

2021/05/610

öffentlich

Beschlussvorlage

610 - Stadtplanung / Bauordnung

Bericht erstattet: Herr Banowitz / Büro Kernplan



Vorhabenbezogener Bebauungsplan "Lidl-Filiale Ernstweilerstraße Einöd", Gemarkung Einöd, Aufstellungsbeschluss

<i>Beratungsfolge</i>	<i>Geplante Sitzungstermine</i>	<i>Ö / N</i>
Ortsrat Einöd (Anhörung)	04.03.2021	N
Bau- und Umweltausschuss (Vorberatung)	11.03.2021	N
Stadtrat (Entscheidung)	25.03.2021	Ö

Beschlussvorschlag

- a) Dem Antrag auf Einleitung eines Satzungsverfahrens wird zugestimmt
- b) Die Aufstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes „Lidl-Filiale Ernstweilerstraße Einöd“ in der Gemarkung Einöd wird beschlossen

Sachverhalt

Mit Posteingang vom 10.02.2021 hat die Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG einen Antrag auf Einleitung eines Verfahrens zur Aufstellung eines Vorhabenbezogenen Bebauungsplanes „Lidl-Filiale Ernstweilerstraße Einöd“ gestellt.

Es wird beabsichtigt, im Stadtteil Einöd an der Ernstweilerstraße Nr. 4 einen neuen Lebensmittelmarkt zu errichten.

Der Standort liegt direkt an der Stadtgrenze zu Zweibrücken und ist aktuell noch durch ein Autohaus belegt. Vorgesehen ist, das bestehende Gebäude abzureißen und durch eine Lidl-Filiale der neuesten Filialgeneration, mit einer Verkaufsfläche von max. 1.100 m² und ebenerdigen Stellplätzen zu ersetzen. Die Filiale bietet ein nachhaltiges Technologiekonzept sowie einen hohen Kundenkomfort.

Die Erschließung ist über die Ernstweilerstraße sichergestellt. Der Planstandort weist eine gute verkehrliche Erreichbarkeit auf.

Insgesamt sind 114 Stellplätze auf dem Grundstück geplant.

Aktuell beurteilt sich die planungsrechtliche Zulässigkeit für das Grundstück nach § 34 BauGB. Danach ist das Vorhaben nicht realisierungsfähig. Deshalb bedarf es der Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes mit Vorhaben- und Erschließungsplan. Ziel ist demnach die Realisierung einer neuen Lidl-Filiale an diesem Standort.

Die zu überplanende Fläche hat eine Größe von ca. 7.700 m². Der Geltungsbereich umfasst die Flurstücke Nr. 4171/1, 4171/2 und 4172 in der Gemarkung Einöd. Der Geltungsbereich grenzt im Norden an eine städtische Wegeparzelle, welche mit Grünstrukturen bewachsen ist, im Osten an die Gemarkungsgrenze von

Homburg/Zweibrücken, im Süden an die Ernstweilerstraße und im Westen an eine städtische Wegeparzelle.

Die genauen Grenzen der Fläche können den Lageplan entnommen werden.

Da es sich bei der Maßnahme um eine Nachverdichtung handelt, könnte der Bebauungsplan im beschleunigten Verfahren gem. § 13a BauGB aufgestellt werden.

Der Flächennutzungsplan der Kreisstadt Homburg stellt für das Plangebiet eine gewerbliche Baufläche dar. Das Entwicklungsgebot gem. § 8 Abs. 2 BauGB ist somit nicht erfüllt. Gem. § 13a Abs. 2 Nr. 2 BauGB kann der Flächennutzungsplan im Wege der Berichtigung angepasst werden.

Da das Vorhaben dem Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Homburg aktuell entgegensteht, wurde seitens der Lidl Vertriebs-GmbH § Co. KG die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH bereits im Vorfeld mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die geplante Ansiedlung der Lidl-Filiale beauftragt. Mit einer geplanten Verkaufsfläche (VK) von max. 1.100 m² überschreitet das Vorhaben die allgemein anerkannte Grenze der Großflächigkeit (800 m² VK). Entsprechend sind die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen. (Die Auswirkungsanalyse bezieht sich noch auf eine zuvor geplante VK von 1.400 m²).

