Nohfeldens besser zu versorgen. Mit einem weiteren Versorgungsstandort im Ortsteil Nohfelden, der durch die Angebote in Türkismühle bereits gut versorgt ist, ergäbe sich nicht die gewünschte Verbesserung im Süden und Westen des Gemeindegebietes.

Urteil: Für Einzelhandelsnutzung nicht sinnvoll

4.2.6.5 Potenzielle Grundstücke in Türkismühle

Tabelle 18 **Drei Alternativgrundstücke in Türkismühle**

Nr.	Bezeichnung
1	Bereich Bahnübergang
2	Ortsmitte bei Autohaus Bauer
3	Angrenzend „Edeka“



Tabelle 19 Grundstücke in Türkismühle (Restriktionen, Festsetzungen etc.)

Türkismühle								
Nr.	Kurzbezeichnung der Fläche	FNP	LEP Umwelt	LSG Landschaftsschutzgebiet	Biotope FFH-Gebiet (Geoportal Saarland)	ÜSG Überschwemmungsgebiet	Fläche in m ²	Flächenverfügbarkeit
1	Bereich Bahnübergang	Gemischte Bauflächen	geringfügig VG Hochwasserschutz	angrenzend LSG „Felsenthal der Nahe bei Nohfelden“	FFH-Gebiet angrenzend	ÜSG Nahe	1.531 m ²	~ 87 % Gemeinde
2	Ortsmitte bei Autohaus „Bauer“	Gemischte Bauflächen	geringfügig VG Hochwasserschutz	angrenzend LSG „Felsenthal der Nahe bei Nohfelden“	angrenzend FFH	-/-	6.246 m ²	~ 67 % Gemeinde
3	Angrenzend „Edeka“	Flächen für die Landwirtschaft mit Nutzungsbeschränkungen	VG Hochwasserschutz	angrenzend LSG „Felsenthal der Nahe bei Nohfelden“	angrenzend FFH	ÜSG Nahe	~ 10.740 m ²	komplett in Privateigentum

Quelle: Gemeinde Nohfelden



Die Festlegung von Schutzgebieten oder andere Restriktionen schließen die Nutzung für ein Nahversorgungszentrum auf den geprüften Grundstücken in Türkismühle aus:

Grundstück 1 „Bereich Bahnübergang“

Mitten im Ortszentrum liegend, handelt es sich um eine Potenzialfläche, die als gemischte Baufläche ausgewiesen ist. Sie ist von Restriktionen durch den Hochwasserschutz betroffen, da sie teilweise im Überschwemmungsgebiet der Nahe liegt. Inwieweit die Nachbarschaft von einem FFH-Gebiet eine Rolle spielt, wäre zu klären. Die Größe des Grundstückes ist allerdings für die Ausweisung eines NVZ mit 1.531 qm zu gering. Allerdings wäre die Nutzung als Flächenpotenzial für kleineren Einzelhandel im ZVB Türkismühle nicht auszuschließen.

Urteil: Keine Eignung für die Ausweisung eines NVZ

Grundstück 2 „Ortsmitte bei Autohaus Bauer“

Dieses Grundstück unterliegt ebenfalls teilweise dem Hochwasserschutz und grenzt an ein FFH Gebiet. Die Größe von 6.246 qm, von denen ein Teil wegen der Hochwasser-Restriktionen nicht nutzbar wäre, reichen nicht aus für die Ausweisung eines NVZ. Kleinere Einzelhandelsnutzungen wären hier, innerhalb des ZVB Türkismühle, allerdings sinnvoll.

Urteil: Keine Eignung für die Ausweisung eines NVZ

Grundstück 3 „Angrenzend Edeka“

Das Grundstück liegt in einem Gebiet von Flächen für die Landwirtschaft (FNP). Es unterliegt den Einschränkungen des Hochwasserschutzes, da es innerhalb des Überschwemmungsgebietes der Nahe liegt. Die Lage in der Nachbarschaft des bestehenden Edeka wäre aus absatzwirtschaftlicher Sicht ideal. Eine bauliche Nutzung ist allerdings ausgeschlossen

