



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung einer Lidl-Filiale in Schiffweiler, OT Landsweiler-Reden

AUFTRAGGEBER: Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG, St. Ingbert

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Niederlassungsleiterin

Köln, den 03.11.2023

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit bei Personenbezeichnungen die männliche Schriftform verwendet. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Foto Deckblatt: GMA-eigene Aufnahme 2022



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Telefon: 0221 / 989438-0
Telefax: 0221 / 989438-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Lidl-Vertriebs-GmbH & Co. KG, St. Ingbert erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zum Abriss und Neubau eines Lidl-Lebensmittelmarktes in Schiffweiler, OT Landsweiler-Reden. Mit der angestrebten Verkaufsfläche von ca. 1.540 m² für den Lidl-Markt liegt das Vorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Zur Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen soll ein Bebauungsplan für ein Sondergebiet (SO) aufgestellt werden. In diesem Zusammenhang sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Amtes Saarland sowie des Auftraggebers zur Verfügung. Zudem wurde von der GMA die projektrelevante Wettbewerbssituation in Schiffweiler und im Umland aktuell erfasst sowie eine intensive Besichtigung und Bewertung der wesentlichen Standortlagen im Untersuchungsraum durchgeführt.

Das vorliegende Gutachten wurde im Wesentlichen in 2022 bearbeitet, mit der Gemeinde Schiffweiler und der Landesplanung Saarland abgestimmt und mit Stand Dezember 2022 fertiggestellt. Die damalige Zielverkaufsfläche betrug 1.450 m². Da sich im Rahmen der weiteren Planungen die Verkaufsfläche nunmehr um ca. 90 m² vergrößert, wurde das Gutachten im November 2023 nochmals überarbeitet; eine erneute Vor-Ort-Erhebung des Wettbewerbs fand auftragsgemäß nicht statt. Auch die Rahmendaten auf Nachfrageseite (Einwohnerzahlen, Kaufkraft) wurden beibehalten.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität von sekundärstatistischen Daten, u. a. Landesamt für Statistik, MB Research, kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, 03. November 2023
KO / wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Definitionen und ausgewählte Marktdaten	6
3. Vorhabenbeschreibung	9
4. Rechts- und Planungsrahmen	10
II. Standortbeschreibung und -bewertung	13
1. Makrostandort Schiffweiler	13
2. Mikrostandort Kreisstraße	17
III. Projektrelevante Angebots- und Nachfragesituation	20
1. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand	20
1.1 Wettbewerbssituation in Schiffweiler	20
1.2 Angebots- und Wettbewerbssituation im angrenzenden Umland	21
2. Einzugsgebiet und Bevölkerung	21
3. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
IV. Beurteilung des Erweiterungsvorhabens	25
1. Methodischer Ansatz	25
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	25
3. Einordnung der ermittelten Flächenleistungen des erweiterten Lidl-Marktes	26
4. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen	27
5. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	28
6. Vereinbarkeit des Vorhabens mit der Landesplanung	29
7. Übereinstimmung des Vorhabens mit dem Einzelhandelskonzept Schiffweiler	32
V. Zusammenfassende Beurteilung	34
Verzeichnisse	37

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der Gemeinde Schiffweiler ist an der Kreisstraße ein Lidl Lebensmitteldiscounter ansässig, welcher nach Angaben des Auftraggebers von derzeit ca. 1.000 m² um rd. 540 m² auf 1.540 m² Verkaufsfläche erweitert werden soll. Hierzu soll das bisherige Marktgebäude abgerissen und auf dem gleichen Grundstück ein moderner Neubau errichtet werden.

Im Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Schiffweiler wird dem Standort eine wichtige Versorgungsfunktion für Landsweiler-Reden sowie die Ortsteile Heiligenwald und Schiffweiler bescheinigt, der möglichst erhalten und bei Bedarf auch weiterentwickelt werden soll. Hierfür ist gutachterlich die städtebauliche Verträglichkeit der Erweiterung nachzuweisen, insbesondere sind die potenziellen Auswirkungen auf die Nahversorgungszentren in Heiligenwald und Landsweiler-Reden zu überprüfen¹.

Die vorliegende Untersuchung hat somit die Aufgabe, die möglichen wettbewerblichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens in Schiffweiler sowie im Umland zu untersuchen. Insbesondere ist zu prüfen, welche Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben auf die Betriebe in Schiffweiler und im Umland ausgelöst werden und welche städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen hieraus ggf. resultieren.

Gegenstand der Prüfung bildet daher die Analyse der Auswirkungen der Erweiterung nach Abriss und Neubau gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche und auf die Nahversorgung in Schiffweiler und Umland. Darüber hinaus erfolgt eine Bewertung möglicher Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung. Die Untersuchung basiert somit auf den Regelungen des BauGB und der BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landesplanung Saarland.

Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- /// Darstellung der rechtlichen und planerischen Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben im Saarland
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Schiffweiler und des Mikrostandortes Kreisstraße
- /// Darstellung und Bewertung der wesentlichen Wettbewerber im Umfeld
- /// Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebiets sowie Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- /// Berechnung der Umsatzerwartung und -herkunft auf Grundlage des Marktanteilkonzeptes
- /// Analyse und Bewertung der möglichen wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens

¹ vgl. Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Schiffweiler 2020, S. 59 (im Folgenden „Einzelhandelskonzept Schiffweiler 2020“).

- / Überprüfung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Zielen des Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“ (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Städtebauliches Integrationsgebot, Beeinträchtigungsverbot).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Definitionen und ausgewählte Marktdaten

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen **Betriebstypen** unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.² Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden³.

Die Definitionen für **Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁴

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁵ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

² vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

³ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 366.

⁴ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 364.

⁵ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁶ führt.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Cash & Carry:

Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt in der Größenordnung von 1.500 – 2.000 m² Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 25.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.500 bis 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen. Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. Aktionswaren, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei Aktionswaren handelt es sich überwiegend, aber nicht ausschließlich, um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz

⁶ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Dem Lebensmitteleinzelhandel kommt eine besondere Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, an die interne Logistik sowie des demographischen Wandels die Flächeninanspruchnahme zunimmt. Im Discountsegment werden für Neubauten und Modernisierungen mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 1.000 – 1.500 m² seitens der Betreiber als marktgerecht angesehen.

Ebenso hat der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Waren der Gesundheit und Körperpflege, also den typischen nahversorgungsrelevanten Sortimenten, in den vergangenen Jahren eine Steigerung erfahren. 2020 wurde mit diesen Warenbereichen in Deutschland insgesamt ein Umsatz von 256,4 Mrd. € erzielt⁷. Den Anteil am Einzelhandelsumsatz insgesamt konnte der Lebensmitteleinzelhandel dabei in den vergangenen Jahren leicht steigern. Hierin kommt auch der zunehmende Wunsch der Kunden nach qualitativ volleren Lebensmitteln zum Ausdruck.

Ein weiterer Entwicklungstrend der Branche, der ebenfalls seit Jahren zu beobachten ist, ist die starke Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel. So schrumpft nach wie vor die Anzahl der Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, während andererseits die vier größten Unternehmen der Branche 85 % des Marktanteils auf sich vereinen⁸. Bei den Discountern scheint der lang anhaltende Wachstumstrend gebrochen. Seit 2012 hat die Zahl der Discounter tendenziell abgenommen, während sich die Zahl der Supermärkte noch leicht erhöht hat.⁹

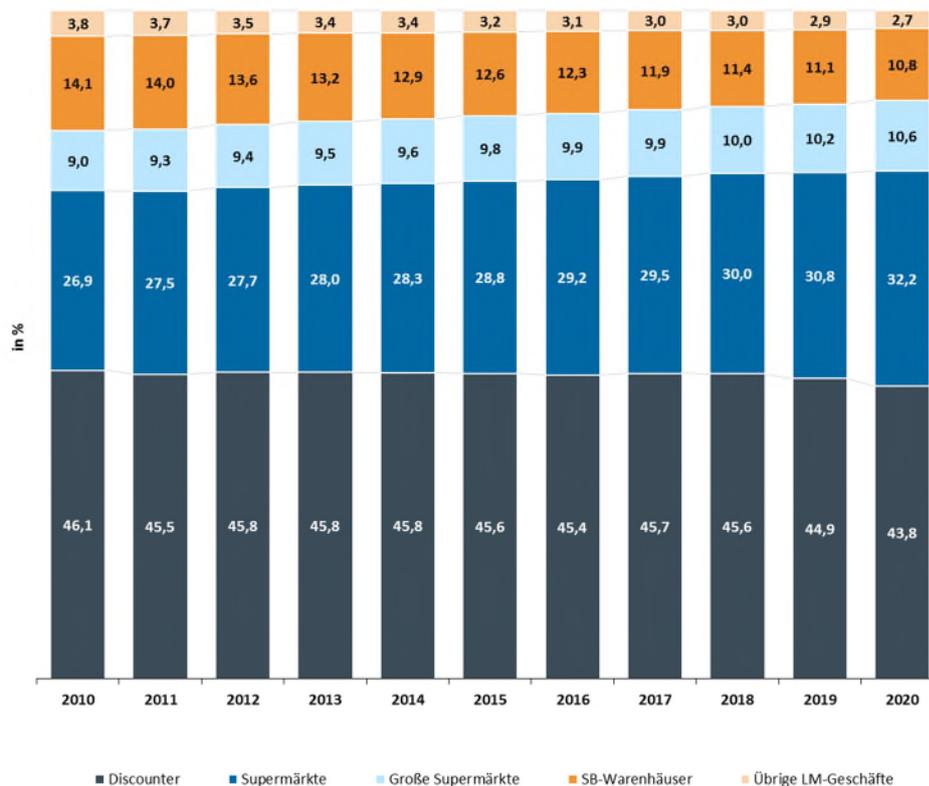
Gleichwohl konnte der Betriebstyp „Discounter“ in den vergangenen Jahren seine Marktposition am gesamten Lebensmitteleinzelhandel weiter behaupten (vgl. Abbildung 1).

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 61.

⁸ Quelle: Bundeskartellamt „Bundeskartellamt besorgt über Konzentration im Lebensmittelhandel“, Gespräch des Präsidenten des Bundeskartellamtes mit der dpa am 01.06.2013.

⁹ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 77.

Abbildung 1: Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Retail Institute 2021

3. Vorhabenbeschreibung

Die langjährig am Standort Landsweiler-Reden ansässige, mit 1.000 m² Verkaufsfläche bereits großflächige Lidl-Filiale soll im Rahmen eines Abriss / Neubaus auf insgesamt 1.450 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Hierzu wird das westlich an das aktuelle Marktgebäude angrenzende Grundstück hinzugezogen (vgl. Karte 3). In Landsweiler-Reden ist eine Lidl-Filiale der neuesten Filialgeneration (Typ „Basisfiliale“) geplant, die auf ein nachhaltiges Technologiekonzept sowie einen hohen Kundenkomfort setzt.