Fazit aus der Auswirkungsanalyse:

- Konzentration- und Kongruenzgebot: Das Konzentrations- und Kongruenzgebot wird am Standort nicht eingehalten. Für die Umsetzung der Planung ist eine interkommunale Abstimmung erforderlich.
- Beeinträchtigungsverbot: Es werden keine Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in Homburg und Zweibrücken oder an anderer Stelle im Untersuchungsraum ausgelöst. Bei einer Verkaufsfläche von max. 1.100 m² wird die Umverteilung gegenüber dem Netto-Markt an der Heinrich-Spoerl-Straße auf ein verträgliches Niveau gebracht (< 10%).
- Städtebaulichen Integrationsgebot: Es handelt sich aus städtebaulicher Sicht um eine teil-integrierte Lage mit eingeschränktem Wohngebietsbezug. Der Standort ist als Pkw-orientierte Lage einzustufen.

Aus einzelhandelsgutachterlicher Sicht bestehen bei Realisierung einer Lidl-Filiale mit einer Verkaufsfläche von max. 1.100 m² keine wesentlichen Bedenken. Eine interkommunale Abstimmung wird für die Umsetzung der Planung jedoch erforderlich.

Aktuell wird das Einzelhandelskonzept der Stadt Homburg durch ein externes Büro überarbeitet. Hierbei ist eine dringende Abstimmung mit dem Standort der neuen Lidl-Filiale erforderlich.

Anlage/n

- 1 Antrag auf Einleitung (öffentlich)
- 2 Übersichtskarte (öffentlich)
- 3 Luftbild + Kataster (öffentlich)
- 4 Geltungsbereich (öffentlich)
- 5 Vorhaben- und Erschließungsplan (öffentlich)
- 6 Ansicht (öffentlich)

- 7 Bestandsfotos (öffentlich)
- 8 Wirkungsanalyse GMA (öffentlich)



Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG – Am Grubenbahnhof 7 – 66299 Friedrichsthal

Kreisstadt Homburg/Saar
Herrn Bürgermeister
Michael Forster
Rathaus
Am Forum 5
66424 Homburg

<i>Ihr Zeichen</i>	<i>Ihre Nachricht vom</i>	<i>Unser Zeichen</i>	<i>Durchwahl</i>	<i>Datum</i>
		DV	-243	08.02.2021

**VORHABENBEZOGENER BEBAUUNGSPLAN MIT VORHABEN- UND
ERSCHLIESSUNGSPLAN „LIDL-FILIALE ERNSTWEILERSTRASSE EINÖD“ IN DER
KREISSTADT HOMBURG, STADTTEIL EINÖD - ANTRAG AUF EINLEITUNG EINES
SATZUNGSVERFAHRENS GEM. § 12 BAUGB**

Sehr geehrter Herr Bürgermeister,

die Vorhabenträgerin, die Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG, vertreten durch Herrn Wilfried Simon, Am Grubenbahnhof 7, 66299 Friedrichsthal, beabsichtigt im Stadtteil Homburg-Einöd an der Ernstweiler Straße Nr. 4 einen Lebensmittelmarkt zu errichten.

Der Standort liegt direkt an der Stadtgrenze zu Zweibrücken (Flurstück-Nr. 4171/1, 4171/2, 4172) und ist aktuell noch durch ein Autohaus belegt. Vorgesehen ist, das bestehende Gebäude abzureißen und durch eine Lidl-Filiale der neuesten Filialgeneration mit einer Verkaufsfläche von max. 1.100 m² und ebenerdig vorgelagerten Stellplätzen zu ersetzen. Die Filiale bietet ein nachhaltiges Technologiekonzept sowie einen hohen Kundenkomfort.

Auszeichnend für die neuen Filialen sind entsprechende Materialien sowie eine großzügige Glasfront, durch die viel Tageslicht in die Filiale fällt. Die Warenpräsentation wird mit einer großzügigen Verkaufsfläche optimiert und somit Raum für breite Gänge geschaffen, die sich positiv auf das Raumgefühl und die Orientierung in der Filiale auswirken. Für die Kunden entsteht hierdurch eine angenehme Einkaufsatmosphäre.

Bei dem Bau der Filiale wird besonderer Wert auf eine energieeffiziente und nachhaltige Bauweise gelegt. Unmittelbare Sortimentserweiterungen gegenüber kleineren Filialen sind mit dem neuen Filialtyp nicht verbunden. Die geplante Lidl-Filiale in Homburg-Einöd wird ein betriebsartiges Sortimentsspektrum offerieren, welches sich nicht von anderen Lidl-Märkten in der Region unterscheidet.

Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

Am Grubenbahnhof 7 · D-66299 Friedrichsthal · Telefon: +49 (0) 6897/943-0 · Telefax: +49 (0) 6897/943-180

Bankverbindung: Commerzbank AG · SWIFT: DRES DE FF 620 · IBAN: DE93 6208 0012 0703 6036 00

Sitz: Friedrichsthal · Registergericht Saarbrücken · HRA 8885 · USt.-IdNr.: DE813388823





Durch die direkte Lage an der Ernstweilerstraße (L 110) – über die auch die Erschließung der Filiale erfolgen soll – weist der Planstandort eine gute verkehrliche Erreichbarkeit auf. Für den ruhenden Verkehr ist eine ausreichende Zahl an Stellplätzen auf dem Grundstück vorgesehen (insgesamt 114 Stellplätze). Im unmittelbaren Umfeld der Fläche finden sich zudem zwei Bushaltepunkte, sodass auch der Anschluss an den ÖPNV sichergestellt ist. Damit ist der Standort insgesamt gut zu erreichen.

Aktuell beurteilt sich die planungsrechtliche Zulässigkeit für das Grundstück nach § 34 BauGB (Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile). Danach ist das Vorhaben nicht realisierungsfähig. Deshalb bedarf es der Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes mit Vorhaben- und Erschließungsplan „Lidl-Filiale Ernstweilerstraße Einöd“.

Die zu überplanende Fläche hat eine Größe von ca. 7.700 m². Die Vorhabenträgerin, die Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG, ist nicht die Eigentümerin der Parzellen, jedoch Verfügungsberechtigt. Eine Vollmacht des Eigentümers ist dem Antrag beigelegt. Der heutige Eigentümer hat den vorliegenden Antrag zum Nachweis der Planungsabsicht mitunterzeichnet. Die genauen Grenzen der zu überplanenden Fläche können dem beigelegten Lageplan entnommen werden.

Da es sich bei der Maßnahme um eine Nachverdichtung handelt, könnte der Bebauungsplan als Bebauungsplan der Innenentwicklung im beschleunigten Verfahren gem. § 13a BauGB aufgestellt werden.

Der Flächennutzungsplan der Kreisstadt Homburg stellt für das Plangebiet eine gewerbliche Baufläche dar. Das Entwicklungsgebot gem. § 8 Abs. 2 BauGB ist somit nicht erfüllt. Gem. § 13a Abs. 2 Nr. 2 BauGB kann der Flächennutzungsplan im Wege der Berichtigung angepasst werden.

Da das Vorhaben dem Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Homburg aktuell entgegensteht, wurde seitens der Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH bereits im Vorfeld mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die geplante Ansiedlung der Lidl-Filiale beauftragt. Mit einer geplanten Verkaufsfläche (VK) von max. 1.100 m² überschreitet das Vorhaben die allgemein anerkannte Grenze der Großflächigkeit (800 m² VK). Entsprechend sind die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Hinweis: Die Auswirkungsanalyse der GMA bezieht sich noch auf eine Verkaufsfläche von max. 1.400 m². Aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse hat die Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG ihre Planung zwischenzeitlich jedoch überarbeitet, sodass die aktuelle Planung eine maximale Verkaufsfläche von 1.100 m² vorsieht.

Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

Am Grubenbahnhof 7 · D-66299 Friedrichsthal · Telefon: +49 (0) 6897/943-0 · Telefax: +49 (0) 6897/943-180

Bankverbindung: Commerzbank AG · SWIFT: DRES DE FF 620 · IBAN: DE93 6208 0012 0703 6036 00

Sitz: Friedrichsthal · Registergericht Saarbrücken · HRA 8885 · USt.-IdNr.: DE813388823





Die Auswirkungsanalyse der GMA (Stand: 23.12.2020) ist zu folgendem Fazit gekommen:

Konzentrations- und Kongruenzgebot (Z 42, Z 44 LEP, Teilabschnitt „Siedlung“):