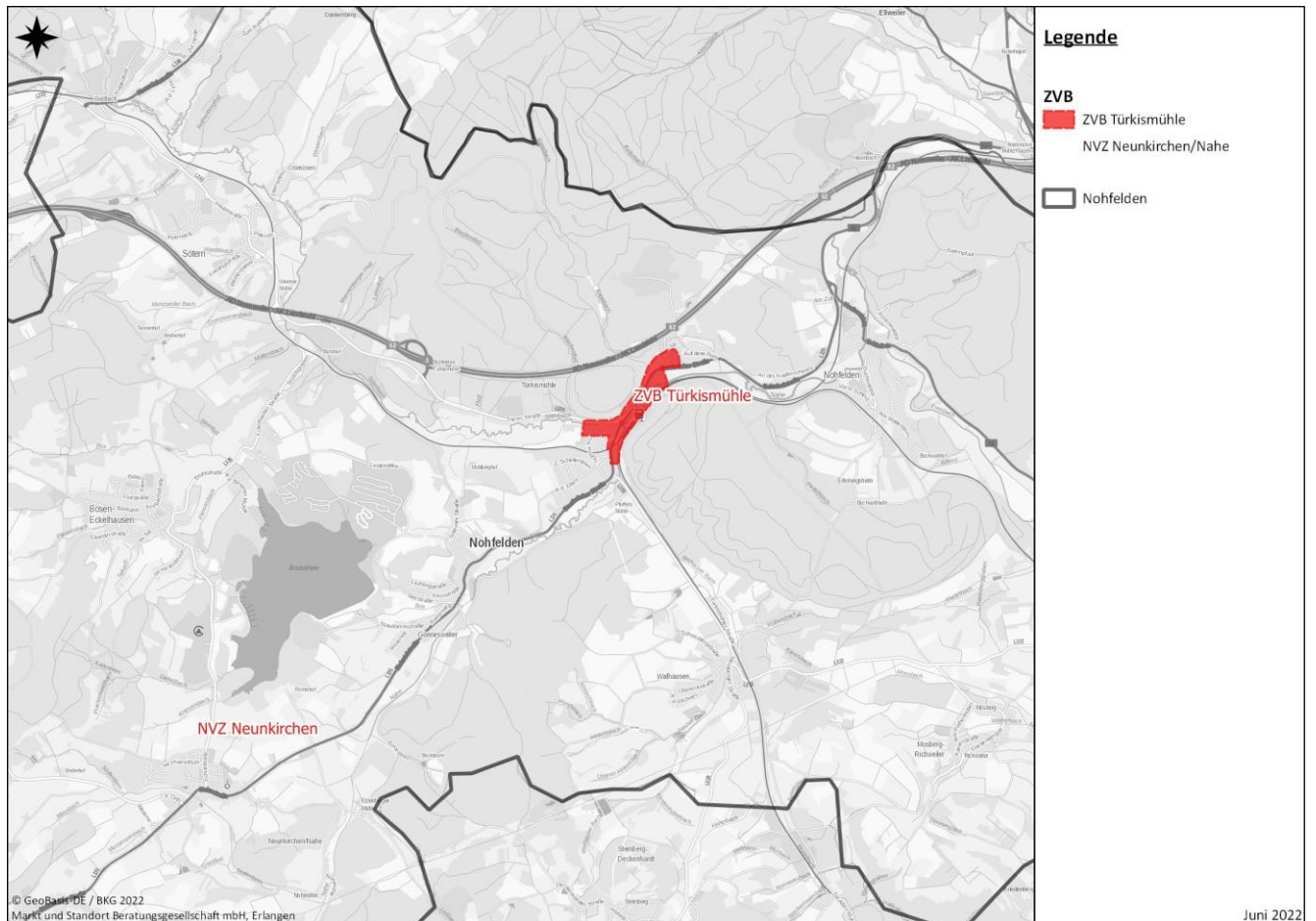
Urteil: Keine Eignung für Einzelhandelsnutzung aufgrund von Hochwasser-Einschränkungen

Die Prüfung der von der Gemeinde Nohfelden vorgelegten Grundstücke und deren Beschränkungen und Restriktion sowie die fachliche Einschätzung der absatzwirtschaftlichen Eignung der potenziellen Standorte hat für das Gemeindegebiet von Nohfelden keine neuen Möglichkeiten zur Ausweisung eines NVZ ergeben. Vor allem, wenn die Zielsetzung einer räumlich breiteren Aufstellung der Nahversorgung zu erreichen, berücksichtigt wird, kommen Standorte in Türkismühle und Nohfelden eher nicht infrage. Insofern bleibt, abgesehen von dem ausgewählten Standort nördlich angrenzend an das Siedlungsgebiet von Neunkirchen/Nahe, derzeit keine alternative Möglichkeit.