Die Basisfiliale zeichnet sich nach Angaben der Firma Lidl durch ansprechende Materialien und eine Glasfront aus, durch die viel Tageslicht in die Filiale fällt. Mit einer großzügigen Verkaufsfläche wird die Warenpräsentation optimiert und Raum für breite Gänge geschaffen, die sich positiv auf das Raumgefühl und die Orientierung in der Filiale auswirken. Dadurch entsteht eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Bei Neubauten wird auf energieeffiziente, nachhaltige Bauweise besonderer Wert gelegt. Hinzu kommt i. d. R ein vorgelagerter, ebenerdiger Parkplatz.¹⁰ Unmittelbare Sortimentserweiterungen gegenüber kleineren Lidl-Filialen sind mit dem neuen Filialtyp jedoch nicht verbunden. Der geplante Lidl-Markt in Schiffweiler wird ein betriebsarttypisches Sortimentsspektrum offerieren, das sich nicht von anderen Lidl-Filialen in der Region unterscheidet.

¹⁰ Andere Typen sind „Metropolfilialen“ (in hochverdichteten Stadtteilen, meist mit großzügiger Parkierungsfläche im Erdgeschoss) oder „Innenstadtfilialen“ (etwa als Funktionsunterlagerung von historischen Gebäuden in Innenstadtlagen). Quelle: <https://unternehmen.lidl.de/newsroom/immobilien>

Lidl-Märkte sind Filialbetriebe mit bundesweit einheitlichem Auftritt. Die Gründe für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz liegen in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch bei dem geplanten Markt in Schiffweiler wird es sich also um eine für Lidl typische Filiale handeln. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort vom Kunden nur aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Filialen von Lidl.

Das spezielle **Betriebskonzept** von Lidl ist wie folgt zu skizzieren:

- 
 Lebensmitteldiscounter, konzentriert auf umschlagstarke Artikel bei konsequenter Niedrigpreisstrategie
- 
 begrenztes Sortimentsspektrum (rd. 3.800 Artikel); ganz überwiegend Lebensmittel, darunter auch loses Obst und Gemüse, Frischbackwaren (eigene Backstationen in den Filialen), zunehmende Zahl an Fairtrade- und Bio-Lebensmitteln; weitere nahversorgungsrelevante Artikel (Drogeriewaren, Pflegeartikel / Kosmetik, Reinigungs- und Waschmittel sowie Heimtiernahrung und Zeitschriften) im ständigen Sortiment
- 
 wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus den Bereichen Lebensmittel (z. B. Länderküche, saisonale Artikel) und Nonfood II (z. B. Textilien, Haushaltswaren, Gartenbedarf / Blumen, Bau- und Heimwerkerbedarf, Schreib- und Spielwaren)
- 
 Onlineshop (u. a. Fotoentwicklung, Reisen, Mobiltelefonie, Aktionswaren-Abverkauf)
- 
 Sowohl Eigenmarken und No-Name-Produkte (z. B. beilosem Obst und Gemüse), aber auch Markenprodukte.

4. Rechts- und Planungsrahmen

Da das Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** in der aktuellen Fassung zur Bewertung des Vorhabens heranzuziehen:¹¹

- „1. *Einkaufszentren,*
 2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
 3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der*

¹¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die Vorgaben der Landesplanung zu berücksichtigen. Die Saarländische Landesregierung hat im Juli 2006 den **Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“** erlassen. Die Verordnung geht in Abschnitt 2.5.2 ausführlich auf die Ziele und Grundsätze für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ein. Die für die vorliegende Untersuchung relevanten Ziele und Grundsätze lauten wie folgt:¹²

G 41 *Zur bedarfsgerechten, verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung soll in allen Landesteilen ein auf den jeweiligen Versorgungsauftrag des Ober-, Mittel- oder Grundzentrums ausgerichtetes Spektrum von Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen unterschiedlicher Größe und Angebotsformen sichergestellt werden. Die Standortgemeinden sollen dazu im Rahmen der Bauleitplanung an städtebaulich geeigneten Standorten in den zentralen Orten Flächenvorsorge für großflächige Einzelhandelseinrichtungen treffen.*

Z 41 *In nicht-zentralen Gemeindeteilen („Nahbereich“) ist die Versorgung der Bevölkerung auf die wohnortnahe Grundversorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs auszurichten.*

Z 42 *Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Grundzentren zulässig (**Konzentrationsgebot**). In Ausnahmefällen sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen auch in nicht-zentralen Gemeindeteilen zulässig, wenn*

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

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

Z 44 *Großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen sich bezüglich Größenordnung und Warensortiment funktional in die vorgegebene zentralörtliche Versorgungsstruktur einfügen. Der Einzugsbereich der entsprechenden Einzelhandelseinrichtung darf den Verflechtungsbereich des betreffenden*

¹² Quelle: Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“ vom 1. Juli 2006.

zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten (**Kongruenzgebot**). Dies ist vom Planungsträger entsprechend nachzuweisen.

- Z 45** Neuansiedlungen, Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen großflächiger Einzelhandelseinrichtungen dürfen das Zentrale-Orte-Gefüge des Landes sowie die Funktionsfähigkeit des jeweiligen zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereiches des zentralen Ortes (Standortgemeinde) sowie der benachbarten zentralen Orte (Nachbargemeinden) nicht beeinträchtigen (**Beeinträchtungsverbot**). Dies gilt insbesondere für solche Standortgemeinden, in denen der Erfolg von städtebaulichen Maßnahmen zur funktionalen Stärkung oder Stabilisierung von Stadt- und Ortskernen in Frage gestellt wird, z. B. bei städtebaulichen Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen.
- Z 46** Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereich (integrierter Standort) des jeweiligen zentralen Ortes innerhalb des Siedlungszusammenhangs zu errichten (**städtebauliches Integrationsgebot**). Im Oberzentrum sowie in den Mittelzentren sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen auch in den Nebenzentren zulässig, sofern sie bezüglich Größenordnung, Warensortiment und Einzugsbereich dem Versorgungsbereich des Nebenzentrums angemessen sind und an einem städtebaulich integrierten Standort errichtet werden.
- G 48** Standorte für großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen grundsätzlich in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden werden.
- Z 49** Die planenden Standortgemeinden haben im Sinne der § 2 Abs. 2 BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB die übergemeindliche Abstimmung von Planung und Ansiedlung, Erweiterung oder Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sicherzustellen (**interkommunales Abstimmungsgebot**).“

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Schiffweiler

Landsweiler-Reden ist ein Ortsteil der saarländischen Gemeinde Schiffweiler, die sich im Landkreis Neunkirchen befindet. Die Gemeinde grenzt im Osten an die Stadt Neunkirchen, im Norden / Nordwesten an die Gemeinden Ottweiler und Illingen und im Westen an die Gemeinde Merchweiler. Südlich schließt Schiffweiler an die Stadt Friedrichsthal an. Laut Landesentwicklungsplan Siedlung des Saarlandes (2006) wird die Gemeinde Schiffweiler als Grundzentrum ausgewiesen, zentraler Ortsteil ist Schiffweiler.

Die Gemeinde Schiffweiler hat **vier Ortsteile**: Heiligenwald, Landsweiler-Reden, Schiffweiler und Stennweiler. Nach Auskunft der Gemeindeverwaltung leben in der **Gemeinde Schiffweiler insgesamt** derzeit rund **15.902 Einwohner**. Die meisten Einwohner leben im gleichnamigen Ortsteil (5.151 Einwohner), gefolgt von Heiligenwald (4.517 Einwohner) und Landsweiler-Reden (4.141 Einwohner), während in Stennweiler mit 2.093 Einwohnern die wenigsten Personen wohnen¹³.

Die Gemeinde erstreckt sich über ein **weitläufiges Gebiet von ca. 21,4 km²**; die Einwohnerdichte liegt somit bei ca. 743 EW / km².¹⁴ Die Siedlungskörper der einzelnen Ortsteile gehen fließend ineinander über, lediglich Stennweiler liegt deutlich abgesetzt vom Rest der Gemeinde im nördlichen Gemarkungsgebiet. Da die Gemeinde zudem von einer sehr bewegten Topografie geprägt ist, hat sich kein dominierender Ortsteil herausgebildet, auch wenn der Ortsteil Schiffweiler mit dem Sitz der Gemeindeverwaltung als zentraler Ortsteil im LEP Siedlung eingeordnet ist. Dies spiegelt sich auch in den Einwohnerzahlen der drei größeren Ortsteile wider, ebenso in der Wirtschaftsstruktur. So sind z. B. wesentliche Gewerbegebiete im Süden der Gemeinde den Ortsteilen Landsweiler-Reden und Heiligenwald zuzuordnen. Die Bahnlinie und die parallel dazu verlaufende Kreisstraße im Tal des Klinkenbachs / des Sinnerbachs bilden wesentliche Verkehrsträger.

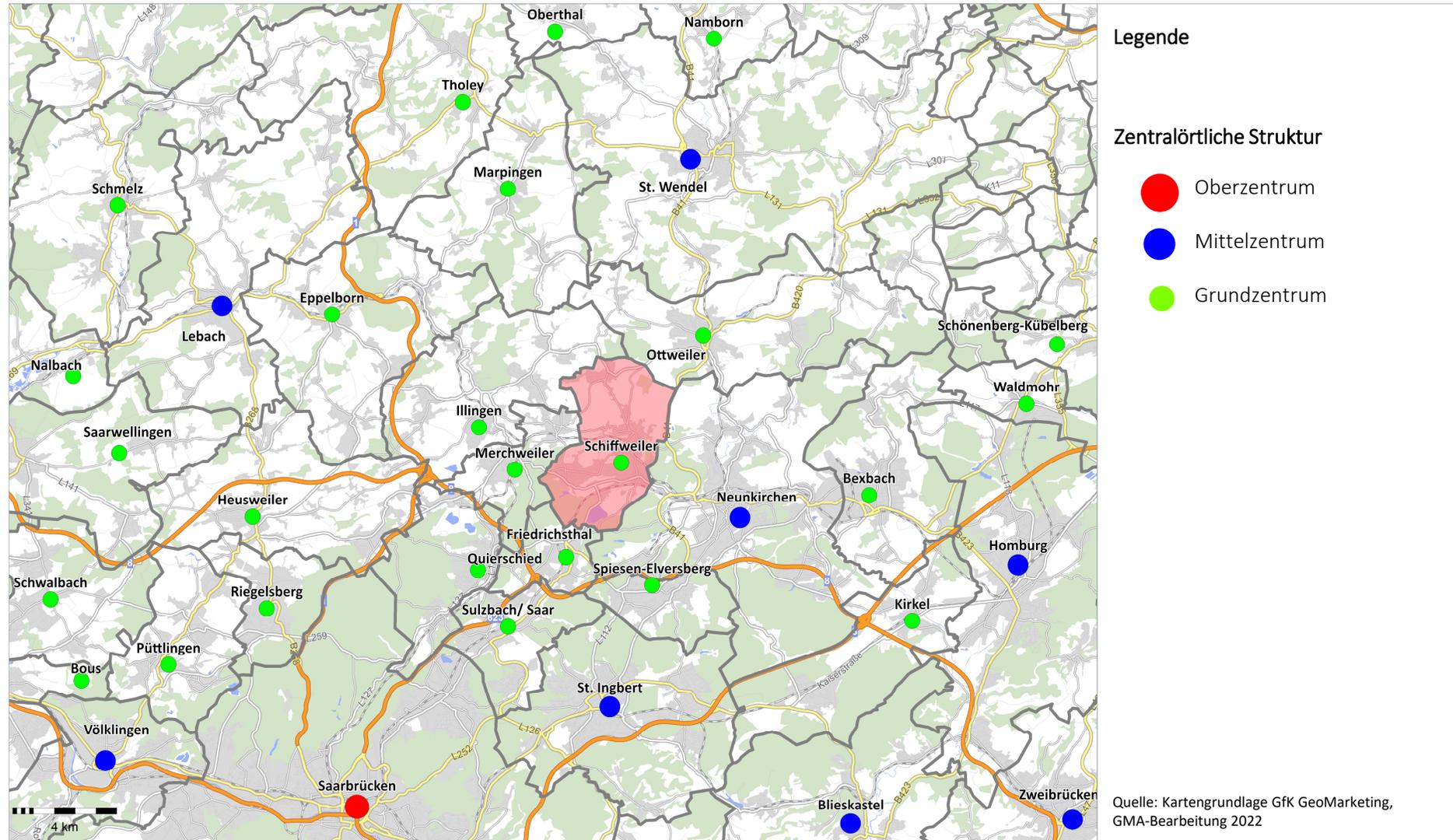
Während der Landkreis Neunkirchen im vergangenen Jahrzehnt (2011 – 2021) insgesamt eine Bevölkerungsabnahme von -3,5 % verzeichnete, sank die Bevölkerung in der Gemeinde Schiffweiler lediglich um ca. 0,6 %. Für die kommenden Jahre ist von einer stabilen bis leicht sinkenden **Einwohnerentwicklung** auszugehen.