- „Die Stadt Homburg ist nach den Festlegungen des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“, als Mittelzentrum eingestuft. Die Kernstadt als „Hauptort“, übernimmt für den zugeordneten Verflechtungsbereich (Nahbereich = Einöd, Homburg, Jägersburg, Kirrberg, Wörschweiler) eine Versorgungsfunktion für Güter und Dienstleistungen des kurzfristigen täglichen Bedarfs. In Homburg-Einöd ist das Vorhaben insofern nur dann zulässig, wenn es der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung dient und eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist. Das Vorhaben trägt zum Ausbau bzw. zur Verbesserung der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln im Stadtteil Homburg-Einöd bei. Festzuhalten bleibt, dass der Lidl-Markt ein Einzugsgebiet erschließen wird, das über die Stadt Homburg hinaus auch Teile des Mittelzentrums Zweibrücken (hier: Stadtteil Ernstweiler) umfasst. Dies ist auf die Lage des Planstandortes direkt an der Stadtgrenze zwischen Homburg-Einöd und Zweibrücken-Ernstweiler zurückzuführen. Hier hat sich im Umfeld des Globus SB-Warenhauses ein interkommunaler Standort entwickelt, der auch nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Einzelhandel (u. a. Aldi-Markt, Schuhfachmärkte, Zoofachmarkt) bereitstellt. Das Konzentrations- und Kongruenzgebot wird am Standort nicht eingehalten. Für die Umsetzung der Planung ist eine interkommunale Abstimmung erforderlich.“

Beeinträchtungsverbot (Z 45 LEP, Teilabschnitt „Siedlung“):

- Das Beeinträchtungsverbot würde durch das Vorhaben in der ursprünglich geplanten Dimensionierung von max. 1.400 m² VK verletzt. „Eine Gefährdung des Netto-Marktes an der Heinrich-Spoerl-Straße und damit negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Grundversorgung in Homburg-Einöd kann nicht ausgeschlossen werden. Um die Umverteilungen gegenüber dem Netto-Markt auf ein verträgliches Niveau (< 10 %) zu bringen, wird eine Reduzierung der Verkaufsfläche um 300 m² auf max. 1.100 m² empfohlen.“

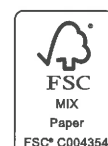
Darüber hinaus bleibt abschließend festzuhalten, dass keine Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in Homburg und Zweibrücken oder an anderer Stelle im Untersuchungsraum ausgelöst werden. Auch sind durch das Vorhaben keine Beeinträchtigungen der wohnortnahen Grundversorgung i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO im Stadtgebiet zu befürchten.“

Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

Am Grubenbahnhof 7 · D-66299 Friedrichsthal · Telefon: +49 (0) 6897/943-0 · Telefax: +49 (0) 6897/943-180

Bankverbindung: Commerzbank AG · SWIFT: DRES DE FF 620 · IBAN: DE93 6208 0012 0703 6036 00

Sitz: Friedrichsthal · Registergericht Saarbrücken · HRA 8885 · USt.-IdNr.: DE813388823





Städtebauliches Integrationsgebot (Z 46 LEP, Teilabschnitt „Siedlung“):

- „Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um eine teil-integrierte Lage mit eingeschränktem Wohngebietsbezug. Der Standort ist als Pkw-orientierte Lage einzustufen, er stellt aber keinen klassischen „Grüne Wiese Standort“ dar. Der gesamte Bereich ist bereits als Handelslage etabliert und wurde zuletzt mit der Ansiedlung eines Action-Marktes auf Zweibrücker Gemarkung weiter ausgebaut. Im
-
-
- weiteren Umfeld sind mittel- und großflächige Einzelhandelsbetriebe (u. a. Globus, Aldi, diverse Fachmärkte) prägend.
Durch die Lage an der Ernstweiler Straße (L 110), die als Verbindungsstraße zwischen den Mittelzentren Homburg und Zweibrücken dient, besteht eine gute verkehrliche Erreichbarkeit aus dem Stadtgebiet. Zwei Bushaltepunkte (Neunmorgenstraße in Homburg-Einöd bzw. Kaplaneihof in Zweibrücken-Ernstweiler) liegen nur wenige Schritte entfernt. Damit ist der Standort auch für nicht-motorisierte Bevölkerungsgruppen gut zu erreichen.“

Aus einzelhandelsgutachterlicher Sicht bestehen somit bei Realisierung einer Lidl-Filiale mit einer Verkaufsfläche von maximal 1.100 m² keine wesentlichen Bedenken. Eine interkommunale Abstimmung wird für die Umsetzung der Planung jedoch empfohlen.

Die Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG beantragt hiermit die Aufstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes mit Vorhaben- und Erschließungsplan „Lidl-Filiale Ernstweilerstraße Einöd“ (Lidl-Filiale mit einer Verkaufsfläche von 1.100 m²) und damit die Einleitung des entsprechenden Verfahrens nach § 12 BauGB in der Fassung der Bekanntmachung vom 03. November 2017 (BGBl. I S. 3634), unter Berücksichtigung der aktuell gültigen Änderungen. Mit der Erstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes und der Durchführung des Verfahrens soll die Kernplan Gesellschaft für Städtebau und Kommunikation mbh, Kirchenstraße 12, 66557 Illingen, beauftragt werden.