4.2.7 Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen

Abbildung 45 Zentrenkonzept



Quelle: eigene Darstellung 2022

4.2.7.1 Zentraler Versorgungsbereich „Türkismühle“

Grundlegend ist festzuhalten, dass der Einzelhandel im Ortszentrum von Türkismühle begrenzte Entwicklungspotenziale zur Angebotsergänzung und -qualifizierung sowie in der Konzentration des Einzelhandelsangebotes besitzt.

Die beiden identifizierten Grundstücke, die für ein NVZ zu klein sind, könnten beispielsweise für ergänzende Einzelhandelsansiedlungen genutzt werden.

Erweiterungen von bestehenden Betrieben innerhalb des ZVB Türkismühle sollten grundsätzlich von der Gemeindeverwaltung positiv begleitet werden.

Das Ziel aller Entwicklungsbemühungen ist die Verbesserung des Nahversorgungsangebotes innerhalb des ZVB Türkismühle. Derzeit besteht keine Aussicht auf die zusätzliche Realisierung großflächiger Einzelhandelsansiedlungen, weil Flächenpotenziale aufgrund der kleinteiligen Siedlungsstruktur und der Hochwasserrestriktionen nicht verfügbar sind. Sollten sich künftig Flächenpotenziale für großflächige Einzelhandelsnutzungen ergeben, sollten diese mit Nahversorgungssortimenten belegt werden.

Eine gutachterliche Bewertung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen auf die bestehenden Nahversorgungsstrukturen im Gemeindegebiet ist im Falle von Ansiedlungsbemühungen erforderlich.

Das Ortszentrum als multifunktionaler Standort (Veranstaltungszentrum, Banken, Gastronomie, etc.) bietet bereits ein begrenztes Attraktivitätsniveau. Trotzdem finden sich zahlreiche Ansätze für eine strukturelle und qualitative Weiterentwicklung des Ortskerns. Ziel muss es sein, die Kunden durch ein angenehmes und hochwertiges Aufenthaltsambiente länger zum Verweilen im Ortszentrum zu animieren.



Diese Ansprüche können durch gemeinsame Anstrengungen seitens der Gemeinde, der Händlerschaft und der Immobilienbesitzer befriedigt werden.

4.2.7.2 Perspektivisches Nahversorgungszentrum in Neunkirchen/Nahe

Das Nahversorgungszentrum in Neunkirchen/Nahe soll neu entwickelt werden. Es soll die Nahversorgungsfunktion im südlichen und westlichen Gemeindegebiet ausfüllen, indem neben der Quantität auch die Qualität des Angebots entsprechend etabliert wird.

Großflächige Lebensmittelanbieter sollen das Rückgrat der Versorgung schaffen. Der Flächenbedarf wurde für einen Lebensmitteldiscounter in einer Spanne von 800 bis 1.100 qm, für einen Vollsortimenter von 1.100 bis 1.350 qm gesehen (vergleiche Kapitel 3.3.2.1).

Eine **Ergänzung des Betriebsbesatzes** ist für kleinere Anbieter aus dem periodischen Bedarfssegment möglich (z.B. Bäcker, Metzger, Apotheke o.ä.), macht das Nahversorgungszentrum attraktiver und sollte durchaus die Möglichkeit zur Ansiedlung erhalten.

Großflächige oder auch größere Ansiedlungen oder Erweiterungen, insbesondere im Nahversorgungssektor, im **räumlichen Umfeld außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** sind zu vermeiden. Trotzdem müssen künftig angedachte Modernisierungs- und Erweiterungsmaßnahmen der bestehenden Märkte durch **Verträglichkeitsgutachten** auf ihre potenziell negativen Wirkungen auf die anderen Standorte geprüft werden.