Die **überregionale verkehrliche Erreichbarkeit** der Gemeinde Schiffweiler wird im Wesentlichen über die B 41 in Nord-Süd-Richtung gewährleistet, die das Gemeindegebiet im Osten tangiert. Über diese Bundesstraße erfolgt auch die Anbindung an die Bundesautobahn A 8. Verschiedene Landesstraßen verbinden die Ortsteile von Schiffweiler miteinander und mit verschiedenen Nachbarkommunen. Im **ÖPNV** ist Schiffweiler über verschiedene Buslinien an die umliegenden Gemeinden angebunden. Darüber hinaus gibt es in Schiffweiler einen Bahnhof, an dem stündlich die RB74 Richtung Homburg (Saar), bzw. Illingen (Saar) und die RB 76 ebenfalls Richtung Homburg (Saar) und Saarbrücken verkehren. Landsweiler-Reden hat einen Bahnhof, an dem die Nahetalbahn halbstündlich nach Neubrücke oder St. Wendel und Saarbrücken fährt.

¹³ Quelle: Gemeinde Schiffweiler, Stand: 12.07.2022

¹⁴ GMA-Berechnung auf Basis Gemeinde Schiffweiler (Einwohnerdaten) und Statistik Saarland (Gebiet)

Karte 1: Lage der Gemeinde Schiffweiler und zentralörtliche Struktur in der Region



Zum 30.06.2021 waren in Schiffweiler ca. 2.670 **sozialversicherungspflichtige Beschäftigte** am Arbeitsort registriert. Mit rd. 5.465 Auspendlern gegenüber 1.928 Einpendlern weist die Gemeinde einen **negativen Pendlersaldo** (rd. - 3.537) auf.¹⁵ Der größte Arbeitgeber der Gemeinde war bis zum Stilllegen zweier Steinkohlebergwerke, eines davon in Landsweiler-Reden (Grube Reden), der Bergbau. Seitdem ist Schiffweiler primär ein Wohnstandort. Auf dem ehemaligen Bergwerk-Gelände in Reden wurden mittlerweile Freizeit- und Kultureinrichtungen etabliert, mit Wassergärten, dem Gondwana-Prähistorium und einer Ausstellung zum Bergbau im Saarland.

Die **Siedlungsstrukturen** von Schiffweiler sind stark durch **eine bewegte Topografie geprägt**, die den fußläufigen Einkauf erschwert. Entsprechend der Einwohnerzahlen und der grundzentralen Versorgungsfunktion der Gemeinde werden die **Einzelhandelsstrukturen** in Schiffweiler vorwiegend vom **Lebensmitteleinzelhandel** geprägt und verteilen sich über die verschiedenen Ortsteile. Als wesentliche Lebensmittelanbieter sind neben dem Erweiterungsobjekt Lidl im Ortsteil Landsweiler-Reden noch der Supermarkt Rewe und ein Aldi-Lebensmitteldiscounter im Gewerbegebiet an der Bahnhofstraße / Im Bergwerk Reden zu nennen. In den Ortskernen von Heiligenwald und Schiffweiler ist jeweils ein Netto-Lebensmitteldiscounter ansässig. Als zweiter Supermarkt (Vollsortimenter) ist ein neuer Edeka-Hartmann-Markt im Norden von Schiffweiler an der Stennweilerstraße anzusprechen, der v. a. die Ortsteile Schiffweiler und Stennweiler versorgt, als moderner Vollsortimenter und größter Anbieter im Gemeindegebiet aber auch von Kunden aus Landsweiler-Reden und Heiligenwald angefahren wird.

Im **Einzelhandelskonzept** für die Gemeinde Schiffweiler 2020¹⁶ wurden drei zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen (vgl. Karte 2):

-  der zentrale Versorgungsbereiche in Schiffweiler (mit Netto als Magnetbetrieb)
-  das Nahversorgungszentrum im Ortsteil Heiligenwald (mit Netto als Magnetbetrieb)
-  das Nahversorgungszentrum im Ortsteil Landsweiler-Reden (mit Rewe als Magnetbetrieb).

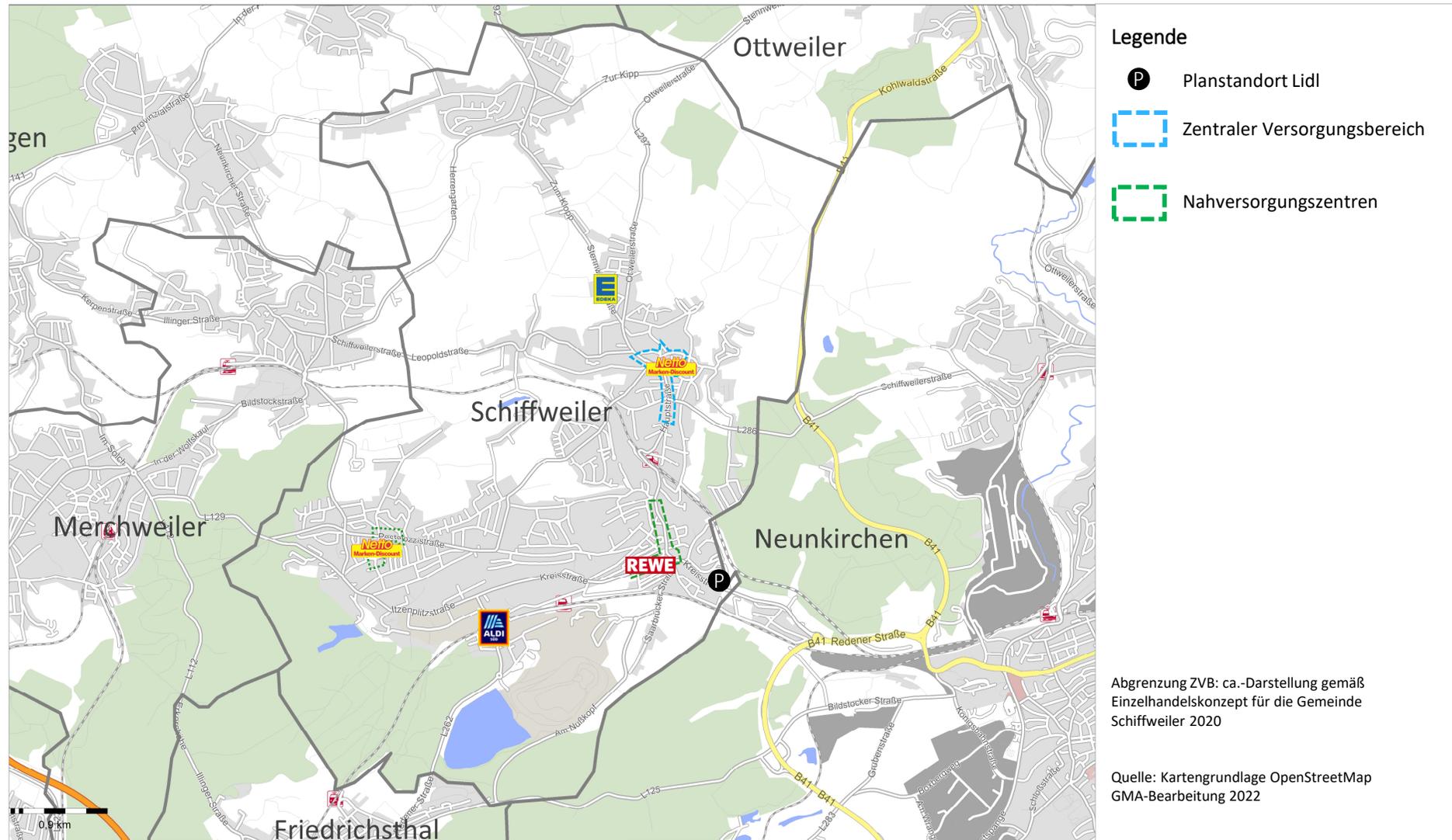
Alle zentralen Versorgungsbereiche zeichnen sich durch enge bauliche Strukturen entlang der Hauptverkehrsstraßen aus; ebenso durch teilweise starke topografische Unterschiede. Entwicklungsstandorte für Neuansiedlungen in größerem Umfang liegen in keinem zentralen Versorgungsbereich vor. Ergänzungen sind nur durch kleinteilige Nutzungsänderungen möglich. Daher wird sich die Entwicklung der Zentren in Schiffweiler auch in den kommenden Jahren im Wesentlichen auf den Bestand beziehen.

Weitere wesentliche Einzelhandelslagen, z. B. Sonderstandorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel, werden im Einzelhandelskonzept nicht definiert; die Versorgungsstrukturen sind entsprechend den Siedlungsstrukturen räumlich sehr weit verteilt. Eine überörtliche Anziehungskraft strahlen die zentralen Versorgungsbereiche nicht aus; auch das Hauptzentrum Schiffweiler dürfte maximal eine gesamtgemeindliche Versorgungsbedeutung erreichen.

¹⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30. Juni 2021.