Die Vorhabenträgerin erklärt sich hiermit bereit, die Kosten der Planung zu übernehmen. Das Vorhaben soll innerhalb einer noch zu bestimmenden Frist verwirklicht werden. Genaue vertragliche Regelungen hierzu sollen im zu schließenden Durchführungsvertrag getroffen werden, der Bestandteil des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes mit Vorhaben- und Erschließungsplan und damit Voraussetzung für die Satzung ist.

Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

Am Grubenbahnhof 7 · D-66299 Friedrichsthal · Telefon: +49 (0) 6897/943-0 · Telefax: +49 (0) 6897/943-180

Bankverbindung: Commerzbank AG · SWIFT: DRES DE FF 620 · IBAN: DE93 6208 0012 0703 6036 00

Sitz: Friedrichsthal · Registergericht Saarbrücken · HRA 8885 · USt.-IdNr.: DE813388823





Für weitere Rückfragen steht der Unterzeichner Ihnen und dem zuständigen Ausschuss gerne zur Verfügung.

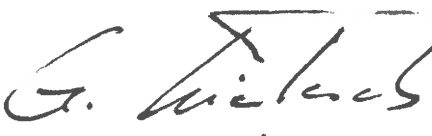
Über eine kurzfristige, positive Antwort würden wir uns sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen

Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG,


Wilfried Simon

Eigentümer Fläche


G. Friedrich

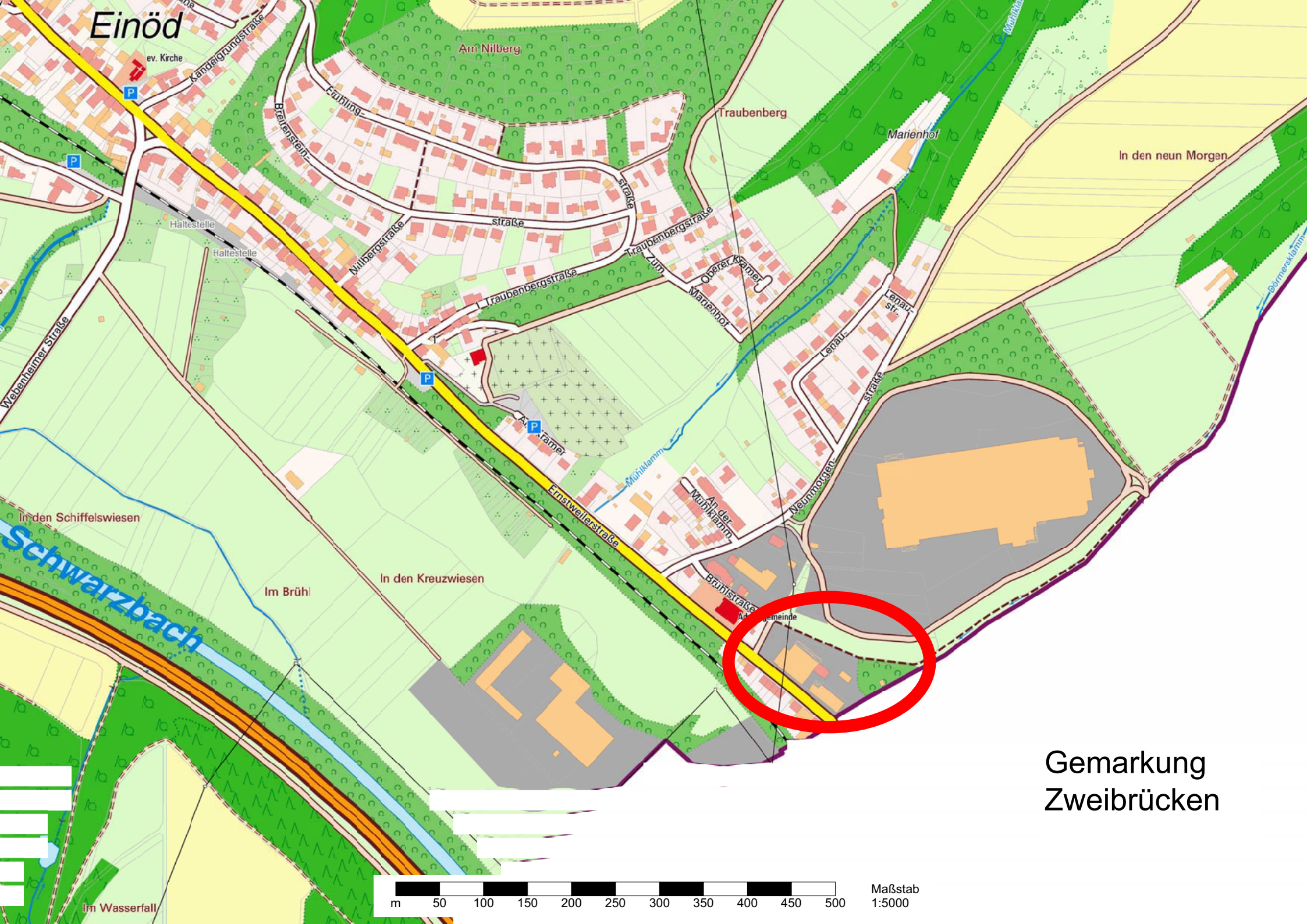
Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