4.2.7.3 Solitäre Nahversorgungsstandorte im Gemeindegebiet Nohfelden

Zur Sicherung der Entwicklung des perspektivischen Nahversorgungsstandortes Neunkirchen/Nahe sollten neue solitäre Nahversorgungsstandorte mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben in anderen Ortsteilen ausgeschlossen werden. Das Zentralitätsgebot des LEP Saarland unterbindet ohnehin großflächige Ansiedlungen außerhalb der ausgewiesenen Grundzentren. Weitergehend sind auch Lebensmittelanbieter mit Verkaufsflächen oberhalb von 400 qm in den übrigen Ortsteilen von Nohfelden auszuschließen. Größere Betriebe wären aufgrund der geringen Potenziale in den Ortsteilen nicht tragfähig. Supermärkte unterhalb der 400 qm Verkaufsflächengrenze, wie in Sötern bereits einer ansässig ist, wären als typische Nohfelder Nahversorgungseinrichtung¹⁰ in den Ortsteilen willkommen. Eine solche kleinteilige Versorgung in einigen Ortsteilen von Nohfelden hätte das Potenzial, die verbrauchernahe Versorgung im weitläufigen Gemeindegebiet zu verbessern, ohne Entwicklungseinschränkungen in den zentralen Versorgungsbereichen zu verursachen. Damit wären sowohl mögliche Modernisierungsschritte im ZVB Türkismühle als auch die Neuansiedlung der Märkte im perspektivischen Nahversorgungszentrum Neunkirchen/Nahe gesichert.

4.3 Nohfelder Liste

Die Definition einer speziell für den Nohfeldener Einzelhandel aufgestellten, zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsliste, ist entscheidender Bestandteil der vorliegenden Entwicklungskonzeption für die Gemeinde. Da alle Einzelhandelsbetriebe in Nohfelden sortimentsstark erhoben wurden, ist die Erstellung einer entsprechenden Liste möglich.

Grundlagen der „Nohfelder Liste“ sind die Vorgaben der Landesplanung, die lokalen Gegebenheiten und die bereits dargestellten Entwicklungspotenziale.

Entscheidend bei der Festlegung der Sortimentsliste sind die erhobenen Sortimente innerhalb des ZVB Türkismühle. Treten hier einzelne Sortimente nicht mehr, oder nur noch in Teilsortimenten innerhalb von Fachgeschäften auf, so sinkt deren Zentrenrelevanz. Ebenso als Bewertungskriterium fließt die Gewichtung der Ansiedlungsperspektiven einzelner Warengruppen für Innenstadtlagen ein. Hier wurde im Besonderen nach marktüblichen Standortpräferenzen die Marktfähigkeit von bestimmten Betriebstypen und Flächenverfügbarkeiten bewertet.

Generell ist zum einen festzuhalten, dass nahversorgungsrelevante Sortimente grundsätzlich nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches oder des perspektivischen Nahversorgungszentrums zulässig sind. Zum anderen betreffen **Ansiedlungsausschlüsse lediglich die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente**, wenn diese außerhalb der

¹⁰ Als typischer „Nohfeldener Laden“ wäre das Modell der kleineren Lebensmittelegeschäfte bis zu 400 qm Verkaufsfläche zu sehen. Der Frische Markt im Ortsteil Sötern stellt eine solch typische, dorfgerechte Betriebsform dar. Im Sinne eines Convenience Store könnte dieser Typus als schützenswerte Struktur sowohl in Bezug auf dessen Bestand (Sötern) als auch dessen Entwicklung (andere Ortsteile) gesehen werden.



ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte (ZVB, perspektivisches Nahversorgungszentrum) angesiedelt werden sollen. Dagegen können (und sollen nach Möglichkeit) nicht-zentrenrelevante Sortimente auch im Ortskern angesiedelt werden. Individuelle Anpassungen der Nohfeldener Liste in Abweichung von der Sortimentsliste des LEP sind nicht erforderlich.

Abbildung 46 Nohfeldener Liste

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	WZ 2003 Ziffer (und jeweils untergeordnete)
Nahrungs- und Genussmittel (Nahrungsmittel (52.11.1), Getränke (52.25), Tabakwaren (52.26.0), Obst (52.21.0), Kartoffeln (52.21.0), Gemüse (52.21.0), Fleisch (52.22.0), Fleischwaren (52.22.0), Geflügel (52.22.0), Wild (52.22.0), Fisch (52.23.0), Meeresfrüchte (52.23.0), Fischerzeugnisse (52.23.0), Backwaren (52.24.1), Süßwaren (52.24.2), Wein (52.25.1), Sekt (52.25.1), Spirituosen (52.25.1), sonstige Getränke (52.25.2), Reformwaren (52.27.1))	52.1 52.2
Drogeriewaren (52.33.2) und Apotheken (52.31.0)	52.31 52.33.2
Zeitungen und Zeitschriften Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen (52.47.3)	52.47.3
Schnittblumen und Blumenbindereierzeugnisse (52.49.1)	52.49.1