¹⁶ Markt- und Standortberatungsgesellschaft mbH, Erlangen: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Schiffweiler, September 2020. Im Folgenden kurz als „Einzelhandelskonzept 2020“ bezeichnet.

Karte 2: Einzelhandelsstrukturen in Schiffweiler



2. Mikrostandort Kreisstraße

Das Planareal befindet sich an der Kreisstraße als Einfallstraße aus Richtung Neunkirchen und wird von der Sinnerthalstraße im Norden und Westen sowie der Wingerathstraße im Osten begrenzt. Im Norden und Westen grenzen Wohnnutzungen an, hier ist auf das Wohnquartier nördlich der Sinnerthalstraße hinzuweisen, von dem aus der Lidl-Markt fußläufig unmittelbar erreichbar ist. Auf der südlich gegenüberliegenden Fläche der Kreisstraße sind gewerbliche Nutzungen ansässig, hier ist insbesondere die Immobilie eines Autohauses prägend für den Ortseingangsbereich. Direkt westlich der Straße im Geisbrunnen erstrecken sich weitere Wohnquartiere von Landsweiler-Reden, die über einen Fußweg über den Sinnerbach vom Projektstandort fußläufig gut erreichbar sind. Insgesamt ist der Standort auch für Fußgänger gut angebunden. Dazu tragen auch die entlang der Kreisstraße verlaufenden Bürgersteige bei, die eine sichere Erreichbarkeit aus der Ortsmitte von Landsweiler-Reden und aus den dortigen Wohnquartieren gewährleisten. Er kann also für die östlichen Wohnquartiere des Ortsteils Landsweiler-Reden die fußläufige Nahversorgung übernehmen. In einem Gehwegradius von ca. 15 Minuten um den Lidl-Markt, was ca. 1.000 m entspricht, leben derzeit ca. 2.040 Einwohner¹⁷.

Die nächstgelegene ÖPNV-Anbindung ist mit der Bushaltestelle „Buchenkopf“ in unmittelbarer Nähe zum Lidl-Markt zu nennen. Die Distanz vom Markteingang bis zur Bushaltestelle beträgt ca. 140 m.



Sicht auf das Marktgebäude



Zufahrt in der Wingerathstraße und Blick auf Wohnquartier nördlich des Lidl-Marktes

Die Sichtbarkeit des Standortes ist von der Kreisstraße aus gegeben. Die Stellplatzanlage ist als ausreichend groß einzustufen. Vor dem Hintergrund der guten verkehrlichen Anbindung sowohl für ÖPNV, MIV als auch zu Fuß lassen sich für den Lidl-Markt gute Standortrahmenbedingungen attestieren.

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Planobjektes.

¹⁷ Quelle: panadress geomarkets 2021

Positive Standortfaktoren:

- + langjährig etablierter Versorgungsstandort in siedlungsräumlicher Integration mit direktem Anschluss an Wohnbebauung im Norden, Westen und Südwesten
- + gute Grundstückseigenschaften / exponierte Lage, ausreichende Flächengröße für einen modernen Lidl-Neubau inkl. erforderlicher Stellplatzzahl
- + gute verkehrliche Erschließung (Standort liegt direkt an der Kreisstraße, die als Haupterschließungsstraße in Landsweiler-Reden dient und die Anbindung an Neunkirchen sowie die B 41 gewährleistet)
- + gute ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle „Buchenkopf“) in fußläufiger Nähe.

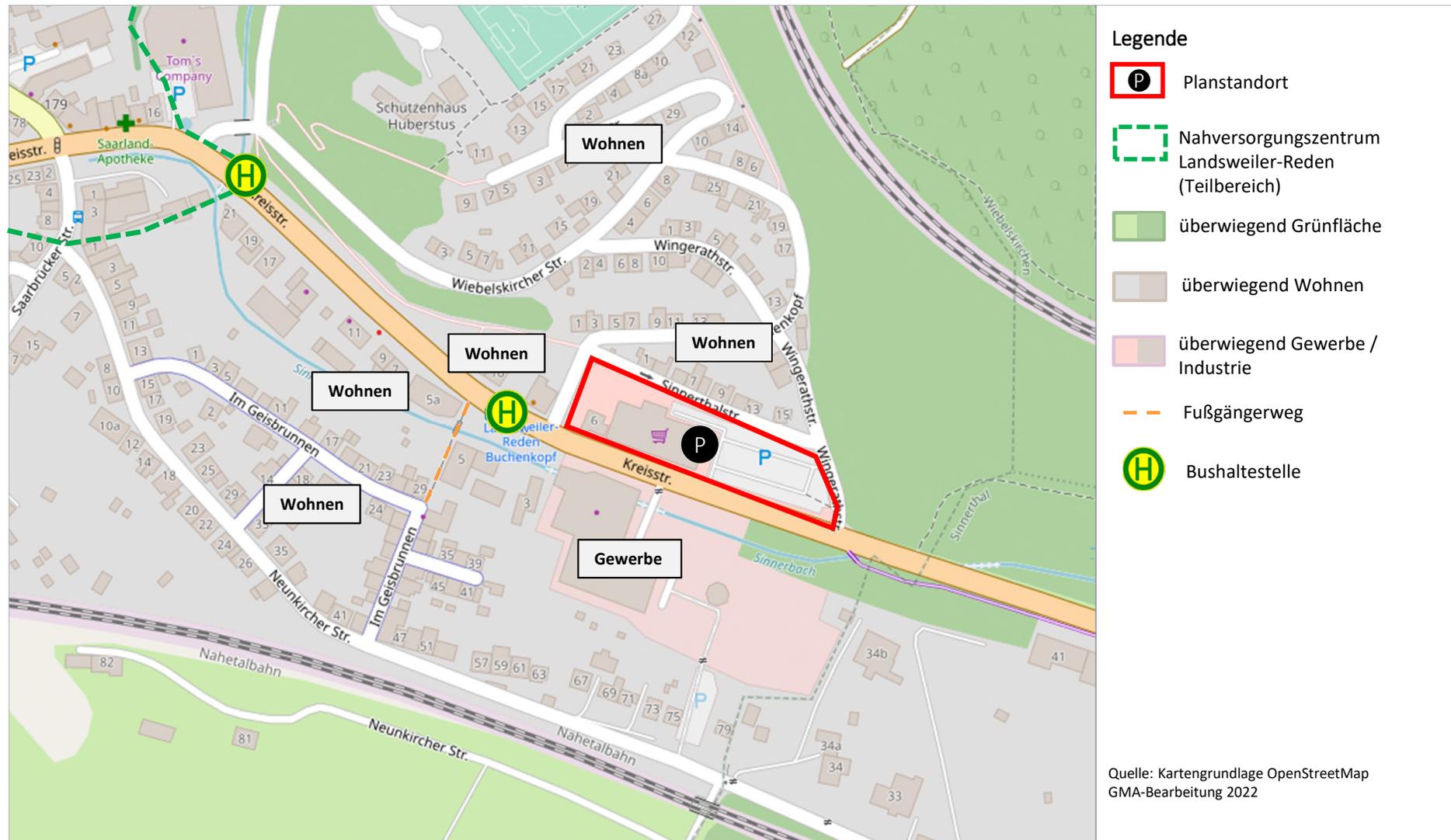
Negative Standortfaktoren:

- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs.

Aus **betrieblicher Sicht** ist der Projektstandort gut für die Erweiterung des Lebensmittelmarktes geeignet. Hierbei ist v. a. die gute verkehrliche Anbindung des Standortes für MIV, ÖPNV und Fußgänger als positiv zu bewerten. Darüber hinaus handelt es sich um einen bereits langjährig am Markt etablierten Einzelhandelsstandort mit ausreichender Größe für ein modernes Marktgebäude und eine angemessene Zahl an ebenerdigen Stellplätzen.

Aus **städtebaulicher Sicht** ist festzuhalten, dass es sich bei dem Erweiterungsstandort um einen städtebaulich und siedlungsräumlich integrierten Standort mit unmittelbarem Wohngebietsanschluss handelt, der auch eine fußläufige Versorgungsfunktion für Teile der Bevölkerung von Landsweiler-Reden übernimmt. In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass es in den zentralen Versorgungsbereichen von Schiffweiler, insbesondere im Nahversorgungszentrum Landsweiler-Reden, aufgrund der Kleinteiligkeit der Baustrukturen keine Flächen zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes gibt (vgl. Kapitel IV, 5 sowie auch Einzelhandelskonzept Schiffweiler 2020, S. 47).

Karte 3: Mikrostandort Lidl Kreisstraße



III. Projektrelevante Angebots- und Nachfragesituation

1. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand

Zur Bewertung der Angebotssituation wurde im Mai 2022 eine Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandelsbestandes im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Schiffweiler sowie im Umland durchgeführt. Als Hauptwettbewerber gegenüber dem Lidl-Markt sind aufgrund der Flächengröße, des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung insbesondere andere Lebensmitteldiscounter, aber auch Supermärkte und SB-Warenhäuser einzustufen.

1.1 Wettbewerbssituation in Schiffweiler

Die Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in Schiffweiler werden im Wesentlichen durch die in der nachfolgenden Tabelle 1 dargestellten Filialunternehmen geprägt. Diese verteilen sich gut über die einzelnen Ortsteile der Gemeinde und decken somit weite Teile des Gemeindegebietes ab (vgl. auch Karte 2). Lediglich im Ortsteil Stenweiler ist kein Lebensmittelmarkt ansässig.

Über die Tabelle 1 dargestellten Hauptanbieter hinaus sind in Schiffweiler einige kleinteilige Getränkemarkte mit Verkaufsflächen zwischen ca. 100 und 200 m² zu nennen, so u. a. Getränke-Oase im Gewerbepark Klinkenthal und der Anbieter Adams in der Hauptstraße in Schiffweiler. Ferner ergänzen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) die Nahversorgungsstrukturen im Gemeindegebiet.

Tabelle 1: Wesentliche Wettbewerber in Schiffweiler

Stadtteil	Straße	Anbieter	VK-Größenklasse in m ²	Lage
Landsweiler-Reden	Kreisstraße	Rewe Scholer	800 – 1.500	ZVB Nahversorgungszentrum
	Am Bergwerk Reden	Aldi Süd	800 – 1.500	nicht integriert; Standortagglomeration mit KiK-Textildiscount
Schiffweiler	Auf der Brück	Netto	800 – 1.500	ZVB Hauptzentrum
	Stenweilerstraße	Edeka Hartmann	1.500 – 2.000	nicht integriert
Heiligenwald	Schulstraße	Netto	400 - 800	ZVB Nahversorgungszentrum

Quelle: GMA-Erhebung 2022

Insgesamt nehmen die hier dargestellten wesentlichen Lebensmittelmärkte in Schiffweiler eine Verkaufsfläche von ca. 5.500 m² ein (ohne Lidl, inkl. Edeka Hartmann) und erwirtschaften einen Umsatz mit Lebensmitteln von ca. 22 – 23 Mio. €. ¹⁸

¹⁸ Hauptwettbewerber ohne Lidl und Getränkeanbieter / Lebensmittelhandwerk inkl. Edeka Hartmann; bereinigte Umsatzleistung (ohne Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte).