Am Grubenbahnhof 7 · D-66299 Friedrichsthal · Telefon: +49 (0) 6897/943-0 · Telefax: +49 (0) 6897/943-180

Bankverbindung: Commerzbank AG · SWIFT: DRES DE FF 620 · IBAN: DE93 6208 0012 0703 6036 00

Sitz: Friedrichsthal · Registergericht Saarbrücken · HRA 8885 · USt.-IdNr.: DE813388823





Einöd

ev. Kirche

Am Nilberg

Traubenberg

Marienhof

In den neun Morgen

Haltestelle

Haltestelle

P

P

P

Schwarzbach

Im den Schiffelswiesen

Im Brühl

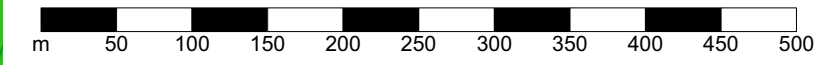
In den Kreuzwiesen

An der Mühlkamm

Brühlstraße

Ad. Gemeinde

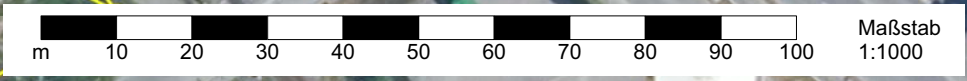
Gemarkung
Zweibrücken



Maßstab
1:5000

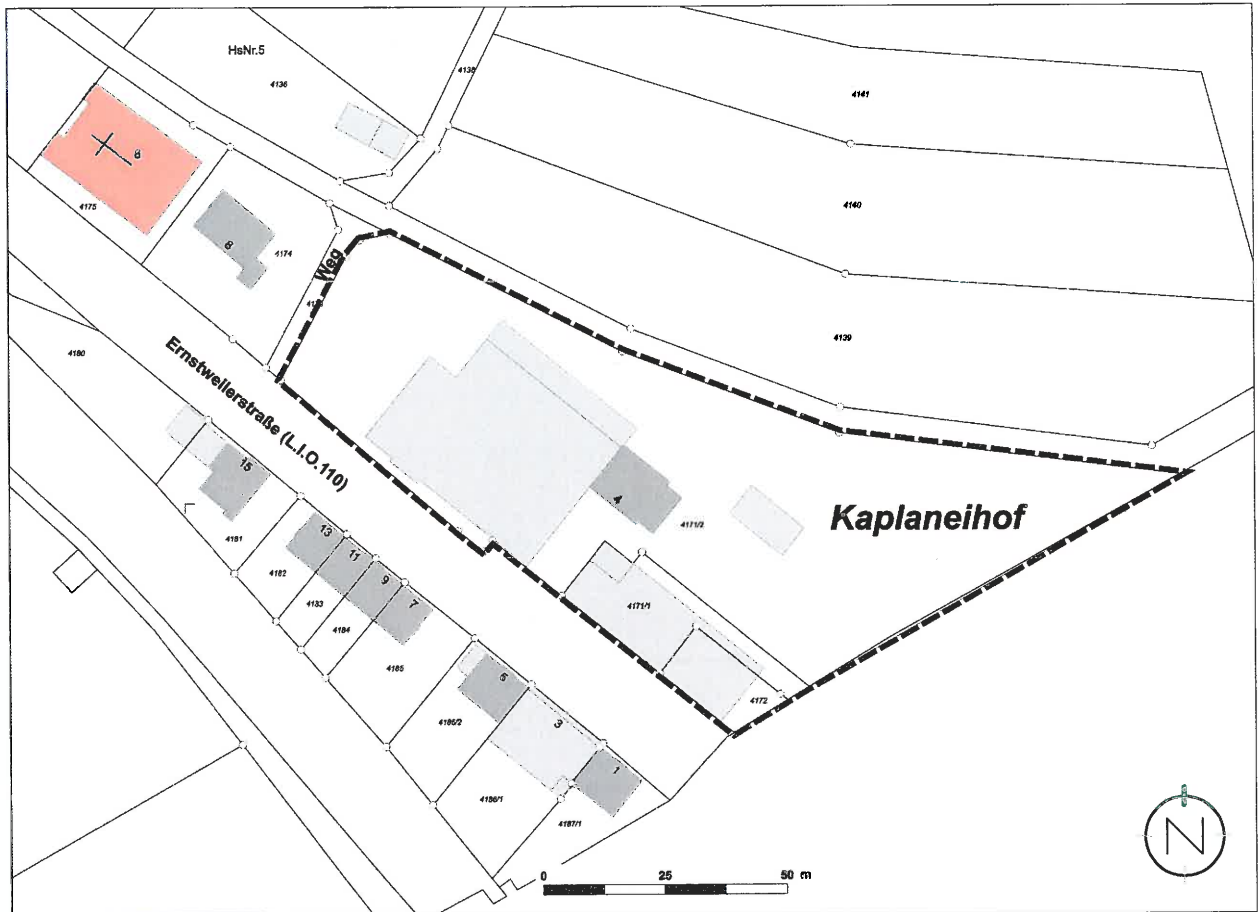
Im Wasserfall

Kartendarstellungen mit Überlagerung des Katasterbestandes können zu Fehlinterpretationen führen.
Die Lage der Grundstücksgrenze zur Örtlichkeit ist letztlich nur durch eine örtliche, amtliche Vermessung feststellbar.



Anlage 1 - Lageplan, ohne Maßstab

Geltungsbereich des vorhabenbezogenen Bebauungsplans mit Vorhaben- und Erschließungsplan „Lidl-Filiale Ernstweilerstraße Einöd“ in der Kreisstadt Homburg, Stadtteil Einöd



Quelle und Stand Katastergrundlage: LVGL Saarland, 29.01.2021; Bearbeitung: Kernplan

Anlage 3 – Ansicht neues Filialgebäude

zum Neubau der Lidl-Filiale Ernstweilerstraße 4 in Homburg-Einöd



Quelle: Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

Anlage 4 – aktuelle Fotos Plangebiet



Blick auf das Plangebiet aus Richtung Süden; Quelle Foto: Kernplan GmbH, Stand: 02.02.2021




Blick auf das Plangebiet aus Richtung Westen; Quelle Foto: Kernplan GmbH, Stand: 02.02.2021



Blick auf das Plangebiet aus Richtung Osten; Quelle Foto: Kernplan GmbH, Stand: 02.02.2021



Blick auf die bestehenden Grün- und Gehölzstrukturen im rückwärtigen Grundstücksbereich;
Quelle Foto: Kernplan GmbH, Stand: 02.02.2021



Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Lidl-Lebensmittelmarktes in Homburg-Einöd, Ernstweiler Straße 4

AUFTRAGGEBER: Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG, Friedrichsthal

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Niederlassungsleitung
Dipl.-Geogr. Anna-Lena Kettenhofen

Ludwigsburg, den 23.12.2020

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.

Titelbild: <https://www.lidl-immobilien.de/Filialkonzepte/Basisfiliale>



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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Aufgabenstellung	4
2. Einordnung der Projektplanung	5
3. Vorhabenbeschreibung	6
4. Rechts- und Planungsrahmen	8
II. Standortbeschreibung und -bewertung	11
1. Makrostandort Homburg / Saar	11
2. Mikrostandort „Ernstweiler Straße“	14
3. Fazit der Standortbewertung	15
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	18
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens	18
2. Vorhabenrelevante Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale	19
IV. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation	21
1. Angebots- und Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	21
2. Angebots- und Wettbewerbssituation im weiteren Untersuchungsraum	23
2.1 Homburger Stadtgebiet	23
2.2 Zweibrücker Stadtgebiet	24
2.3 Blieskastel	24
3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbsanalyse	25
V. Auswirkungsanalyse	27
1. Umsatzprognose für den erweiterten Lidl-Markt	27
2. Umsatzzumlenkungen	28
3. Wettbewerbliche und städtebauliche Auswirkungen	29
4. Raumordnerische Prüfung	32
VI. Zusammenfassung	34

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, Ludwigsburg, wurde von der Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG, Friedrichsthal, mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die geplante Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Homburg / Saar beauftragt.