Zentrenrelevante Sortimente	WZ 2003 Ziffer (und jeweils untergeordnete)
Parfümerieartikel (52.33.1)	52.33.1
Orthopädische und medizinische Waren (52.32.0)	52.32.0
Bekleidung und Bekleidungszubehör, Herrenbekleidung (52.42.2), Damenbekleidung (52.42.3), Kinder- und Säuglingsbekleidung (52.42.4), Bekleidung ohne ausgeprägten Schwerpunkt (52.42.1)	52.42
Leder- und Täschnerwaren (52.43.2)	52.43.2
Kürschnerwaren (52.42.5)	52.42.5
Kurzwaren (52.41.2), Schneidereibedarf (52.41.2), Handarbeiten (52.41.2), Meterware für Bekleidung und Wäsche (52.41.2)	52.41.2
Schuhe (52.43.1)	52.43.1
Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (52.48.5), Augenoptiker (52.49.3), Optik und fotooptische Erzeugnisse einschließlich Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, fototechnisches und –chemisches Material, Entwickler, Fixiersalz, Filme, Blitzgeräte, Belichtungsmesser, Blenden, Verschlüsse, feinmechanische und optische Erzeugnisse, Mikroskope, Lupen, Ferngläser, Fernrohre, Thermometer, Barometer (52.49.4)	52.49.4 52.48.5
Haushaltsgegenstände (52.44.3), keramische Erzeugnisse (52.44.4), Glaswaren (52.44.4)	52.44.3 52.44.4
Schreib- und Papierwaren (52.47.1), Schul- und Büroartikel (52.47.1), Malbedarf, Zeichengeräte, Unterrichts- und Künstlerfarben, Landkarten, Globen, Formulare (52.47.1)	52.47.1
Bücher, Fachzeitschriften auch in Form von elektronischen Publikationen (52.47.2)	52.47.2



Unterhaltungselektronik und Zubehör (52.54.2) sowie Computer, Computerteilen, peripheren Einheiten und Software einschließlich Geräten und Einrichtungen für die automatische Datenverarbeitung, Assembling von Computern (52.49.5) und Telekommunikationsendgeräten und Mobiltelefonen (52.49.6)	52.45.2 52.49.5 52.49.6
Elektrische Haushaltsgeräte einschließlich Raumheizgeräte, Elektroöfen und –herde, Kühl- und Gefrierschränke und –truhen u. ä., elektrische Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Staubsauger für den Haushalt, Näh- und Strickmaschinen (52.45.1)	52.45.1
Beleuchtungsartikel (52.44.2)	52.44.2
Haushaltstextilien (52.41.1), Bettwaren (52.41.1), Schlaf-, Reise, Steppdecken (52.41.1), Ober- und Unterbetten (52.41.1), Kopfkissen (52.41.1), Matratzen (52.41.1), Haus- und Tischwäsche (52.41.1), Hand-, Bade-, Geschirr- und Gläsertücher (52.41.1), Badezimmergarnituren aus Frottiergewebe (52.41.1), Tischdecken und –tücher (52.41.1), Servietten (52.41.1), Bettwäsche (52.41.1), Bettfedern und Daunen (52.41.1)	52.41.1
Heimtextilien einschließlich Gardinen, Dekorationsstoff, Möbelstoffe, Vorhänge, Diwandecken, Gobelins, Stuhl- und Sesselaufgaben, sonstige Heimtextilien (52.44.7)	52.44.7
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen, Geschenkartikel (52.48.2)	52.48.2
Antiquitäten und antike Teppiche (52.50.1), Antiquariate (52.50.2)	52.50.1 52.50.2
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere einschließlich Heim- und Kleintierfutter, zoologischen Gebrauchsartikeln, Reinigungs-, Pflege- und Hygienemitteln für Heim- und Kleintiere, Hunde, Katzen, Chinchilla und Angorakaninchen, Meerschweinchen, Hamster, Ziervögel, Tiere für Aquarien und Terrarien (52.49.2)	52.49.2
Sportartikel einschließlich Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe (52.49.8) ohne Campingartikel, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte, Sport- und Freizeitboote (52.49.8)	52.49.8
Spielwaren einschließlich Kinderroller, Spielfahrräder, Puppen, Puppenwagen, Gesellschaftsspiele, Musikspielwaren, Fest- und Scherzartikel, Feuerwerksartikel, Bastelsätze zum Schmelzen, Brennen, Emaillieren, Batiken, Modellieren, Gießen u.ä. (52.48.6)	52.48.6
Musikinstrumente und Musikalien (52.54.3)	52.45.3