1.2 Angebots- und Wettbewerbssituation im angrenzenden Umland

Wie die nachfolgende Karte 4 aufzeigt, weisen die Städte und Gemeinden im Umland von Schiffweiler jeweils z. T. umfangreiche Nahversorgungsstrukturen auf.

So ist insbesondere im östlich angrenzenden **Mittelzentrum Neunkirchen** neben einer Reihe von Discountern auf das große Globus SB-Warenhaus am Standort Margrethe-Bacher-Straße hinzuweisen, welches erst im März 2022 eröffnet hat und stark nach Schiffweiler ausstrahlt. Darüber hinaus ist Lidl selbst 3 x in Neunkirchen vertreten, ebenso wie Aldi (2 x), Netto (2 x) und die Discounter Penny sowie Norma. Bei Supermärkten ist auf Rewe und Wasgau hinzuweisen.

Auch die umliegenden Gemeinden **Ottweiler** (u. a. Edeka, Aldi, Penny), **Illingen** (u. a. 2 x Rewe, Lidl, Aldi), **Merchweiler** (2 x Rewe, Wasgau, Lidl, Aldi) und **Friedrichsthal** (Lidl, Edeka) weisen eigenständige Nahversorgungsstrukturen auf. Insbesondere der Anbieter Lidl selbst ist mit Ausnahme von Ottweiler in jeder Nachbarstadt von Schiffweiler vertreten.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die umliegenden Kommunen von Schiffweiler über umfassende Nahversorgungsstrukturen mit jeweils mehreren Lebensmittelmärkten verfügen. Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland an den Standort Lidl in Landsweiler-Reden sind somit nur in geringem Umfang zu erwarten und beziehen sich vor allem auf die Bewohner des westlichen Neunkirchener Stadtteils Sinnerthal (siehe auch nachfolgendes Kapitel 2).

2. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Das erschließbare Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzial für einen Einzelhandelsstandort stellt einen wesentlichen Faktor für die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben dar. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden insbesondere folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// Ausstrahlung des Vorhabens aufgrund der Lage, der Dimensionierung und der Konzeption
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (vgl. Kapitel III., 1. und Karte 4)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- /// topografische und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).¹⁹

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich das projektrelevante Einzugsgebiet wie folgt abgrenzen und zonieren:

¹⁹ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, sodass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Tabelle 2: Projektrelevantes Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Lidl-Marktes

Zone	Stadtbereich	Einwohner	Einwohner (Anteil in %)
Ia	Landsweiler-Reden	4.140	25
Ib	Neunkirchen-Sinnerthal	520	3
II	restliches Gemeindegebiet Schiffweiler	11.760	72
I-II	Einzugsgebiet insgesamt	16.420	100,0

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

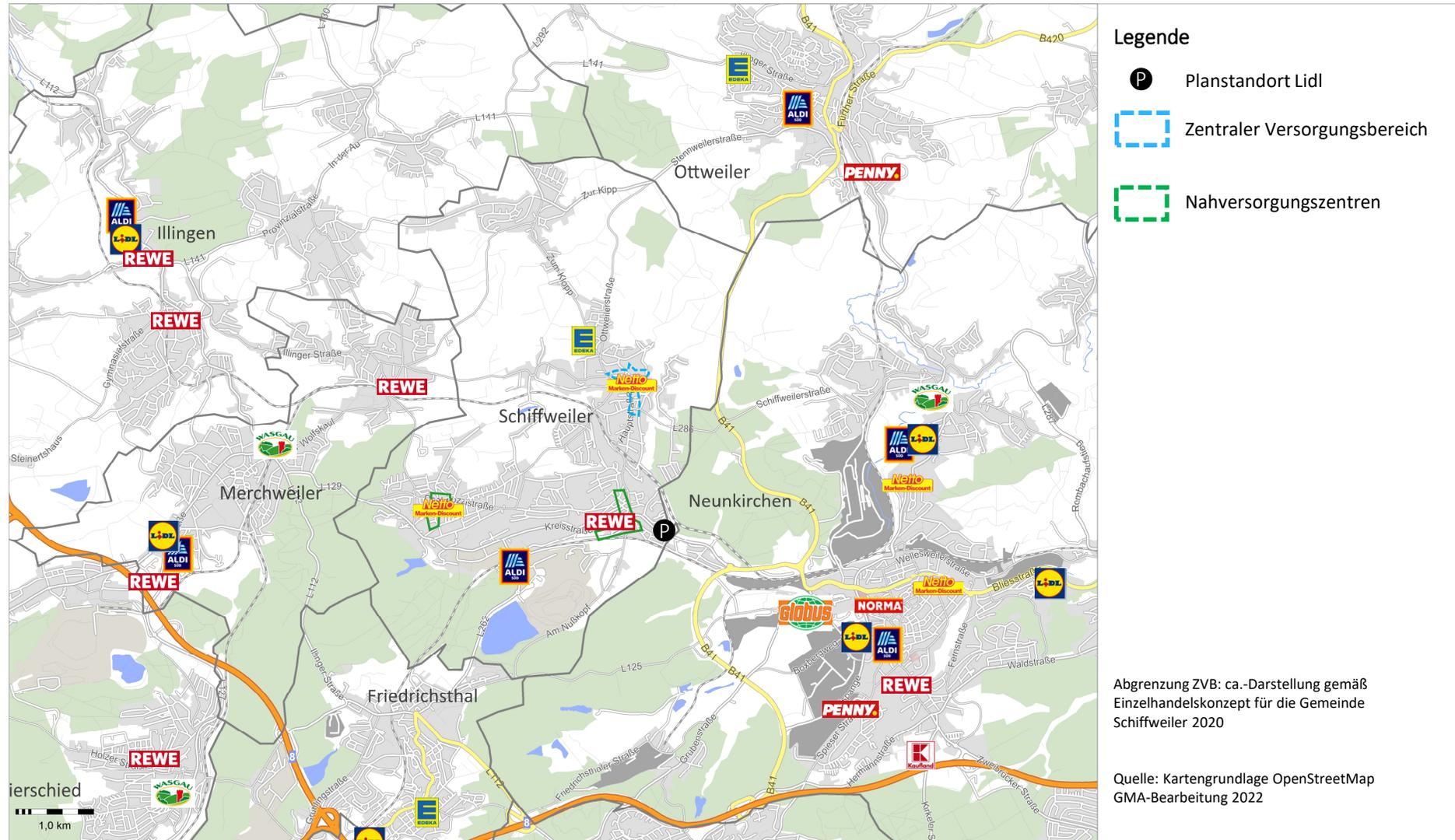
Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. 16.420 Einwohner, davon ca. 97 % in Schiffweiler und 3 % im westlichen Neunkirchener Stadtteil Sinnerthal.²⁰

Als Einzugsgebiet werden das Stadtgebiet von Schiffweiler sowie der Stadtteil Sinnerthal im westlichen Stadtgebiet von Neunkirchen definiert. Dabei wird zwischen Zone Ia (Landsweiler-Reden) und Zone Ib (Neunkirchen-Sinnerthal) unterschieden. Sinnerthal grenzt direkt östlich an Landsweiler-Reden an und ist durch die B 41 vom Siedlungsgebiet von Neunkirchen deutlich getrennt. Dieser Bereich weist bereits heute eine klare Tendenz zum Planstandort als nächstgelegenen Lebensmittelmarkt auf und wird daher der Zone I zugeordnet, wobei die Differenzierung in Zone Ia und Ib nur der Unterscheidung der beiden Kommunen dient. Die restlichen Stadtteile von Schiffweiler liegen zum Teil bereits in deutlicher Distanz zum Projektstandort und weisen – mit Ausnahme von Stennweiler – eigene Lebensmittelmärkte auf. Hier ist bereits eine klare Mehrfachorientierung an unterschiedliche Lebensmittelstandorte festzuhalten, weshalb diese Stadtteile der Zone II zugeordnet werden.

Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist aufgrund der Wettbewerbssituation im Umland sowie der räumlichen Strukturen nicht anzunehmen. Dennoch ist davon auszugehen, dass das Vorhaben einen gewissen Anteil seines Umsatzes mit Kunden außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes erwirtschaften wird (z. B. Berufspendler), diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze einbezogen.

²⁰ Quelle Einwohnerzahlen: Gemeinde Schiffweiler, Stadt Neunkirchen, 2022 nur Hauptwohnsitze.

Karte 4: Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in Schiffweiler und Umland



3. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in den alten Bundesländern pro Kopf der Wohnbevölkerung **ca. € 6.370**. Für Nahrungs- und Genussmittel sind davon jährlich rund € 2.445 anzusetzen.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die regionalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen²¹. Für die Gemeinde Schiffweiler liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 92,6, für die Stadt Neunkirchen bei 86,0, d.h. die Kommunen liegen 7,4 % bzw. 14 % unter dem Bundesdurchschnitt 100,0.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren errechnet sich für das Einzugsgebiet des Vorhabens ein Kaufkraftpotenzial im **Nahrungs- und Genussmittelbereich** auf **ca. 37,1 Mio. €**. Davon entfallen auf Zone I rd. 10,5 Mio. € und auf Zone II rd. 26,6 Mio. €.

Tabelle 3: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des Lidl-Marktes

Zone	Stadtbereich	Kaufkraft Food in Mio. €
Ia	Landsweiler-Reden	9,4
Ib	Neunkirchen-Sinnerthal	1,1
II	restliches Gemeindeggebiet Schiffweiler	26,6
I-II	Einzugsgebiet insgesamt	37,1

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

²¹ Quelle: MB Research, Nürnberg. MB Research errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf Grundlage der Steuerstatistik.

IV. Beurteilung des Erweiterungsvorhabens

1. Methodischer Ansatz

Die zu erwartenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- /** Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- /** Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen sind zunächst die durch die Erweiterung des Lidl-Marktes ausgelösten Kaufkraftbewegungen zu ermitteln.

Für die Prognose der zu erwartenden Umsatzleistung des erweiterten Marktes wird das Marktanteilkonzept zugrunde gelegt (vgl. hierzu Tabelle 4), das von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes des Untersuchungsobjektes mit dem für das Einzugsgebiet errechneten Nachfragevolumen ausgeht.