Abbildung 47 Fortsetzung Nohfeldener Sortimentsliste

Nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ 2003 Ziffer (und jeweils untergeordnete)
Möbel, Wohnmöbel (52.44.1), Büromöbel und Büroorganisation (52.49.9)	52.44.1
Bau- und Heimwerkerbedarf (52.46.3), Saunas (52.46.3)	52.46.3
Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (52.46.1), Rasenmäher (52.46.1)	52.46.1
Tapeten einschließlich Wand- und Deckenbelägen, Tapetenrohpaper (52.48.1)	52.48.1
Bodenbeläge einschließlich textilen Bodenbelags, nicht textilen Bodenbelägen, Linoleum, Teppiche (52.48.1)	52.48.1
Anstrichmittel (52.46.2)	52.46.2
Blumen, Pflanzen, Saatgut einschließlich Baumschul-, Topf- und Beetpflanzen, Wurzelstöcke, Blumenerde, Blumentöpfe, Düngemittel, Zwiebeln und Knollen (52.49.1) mit Ausnahme von Schnittblumen und Blumenbindereierzeugnissen	52.49.1
Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte (52.49.9)	52.49.9
Campingartikel ohne Campingmöbel einschließlich Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte, Sport- und Freizeitboote (52.49.8)	52.49.8
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör	52.49.7
Kfz- und Kradzubehör (50.40.3)	50.40.3

5 Exkurs Umgang mit Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben

5.1 Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches

Einzelhandelsansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich abzulehnen, da vor allem bei Waren der Nahversorgung mit strukturschädigenden Auswirkungen auf die bestehenden Zentren und Standorte zu rechnen ist. Es muss daher seitens der Planung über das Baurecht vermieden werden, weitere Einzelhandelsflächen außerhalb der bestehenden Zentren zu schaffen.

- Keine Ausweisung neuer oder wesentliche Erweiterung bestehender Einkaufsstandorte an nicht integrierten Standorten
- Beschlussfassung im Gemeinderat zur Akzeptanz und Anwendung des Einzelhandelskonzeptes

5.2 Erweiterungsvorhaben bestehende Betriebe

Erweiterungsabsichten einzelner Betreiber an bestehenden Standorten sind grundsätzlich positiv zu prüfen. Bei nicht nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Waren ist eine Beschränkung oder Verweigerung grundsätzlich nicht notwendig, sofern eventuelle zentrenrelevante Randsortimente im städtebaulich verträglichen Rahmen bleiben. Handelt es sich um zentren- oder nahversorgungsrelevante Sortimente, so sind diese auf ihre Auswirkungen hinsichtlich der Beeinträchtigung der umliegenden Zentrenstrukturen zu prüfen.



5.3 Umgang mit Rand- und Nebensortimenten

Flächenerweiterungen in zentrenrelevanten Rand- oder Nebensortimenten sind in dezentralen Fachmarktstandorten restriktiv zu behandeln. An Standorten ohne Zentrenbezug sind sie auszuschließen. Maximal 10% der Gesamtverkaufsfläche sollten nicht überschritten werden.

5.4 Gewerbegebiete

Die Gemeinde Nohfelden sollte, damit die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes rechtlich wirksam werden können, alle ihre Bebauungspläne in Industrie- und Gewerbegebieten auf ihre Festsetzungen bezüglich des Einzelhandels prüfen und mit Hilfe der folgenden Formulierungsvorschläge den Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen in Industrie- und Gewerbegebieten sicherstellen.

Eine entsprechende textliche Formulierung für ein Gewerbegebiet könnte lauten:

- Im Geltungsbereich des Bebauungsplanes sind Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an letzte Verbraucher nicht zulässig, wenn das angebotene Kernsortiment ganz oder teilweise den in der Liste der zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimente festgesetzten Warengruppen entspricht.
- Zulässig sind die in der Liste der zentrenrelevanten Sortimente aufgeführten Sortimente nur, als einem bestimmten Kernsortiment sachlich zugeordneten und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordneten Nebensortiment. Ebenfalls zulässig sind die in der Liste der zentrenrelevanten Sortimente aufgeführten Sortimente als Kernsortimente bei Einzelhandelsbetrieben, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen sowie bei Handwerksbetrieben mit Verkaufsflächen für den Verkauf an letzte Verbraucher, wenn das angebotene Sortiment aus eigener Herstellung stammt.
- Die Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO bleiben von diesen Festsetzungen unberührt.

Eine differenzierende Einzelfallprüfung der jeweiligen Bestandssituation und die Formulierung entsprechend angepasster Festsetzungen ist für jeden der zu prüfenden Bebauungspläne erforderlich.

5.5 Sondergebiete

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen zulässiger Verkaufsflächen und genaue Sortimentsfestsetzungen erforderlich. Eine derartige Notwendigkeit ist derzeit in Nohfelden bei der Realisierung des perspektivischen Nahversorgungszentrums Neunkirchen/Nahe erforderlich.

6 Schlussbemerkung

Angesichts der durch die in den letzten beiden Jahren sich dynamisch entwickelnden Corona-Pandemie ergibt sich, aufgrund der bereits erkennbaren wirtschaftlichen Verwerfungen durch die Maßnahmen des Staates, eine gewisse Unsicherheit in Bezug auf die allgemeine zukünftige Entwicklung der Einzelhandelslandschaft in Deutschland.

Konkrete Aussagen zur künftigen Entwicklung des stationären oder auch Online-Handels können derzeit immer noch nicht seriös getroffen werden. Bezogen auf bestimmte Gemeinden sind seriöse Prognosen derzeit noch weniger möglich. Sicher ist, dass erhebliche Veränderungen in den Angebotsstrukturen und der Bedeutung von Vertriebswegen zukünftig zu erwarten sind.

Im Rahmen dieser Studie können diese Veränderungen noch nichtvollständig berücksichtigt werden. Es wäre sinnvoll, nach der Überwindung der Corona-Pandemie und wenn belastbare Daten vorliegen, die Datengrundlagen des Einzelhandelskonzeptes nochmals zu aktualisieren. In Bezug auf die derzeitigen konzeptionellen Aussagen, die insbesondere die Verbesserung der Nahversorgungssituation in Nohfelden betreffen, dürften keine maßgeblichen Anpassungen zu erwarten sein. Zum einen ist der Online-Anteil im Lebensmittelhandel sehr gering und zum anderen konnte der Lebensmittelhandel, trotz der Corona-Bedingungen, uneingeschränkt weiterarbeiten. Damit ist hier der Veränderungsdruck durch eventuelle Insolvenzen oder Umsatzverlagerungen der Umsätze von stationär zu online nicht außergewöhnlich hoch.



7 Anhang

7.1 Absatzformen - Definitionen

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 1.500 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 bei bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

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.

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 Kassenzone 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).

Marktgebiet/Einzugsbereich

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, absatzformengleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

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 5.850.- Euro und 7.400.- Euro pro Jahr. Davon zu unterscheiden ist die „allgemeine Kaufkraft“, die auch Ausgaben für Miete, Eigentum, Vorsorge, Ersparnis und andere, nicht einzelhandelsrelevante, Güter umfasst.

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.



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.

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 branchenüblicher distanzabhängiger Marktanteile (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).



7.2 Markt und Standort Warengruppensystematik 2022

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), Geschenkartikel

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, Bastelartikel

Bücher, Fachzeitschriften

Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen

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

Hefter, aber ohne Büromöbel)

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)

Schrauben, Kleineisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.

Tapeten, Wand- und Deckenbeläge

Bodenbeläge (Bahnenware, Fliesen, Kunststoff, Linoleum, ohne 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

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, Campingartikel)

Sport- und Freizeitboote (einschl. Motorsportboote und Jachten)

Die Ausarbeitung sowie die Entwurfsvorlagen fallen unter §2, Abs.2, sowie §31, Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen (auch auszugsweise), Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt. Sämtliche Rechte, vor allem Urheberrechte, verbleiben bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen.

Erlangen, den 08. März 2023

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH

Am Weichselgarten 26

91058 Erlangen

Norbert Lingen