Tabelle 4: Umsatz und Marktanteile des Vorhabens (Lidl mit ca. 1.540 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-Herkunft in %
Zone Ia	9,4	23 – 24	2,2	0,5 – 0,6	2,7 – 2,8	32
Zone Ib	1,1	23 – 24	0,2 – 0,3	< 0,1	0,3	4
Zone II	26,6	14 – 15	3,8	0,9 – 1,0	4,7 – 4,8	54
Einzugsgebiet	37,1	16 - 17	6,2 – 6,3	1,5 – 1,6	7,8	90
Streuumsatz (ca. 10 %)			0,7	0,1 – 0,2	0,9	10
Insgesamt			6,9 – 7,0	1,7 – 1,8	8,7	100

* bezogen auf den Lebensmittelumsatz; Quelle: GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Für den erweiterten **Lidl Lebensmitteldiscounter** wird vor dem Hintergrund der **aktuellen Angebots- und Nachfragesituation** in Schiffweiler und Umland ein Gesamtumsatz von rd. 8,7 Mio. € prognostiziert. Davon entfallen rd. 6,9 – 7,0 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 1,7 – 1,8 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

In Deutschland haben Lebensmitteldiscounter derzeit einen Marktanteil nach Betriebsformen von 45 %.²² Angesichts der Angebotsstrukturen in Schiffweiler mit drei weiteren Discountern (Aldi Süd, 2 x Netto), davon einer in Landsweiler-Reden (Aldi) und zwei Supermärkten (Rewe, Edeka Hartmann) erreicht Lidl in Schiffweiler diesen Marktanteil bei weitem nicht. Es wird auch berücksichtigt, dass durch die hohe Wettbewerbsintensität im Umland (v. a. Globus SB-Warenhaus in Neunkirchen) und aufgrund des Auspendlerüberschuss spürbare Kaufkraftströme aus Schiffweiler abfließen.

Die vorliegenden Marktanteile von 23 – 24 % im Ortsteil Landsweiler-Reden und 14 – 15 % in den weiteren Ortsteilen von Schiffweiler zeigen zudem auf, dass der erweiterte Lidl-Markt keine dominante Marktbedeutung in der Gemeinde einnehmen wird, auch nicht im Ortsteil Landsweiler-Reden selbst. Es ist noch ausreichend Nachfragepotenzial für die weiteren Märkte in der Gemeinde vorhanden, wie auch die nachfolgenden Berechnungen zu den Umverteilungswirkungen aufzeigen.

3. Einordnung der ermittelten Flächenleistungen des erweiterten Lidl-Marktes

Aus diesem über das Marktanteilkonzept ermittelten Umsatz lässt sich unter Zugrundelegung der Verkaufsfläche von 1.540 m² eine Flächenproduktivität²³ für das Gesamtobjekt von rd. 5.650 € je m² Verkaufsfläche ermitteln. Diese liegt zwar deutlich unter der durchschnittlichen Flächenleistung eines Lidl-Marktes, ist bei einem Markt der vorgesehenen Größenordnung dennoch als hoch zu sehen. Der Umsatz von ca. 8,7 Mio. € liegt deutlich über dem Durchschnittsumsatz einer Lidl-Filiale in Deutschland von ca. 6,7 – 6,8 Mio. €.

Gemäß Hahn Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021 liegt die **Flächenproduktivität** eines Lidl Lebensmitteldiscounters bei ca. 7.420 € bei einer **durchschnittlichen Verkaufsfläche** von 909 m². Daraus lässt sich der **durchschnittliche Umsatz** einer Lidl-Filiale von ca. 6,7 – 6,8 Mio. € ableiten. Mit rund 1.540 m² Verkaufsfläche liegt die angestrebte Verkaufsfläche für Lidl fast 70 % über der durchschnittlichen Verkaufsfläche von Lidl-Filialen in Deutschland; der Umsatz von 8,7 Mio. € rund 29 % höher als der Durchschnitt von Lidl in Deutschland. Die Flächenproduktivität ist rund 24 % niedriger als der deutsche Lidl-Durchschnitt

Es ist handelswissenschaftlich unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m² Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche, sodass der Umsatzzuwachs nicht proportional erfolgt. Zudem sind durch die **unterdurchschnittliche Kaufkraft im Einzugsgebiet** und der **Wettbewerbssituation** in Schiffweiler und im Umland trotz der überdurchschnittlichen Verkaufsfläche keine höheren Marktanteile und damit kein höherer Umsatz bzw. keine höhere Flächenproduktivität für den zu erweiternden Lidl-Markt zu erwarten.

²² Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2020.

²³ Die Flächenproduktivität in € wird ermittelt, indem der Umsatz des Erweiterungsobjektes in Mio. € durch die Verkaufsfläche dividiert wird. Es handelt sich nicht um eine fixe Größe, sondern um eine standortabhängige Größe, die von einer Vielzahl von Standortrahmenbedingungen abhängt, z.B. verkehrliche Erreichbarkeit, Einsehbarkeit / Exposition des Standortes, Agglomeration mit anderen Einzelhandelsnutzungen, Wettbewerbssituation oder Einwohner im Einzugsgebiet. Daher können die Flächenproduktivitäten ein und desselben Anbieters sehr stark variieren in Abhängigkeit vom konkreten Standort einer Filiale.

Da es sich bei dem Vorhaben **nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Erweiterung** eines bereits in Schiffweiler ansässigen Lebensmitteldiscounters handelt, sind bei der weiteren Bewertung möglicher Umsatzumverteilungseffekte insbesondere die durch die Erweiterung entstehenden **zusätzlichen Umsatzleistungen** zu berücksichtigen. Mit der Verkaufsflächenerweiterung um rd. 540 m² ergibt sich ein modellhafter Umsatzzuwachs von max. 2,0 – 2,1 Mio. €, wobei hiervon rd. 1,6 – 1,7 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich entfallen.

4. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile zeigen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft auf. **Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.**

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im Lebensmittelsektor werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung im Einzugsgebiet und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- /// die Wettbewerbssituation im Umfeld inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Standorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein.

Es ist davon auszugehen, dass der zusätzliche Umsatz des erweiterten Lidl Lebensmitteldiscounters insbesondere zu Lasten von Systemwettbewerbern, d. h. anderen Lebensmitteldiscountern erwirtschaftet wird. Dies wird im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt; d. h. die sog. Systemwettbewerber werden hinsichtlich der zu erwartenden Umverteilungen stärker gewichtet als andere Lebensmittelanbieter.

Außerdem wird angenommen, dass die Lagen, die aktuell eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Bewohner des Einzugsgebietes einnehmen, stärker von Umverteilungen betroffen sein werden als Lagen mit aktuell geringerer Versorgungsbedeutung.

Insgesamt resultieren aus dem Erweiterungsvorhaben im **Nahrungs- und Genussmittelsegment** folgende Umsatzumverteilungen:

- /// innerhalb des Einzugsgebietes: 1,3 – 1,4 Mio. €
- /// außerhalb des Einzugsgebietes: 0,3 Mio. €.

Tabelle 5 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumlenkungen, die die Erweiterung des Lidl-Marktes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auslösen wird. Die Umsatzumlenkungen betreffen in erster Linie die Wettbewerber in Schiffweiler sowie das Globus-SB-Warenhaus in Neunkirchen.

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmitteln

Städte / Standortlagen	Umsatz Bestand	in Mio. €	in %
Landsweiler-Reden (Zone I a)*; Rewe Aldi	10,2	0,6 – 0,7	6 – 7
sonstiges Stadtgebiet Schiffweiler (Zone II), Edeka Hartmann, 2 x Netto,	12,5	0,6 – 0,7	5 - 6
Summe Einzugsgebiet	22,7	1,3 – 1,4	6
außerhalb Einzugsgebiet		0,3	-
Summe gesamt		1,6– 1,7	-

GMA-Berechnung 2023 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich) / * in Zone Ib (Neunkirchen-Sinnerthal) ist kein projektrelevanter Wettbewerber vorhanden.

5. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Die durch das Erweiterungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei **Nahrungs- und Genussmitteln** sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- /// Im **Einzugsgebiet** sind durch die Erweiterung des Lidl-Marktes Umsatzumverteilungseffekte bei Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von rd. 1,3 – 1,4 Mio. € zu erwarten, was bezogen auf die Umsatzleistung der derzeit bestehenden Betriebe einer Umverteilungsquote von ca. 6 % entspricht.
- /// Die Anbieter im **Ortsteil Landsweiler-Reden** (Zone Ia) ist von einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 6 – 7 % (rd. 0,6 – 0,7 Mio. €) betroffen, wobei Aldi in Gewerbegebietslage am Bergwerk Reden als Discounter stärker tangiert wird als das Nahversorgungszentrum mit dem Magnetbetrieb Rewe (ca. 5 %). Bei Umverteilungen in der genannten Größenordnung ist von keiner nachhaltigen Betriebsschwächung auszugehen. Demzufolge sind für den zentralen Versorgungsbereich keine negativen versorgungsstrukturellen oder städtebaulichen Auswirkungen absehbar. Auch der Aldi-Markt wird trotz spürbarer Wettbewerbswirkungen nicht in seinem Bestand gefährdet; er profitiert von der Nähe zu Arbeitsplätzen (u. a. im Gewerbepark Klinkenthal) sowie der Standortagglomeration mit Kik und richtet sich auch an Kunden aus Heiligenwald.

- / In den **weiteren Ortsteilen von Schiffweiler** werden insgesamt rd. 0,6 – 0,7 Mio. € (ca. 5 – 6 %) wettbewerbswirksam, wobei hier tendenziell die Netto-Filialen in Schiffweiler und Heiligenwald leicht stärker betroffen sind als der neue Edeka-Markt an der Stennweiler Straße. Dies ist vor allem auf die Unterschiede im Betriebstyp und der qualitativ hochwertigen Ausrichtung des Edeka-Marktes zurückzuführen. Grundsätzlich verfügen die Netto-Märkte aber über gute Standortrahmenbedingungen in den jeweiligen Ortszentren und sind nicht im Bestand gefährdet.
- / Im benachbarten **Neunkirchener Stadtteil Sinnerthal**, welcher der Einzugsgebietszone Ib zugeordnet wurde, ist kein projektrelevanter Wettbewerb vorhanden, daher finden hier auch keine Umverteilungswirkungen statt.
- / Die wettbewerbslichen Effekte gegenüber den relevanten Lebensmittelmärkten **außerhalb des Einzugsgebietes** belaufen sich auf ca. 0,3 Mio. € und beziehen sich v. a. auf das Globus-SB-Warenhaus in Neunkirchen. Hier kann es gelingen, heutige Kaufkraftabflüsse aus Schiffweiler in Teilen wieder in die Gemeinde zurück zu lenken.
- / Bei den **Nichtlebensmittelsortimenten** werden durch die Erweiterung des Lidl-Marktes 0,4 Mio. € umverteilungswirksam. Davon werden insbesondere andere Lebensmittelmärkte betroffen. Aufgrund der geringen absoluten Größenordnung können gutachterlich in den Nichtlebensmittelsortimenten negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Damit sind zusammenfassend in **Schiffweiler weder versorgungsstrukturelle Auswirkungen** im Sinne einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes zu erwarten, **noch schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche**. Auch die Nahversorgungsstrukturen in den Nachbargemeinden sind als Folge des Vorhabens nicht gefährdet.

6. Vereinbarkeit des Vorhabens mit der Landesplanung

Für die raumordnerische Beurteilung der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes in Schiffweiler sind die folgenden Ziele des Landesentwicklungsplans Saarland Teilabschnitt Siedlung zu beachten.

- / **Konzentrationsgebot:** Gemäß Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsvorhaben zunächst nur im Oberzentrum bzw. in Mittel- und Grundzentren zulässig; in Ausnahmefällen auch in nicht-zentralen Gemeindeteilen, wenn
 - *„dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung dient und*
 - *eine entsprechende Mantelbevölkerung, d. h. die für die Auslastung der großflächigen Einzelhandelseinrichtungen erforderliche Bevölkerungszahl, vorhanden ist.“*

Es ist zunächst festzuhalten, dass Landsweiler-Reden nicht den zentralen Ortsteil der Gemeinde Schiffweiler darstellt; dies ist der gleichnamige Ortsteil Schiffweiler u.a. mit Sitz der Gemeindeverwaltung. Allerdings liegen klare Anhaltspunkte vor, nach denen hier die oben angeführte Ausnahmeregelung greifen kann. Mit Blick auf die **raumstrukturellen Besonderheiten** der Gemeinde Schiffweiler ist auf das weitläufige, stark topo-

grafisch geprägte Gemeindegebiet hinzuweisen, auf das sich die vier Ortsteile verteilen. Dabei sind die Ortsteile Landsweiler-Reden und Schiffweiler siedlungsstrukturell praktisch zusammengewachsen. Für beide Ortsteile nimmt der Lidl-Markt bereits heute eine wichtige Versorgungsfunktion ein. Dazu trägt er zur Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Gemeindegebiet bei (vgl. Kapitel II, 1). Der zentrale Ortsteil Schiffweiler wird durch den Discounter Netto und den Supermarkt Edeka versorgt, wobei letzterer auch als Nahversorger für den Ortsteil Stennweiler fungiert. In Landsweiler-Reden ist mit dem Erweiterungsobjekt Lidl und dem Supermarkt Rewe ebenfalls eine gute Angebotskombination aus Discounter und Vollsortimenter vorhanden, welche die Nahversorgung gewährleisten²⁴. Gerade für die östlichen Wohnquartiere in Landsweiler-Reden übernimmt der Projektstandort auch eine fußläufige Versorgungsfunktion (vgl. Kapitel II, 2); er ist aus den nördlich, westlich und südwestlich angrenzenden Wohnquartieren Schiffweilers fußläufig gut erreichbar. In einem 15-Minuten-Gehwegradius um den Lidl-Markt (entspricht ca. 1.000 m) leben heute ca. 2.040 Einwohner²⁵, davon ein Teil im Neunkirchener Stadtteil Sinnerthal – auch für diese Einwohner stellt Lidl den einzigen fußläufig erreichbaren Lebensmittelmarkt dar. Dennoch stammten rund 86 % der Umsätze des erweiterten Lidl-Marktes von Kunden aus Schiffweiler. Angesichts dieser spezifischen raumstrukturellen Gegebenheiten in Schiffweiler dient das Vorhaben der Sicherung der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung.

Darüber hinaus liegt auch im Ortsteil **Landsweiler-Reden** selbst eine **ausreichende Mantelbevölkerung** vor, um den Markt in der projektierten Größenordnung wirtschaftlich darzustellen: Setzt man den ermittelten Umsatz des erweiterten Lidl-Marktes in Höhe von ca. 6,9 – 7,0 Mio. € bei Lebensmittel (vgl. Tabelle 4) der Kaufkraft im Ortsteil Landsweiler-Reden in Höhe von ca. 9,4 Mio. € gegenüber (vgl. Tabelle 3), so ergibt sich ein rechnerisches Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis von ca. 74 %; d.h. es ist eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden, um den Lidl-Markt in der projektierten Größenordnung rechnerisch wirtschaftlich darzustellen. Zieht man die Streuumsätze durch Pendler / Besucher in Höhe von ca. 0,7 Mio. € hier ab, so beläuft sich die Umsatzerwartung bei Lebensmitteln auf ca. 6,2 – 6,3 Mio. €, was einem Anteil an der Lebensmittelkaufkraft im Ortsteil Landsweiler-Reden von ca. 66 % entspricht. Auch dies verdeutlicht die ausreichende Mantelbevölkerung vor Ort.

Es handelt sich somit auch bei einer Verkaufsfläche von 1.540 m² um einen typischen Nahversorgungsmarkt, wie ihn auch die Fachkommission Städtebau im September 2017 im „Leitfaden zu Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels“ beschrieben hat.

²⁴ Der Discounter Aldi am Bergwerk Reden weist keinen Wohngebietsbezug auf und wird v. a. von Kunden aus Landsweiler-Reden und Heiligenhaus sowie Arbeitnehmer aus den umliegenden Gewerbegebieten aufgesucht.

²⁵ Quelle: panadress geomarkets 2021

Der Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente beträgt bei Lidl i.d.R. weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche, die Erweiterung ist mit Blick auf den induzierten Verkehr angesichts der Leistungsfähigkeit der Kreisstraße verträglich, der Standort ist städtebaulich integriert und sichert die verbrauchernahe Versorgung.²⁶

- /
Kongruenzgebot: Gemäß Kongruenzgebot darf der Einzugsbereich eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreiten. Die Versorgungsbedeutung des erweiterten Lidl-Marktes bezieht sich fast ausschließlich auf die Gemeinde Schiffweiler selbst, die den zentralörtlichen Verflechtungsbereich des Grundzentrums bildet. Der Einzugsbereich des Vorhabens reicht trotz der Lage im Osten von Landsweiler-Reden nur geringfügig über das Gemeindegebiet hinaus und umfasst nur noch den westlichen Neunkirchener Stadtteil Sinnerthal. Basierend auf der Umsatzprognose sowie der aus dem Marktanteilkonzept ableitbaren Umsatzherkunft bleibt festzuhalten, dass ca. 86 % der Umsätze des erweiterten Lidl-Marktes auf Kunden aus Schiffweiler entfallen (vgl. Tabelle 4). Etwa 14 % des Umsatzes wird mit Kunden von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches erwirtschaftet. Auch dies spiegelt die Nahversorgungsbedeutung des Standortes wider.

- /
Beeinträchtungsverbot: Die Beurteilung städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen (vgl. Kapitel IV., 4.) hat gezeigt, dass von dem Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche ausgehen. Ebenso werden keine Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstrukturen in Schiffweiler und in Umlandkommunen ausgelöst.

- /
Städtebauliches Integrationsgebot: Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereich des jeweiligen zentralen Ortes innerhalb des Siedlungszusammenhangs zu errichten. Der Planstandort von Lidl ist keinem zentralen Versorgungsbereich von Schiffweiler zugeordnet (vgl. Karte 2). Allerdings weist der Standort einen unmittelbaren Bezug zu umliegenden Wohnnutzungen und eine entsprechende fußläufige Versorgungsfunktion auf (vgl. Karte 3); insbesondere ist er aus dem Wohngebiet nördlich der Sinnerthalstraße und aus dem Quartier um die Straße „Im Geisbrunnen“ fußläufig sehr gut erreichbar. Ein Anschluss an den ÖPNV ist über die Bushaltestelle „Buchenkopf“ gegeben. Die Distanz zum östlichen Rand des Nahversorgungszentrums Landsweiler-Reden beträgt ca. 300 – 350 m.

 Stärker integrierte Standorte für einen großflächigen Lebensmittelmarkt liegen in Schiffweiler in keinem zentralen Versorgungsbereich, auch nicht im Nahversorgungszentrum Landsweiler-Reden vor. Dies hat auch bereits das Einzelhandelskonzept 2020 festgestellt, in dem u.a. eine Standortalternativenprüfung zur Ansiedlung von Edeka vorgenommen wurde, der zwischenzeitlich in der Stennweiler Straße realisiert wurde.

²⁶

Die Fachkommission Städtebau verweist 2017 in Bezug auf die Ausdehnung des sog. Nahbereichs im Rahmen der Bewertung einer städtebaulichen Atypik auf die Veröffentlichung von Ulrich Kuschnerus aus 2007: „Der standortgerechte Einzelhandel“, hier Rd 98. Dieser wiederum bezieht sich an dieser Stelle auf den Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ aus 2002, die bei einer Nahversorgungsfunktion im ländlichen Raum bei einer Einwohnerdichte von weniger als 1.250 EW / km² wie in Schiffweiler sogar einen Radius von 2.500 m für die verbrauchernahe Versorgung ansetzt. Dies würde im vorliegenden Fall fast die kompletten Ortsteile Landsweiler-Reden und Schiffweiler umfassen und bis nach Heiligenwald hineinreichen.

Auch bei der Vor-Ort-Besichtigung durch die GMA konnten keine potenziellen Standorte in den zentralen Versorgungsbereichen oder an stärker integrierten Standorten identifiziert werden, die für ein solches Vorhaben in Betracht kämen.

„Die Abgrenzung der Nahversorgungszentren und des zentralen Versorgungsgebietes zeigen, dass in den gewachsenen Ortsteilzentren die Flächenpotenziale so begrenzt sind, dass großflächige Neuansiedlungen für die Nahversorgung dort keinen Platz finden können. Dies trifft sowohl auf den zentralen Versorgungsgebiet Ortszentrum, wie auch auf die beiden Nahversorgungszentren in Heiligenwald und Landsweiler-Reden zu“.²⁷

Zu den sonstigen in Kapitel I., 4 dargelegten Zielen und Grundsätzen ist festzuhalten, dass das Vorhaben der Sicherung der Grundversorgung mit überwiegenden Sortimenten des täglichen Bedarfs dient und der Standort über eine ÖPNV-Anbindung in räumlicher Nähe verfügt. Es soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden, d.h. es wird in diesem Zuge eine Abstimmung i. S. d. interkommunalen Abstimmungsgebotes durchgeführt.

7. Übereinstimmung des Vorhabens mit dem Einzelhandelskonzept Schiffweiler

Der Standort Lidl in Landsweiler-Reden wird im Einzelhandelskonzept Schiffweiler 2020 – ebenso wie Aldi – als solitärer Nahversorgungsstandorte bezeichnet²⁸. Diese Standorte genießen keinen baurechtlichen Schutzbedarf wie zentrale Versorgungsbereiche, nehmen aber eine wichtige Versorgungsfunktion für eine flächendeckende Nahversorgung ein. Für diese Standortkategorie trifft das Einzelhandelskonzept folgende Aussage:

„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.“²⁹

Dabei ist zu beachten, dass die tatsächliche fußläufige Nahversorgungsbedeutung von Lidl deutlich höher ist als die von Aldi in Gewerbegebiet an der Bahnhofstraße / Am Bergwerk Reden. Lidl weist aber im Gegensatz zu Aldi einen klaren Wohngebietsbezug und eine auch fußläufige Versorgungsfunktion auf³⁰ (vgl. Kapitel II., 2 zum Mikrostandort). Dies wird auch in einem folgenden Kapitel des Einzelhandelskonzeptes gewürdigt, dass sich mit den Entwicklungszielen und Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsentwicklung in Schiffweiler auseinandersetzt³¹:

²⁷ Einzelhandelskonzept Schiffweiler 2020, S. 47.

²⁸ Einzelhandelskonzept Schiffweiler 2020, S. 56, Abb. 43.

²⁹ Einzelhandelskonzept Schiffweiler 2020, S. 37.

³⁰ Die Einordnung von Lidl als nicht integriert (EHK Tabelle 9, S. 46) und die Gleichsetzung mit der Lageeinordnung von Aldi kann daher auch nicht nachvollzogen werden und ist aus GMA-Sicht fachlich nicht korrekt. Hier liegt ein gewisser Widerspruch im Einzelhandelskonzept selbst vor, dass dem Standort Lidl in Kapitel 4.2.7.3 eine Integration bescheinigt.

³¹ Einzelhandelskonzept Schiffweiler 2020, Kapitel 4.2.7, S. 56 ff.

„Der solitäre Nahversorgungsstandort Lidl in der Kreisstraße ist als siedlungsintegriert einzustufen, widerspricht aber trotzdem dem Integrationsgebot (Ziffer 46) des LEP Teilabschnitt „Siedlung“. Aufgrund der festgestellten Siedlungsintegration ist entsprechend der funktionalen Verträglichkeit eine angemessene Entwicklungsoption im Einzelfall zu prüfen.

Der Standort übernimmt eine wichtige Versorgungsrolle insbesondere für Landsweiler-Reden, aber auch für die Ortsteile Heiligenwald und Schiffweiler. Er sollte deshalb möglichst erhalten bleiben und bei Bedarf auch weiterentwickelt werden können. Potenzielle Flächen- und Sortimentsausweitungswünsche können im Rahmen des passiven Bestandsschutzes bei Bedarf ermöglicht werden, wenn eine gutachterliche Prüfung der städtebaulichen Wirkungen, insbesondere auf die beiden Nahversorgungszentren Heiligenwald und Landsweiler-Reden, eine städtebauliche Verträglichkeit ergibt. Das Vorliegen der landesplanerischen Ausnahmekriterien ist Voraussetzung für eine positive gutachterliche Prüfung.“³²

Das vorliegende Gutachten weist im Sinne einer solchen gutachterlichen Prüfung nach, dass eine städtebauliche Verträglichkeit in Bezug auf die Nahversorgungszentren Landsweiler-Reden und Heiligenwald, aber auch auf den zentralen Versorgungsbereich Schiffweiler vorliegt. Es handelt sich um eine Erweiterung eines langjährig etablierten, bereits großflächigen Marktes in siedlungsräumlicher Integration mit klarem Wohngebietsanschluss. Wie oben dargelegt, sind in den zentralen Versorgungsbereichen keine Flächen vorhanden, um einen weiteren modernen Lebensmittelmarkt unterzubringen. Auch angesichts der Siedlungsstrukturen und der topografischen Verhältnisse in Schiffweiler liegt mit den derzeitigen Angebotsstrukturen in den Ortsteilen eine gute flächendeckende Verteilung von Lebensmittelmärkten vor, die eine flächendeckende Nahversorgung gewährleisten.

Das Vorhaben steht somit im Einklang mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes Schiffweiler 2020.

³² Einzelhandelskonzept Schiffweiler 2020, S. 59.

V. Zusammenfassende Beurteilung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> // In der Gemeinde Schiffweiler soll der bereits großflächige Lidl Lebensmittel-discounter an der Kreisstraße abgerissen und mit einer Verkaufsfläche von 1.540 m² neu gebaut werden (Erweiterung um ca. 540 m²). // Es ist eine Auswirkungenanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu erstellen. // Der Markt befindet sich am östlichen Rand des Ortsteils Landsweiler-Reden an der Kreisstraße mit direktem Wohngebietsanschluss in Richtung Norden und Westen.
Einzugsgebiet und Kauf- kraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> // Das Einzugsgebiet umfasst das Stadtgebiet von Schiffweiler und den westli-chen Neunkirchener Stadtteil Sinnerthal. // Das Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet umfasst ca. 16.420 Personen, da-von sind 97 % der Gemeinde Schiffweiler zuzuordnen. // Das Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich liegt im Einzugsgebiet bei rd. 37,1 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> // Die Gesamtumsatzleistung von Lidl beträgt bei rd. 1.540 m² Verkaufsfläche ca. 8,7 Mio. €. Durch die Erweiterung ergibt sich ein Umsatzzuwachs von rd. 2,0 – 2,1 Mio. €, davon entfallen rd. 1,6 – 1,7 Mio. € auf Lebensmittel und ca. 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
Bewertung der versorgungsstrukturel- len und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	<ul style="list-style-type: none"> // Im Einzugsgebiet sind Umsatzumverteilungseffekte bei Nahrungs- und Ge-nussmitteln in Höhe von rd. 1,3 – 1,4 Mio. € bzw. 6 % zu erwarten. Die Um-satzumverteilungseffekte beziehen sich v. a. auf den Aldi-Discounter im Ge-werbegebiet an der Bahnhofstraße in Landweiler-Reden und die beiden Netto-Märkte in Schiffweiler und Heiligenwald. Die Supermärkte Rewe und Edeka in Schiffweiler sind nachrangig betroffen. Für die Lebensmittelmärkte können trotz der zu erwartenden Umsatzeinbußen negative Folgewirkun-gen ausgeschlossen werden. Somit ist weder mit negativen städtebaulichen noch mit versorgungsstrukturellen Effekten in Schiffweiler zu rechnen. // Die wettbewerblichen Effekte gegenüber den relevanten Lebensmittel-märkten außerhalb des Einzugsgebietes belaufen sich im Lebensmittelseg-ment auf ca. 0,3 Mio. €. Diese gehen aufgrund der Nähe und der heutigen Kaufkraftströme insbesondere zu Lasten des neuen SB-Warenhauses Glo-bus in Neunkirchen. Aufgrund der Größe und Leistungsfähigkeit dieses kön-nen negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen eindeutig ausgeschlossen werden.
Vereinbarkeit des Vorhabens mit der Landesplanung	
Konzentrationsgebot	Landsweiler-Reden ist nicht zentraler Ortsteil der Gemeinde Schiffweiler, aller-dings nimmt der Projektstandort eine wichtige Funktion zur Sicherung einer flä-chendeckenden Nahversorgung in dieser von der bewegten Topografie geprägten Gemeinde ein. Gerade für die östlichen Wohnquartiere in Landsweiler-Reden

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

	<p>übernimmt der Markt auch eine fußläufige Versorgungsfunktion; in einem 15-Minuten Gehwegradius leben derzeit ca. 2.040 Einwohner. Rund 86 % der Umsätze beim erweiterten Lidl-Markt stammen von Kunden aus Schiffweiler. Angesichts der spezifischen raumstrukturellen Gegebenheiten in Schiffweiler dient das Vorhaben der Sicherung der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung.</p> <p>Bei Gegenüberstellung des Umsatz des erweiterten Lidl-Marktes in Höhe von ca. 6,9 – 7,0 Mio. € bei Lebensmittel mit der Kaufkraft im Ortsteil Landsweiler-Reden in Höhe von ca. 9,4 Mio. € ergibt sich ein rechnerisches Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis von ca. 74 %; d.h. es ist eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden, um den Lidl-Markt in der projektierten Größenordnung rechnerisch wirtschaftlich darzustellen. Zieht man die Streuumsätze durch Pendler / Besucher in Höhe von ca. 0,7 Mio. € hier ab, so beläuft sich die Umsatzerwartung bei Lebensmitteln auf ca. 6,2 – 6,3 Mio. €, was einem Anteil an der Lebensmittelkaufkraft im Ortsteil Landsweiler-Reden von ca. 66 % entspricht. Auch dies verdeutlicht die ausreichende Mantelbevölkerung vor Ort.</p>
Kongruenzgebot	<p>Die Versorgungsbedeutung des erweiterten Marktes bezieht sich fast ausschließlich auf die Gemeinde Schiffweiler selbst, die den zentralörtlichen Verflechtungsbereich des Grundzentrums bildet. Der Einzugsbereich des Vorhabens reicht trotz der Lage im Osten von Landsweiler-Reden nur geringfügig über das Gemeindegebiet hinaus und umfasst nur noch den westlichen Neunkirchener Stadtteil Sinnerthal.</p> <p>Basierend auf der Umsatzprognose sowie der aus dem Marktanteilkonzept ableitbaren Umsatzherkunft bleibt festzuhalten, dass ca. 86 % der Umsätze des erweiterten Lidl-Marktes auf Kunden aus Schiffweiler entfallen. Etwa 14 % des Umsatzes wird mit Kunden von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches erwirtschaftet. Auch dies spiegelt die Nahversorgungsbedeutung des Standortes wider.</p>
Beeinträchtigerungsverbot	<p>Die Beurteilung städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen (vgl. Kapitel IV., 4.) hat gezeigt, dass von dem Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche ausgehen. Ebenso werden keine Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen in Schiffweiler und in Umlandkommunen ausgelöst.</p>
Städtebauliches Integrationsgebot	<p>Der Planstandort von Lidl ist keinem zentralen Versorgungsbereich von Schiffweiler zugeordnet (vgl. Karte 2). Allerdings weist der Standort einen unmittelbaren Bezug zu umliegenden Wohnnutzungen und eine entsprechende fußläufige Versorgungsfunktion auf (vgl. Karte 3); insbesondere ist er aus dem Wohngebiet nördlich der Sinnerthalstraße und aus dem Quartier um die Straße „Im Geisbrunnen“ fußläufig sehr gut erreichbar. Ein Anschluss an den ÖPNV ist über die Bushaltestelle „Buchenkopf“ gegeben.</p> <p>Stärker integrierte Standorte für einen großflächigen Lebensmittelmarkt liegen in Schiffweiler in keinem zentralen Versorgungsbereich, auch nicht im Nahversorgungszentrum Landsweiler-Reden vor. Dies hat auch bereits das Einzelhandelskonzept 2020 festgestellt, in dem u. a. eine Standortalternativenprüfung zur Ansiedlung von Edeka vorgenommen wurde, der zwischenzeitlich in der Stenweiler Straße realisiert wurde. Auch bei der Vor-Ort-Besichtigung durch die GMA konnten</p>

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

keine potenziellen Standorte in den zentralen Versorgungsbereichen oder an stärker integrierten Standorten identifiziert werden, die für ein solches Vorhaben in Betracht kämen.

GMA-Zusammenstellung 2022

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel	9
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage der Gemeinde Schiffweiler und zentralörtliche Struktur in der Region	14
Karte 2: Einzelhandelsstrukturen in Schiffweiler	16
Karte 3: Mikrostandort Lidl Kreisstraße	19
Karte 4: Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in Schiffweiler und Umland	23
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Wesentliche Wettbewerber in Schiffweiler	20
Tabelle 2: Projektrelevantes Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Lidl-Marktes	22
Tabelle 3: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des Lidl-Marktes	24
Tabelle 4: Umsatz und Marktanteile des Vorhabens (Lidl mit ca. 1.450 m ² VK)	25
Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmitteln	28