Die Planung sieht vor, einen Lidl-Lebensmitteldiscounter (Typ „Basisfiliale“ mit max. 1.400 m² Verkaufsfläche) im Stadtteil Homburg-Einöd an der Ernstweiler Straße Nr. 4 anzusiedeln. Für das Plangrundstück soll voraussichtlich ein vorhabenbezogener Bebauungsplan mit Ausweisung eines „Sondergebietes Einzelhandel“ aufgestellt werden. Für die Beurteilung der Zulässigkeit ist somit § 11 Abs. 3 BauNVO anzuwenden. Im Rahmen einer Auswirkungsanalyse gilt es zu prüfen, ob das Vorhaben negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen in Homburg / Saar bzw. in Nachbarkommunen erwarten lässt. Darüber hinaus sind die Ziele der Raumordnung und Landesplanung zu berücksichtigen. Die vorliegende Untersuchung soll als Entscheidungshilfe im Rahmen des politischen Prozesses und im Genehmigungsverfahren dienen.

Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- /// Projektbeschreibung, Rechts- und Planungsrahmen
- /// Bewertung der Standortrahmenbedingungen am Makrostandort Homburg / Saar sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes Ernstweiler Straße im Stadtteil Einöd
- /// Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes für den geplanten Lidl-Markt und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Untersuchungsraum (= Angebots- und Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose und -herkunft
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum sowie Untersuchung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens
- /// Überprüfung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Zielen des Landesentwicklungsplans, Teilabschnitt „Siedlung“ (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Städtebauliches Integrationsgebot, Beeinträchtigungsverbot).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im November 2020 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und auf EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Einordnung der Projektplanung

Zur Einordnung des Lidl-Lebensmitteldiscounters und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden zunächst die wichtigsten Charakteristika kurz dargestellt:

Bei Lebensmittelmärkten ist bezüglich der Sortimente zwischen dem Kernsortiment (= Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten 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, auch „Nearfood“ genannt) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.¹
- / Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter seit Langem den größten Marktanteil ein (ca. 45 % im Jahr 2019, gemessen am Umsatz). Auf Supermärkte entfallen knapp 31 %, auf Große Supermärkte ca. 10 %, auf SB-Warenhäuser ca. 11 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 3 %.²
- / Hinsichtlich der **Artikelzahl** beschränken sich Discounter auf ein straffes Sortiment aus Artikeln, die häufig nachgefragt werden (sog. „Schnelldreher“). Im Durchschnitt bieten Discounter daher nur rund 2.300 Artikel an, Supermärkte dagegen im Mittel rund 11.800 Artikel, Große Supermärkte sogar rund 25.000 Produkte (vgl. Tabelle 1). Jedoch sind Discounter wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei den deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte und Große Supermärkte) profilieren sich dagegen v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service und persönliche Kundenansprache.

Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 793 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.029 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.344 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, Sortimentsbreitenerhebung

¹ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 363.

² Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 78; GMA-Berechnungen.

- /// Der **Angebotsschwerpunkt** eines Lebensmitteldiscounters liegt bei nahversorgungsrelevanten Waren (vgl. Tabelle 1). Auch wenn Discounter auch signifikante Umsätze mit Non-food-Randsortimenten und -Aktionswaren generieren, liegt ihr Umsatzschwerpunkt eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln (bei Lidl ca. 80 %, bei anderen Betreibern teilweise höher). Bezüglich der Artikelzahlen an nahversorgungsrelevanten Waren (Food und Nonfood I) ergibt sich bei Discountern ein Anteil von ca. 88 %.
- /// Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Discounter mit ihrem gestrafften Angebot derzeit 793 m² auf. Vollsortimenter benötigen dagegen wegen ihres tieferen Sortiments größere Flächen (Supermärkte durchschnittlich 1.031 m² VK, Große Supermärkte durchschnittlich ca. 3.381 m² VK).³ Mittlerweile werden allerdings von den Discount-Betreibern Größen zwischen 1.000 und 1.500 m² VK als marktgerecht angestrebt. Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für den steigenden Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben.
- /// Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – sowohl bei Vollsortimentern als auch bei Discountern – eine sukzessive **Ausweitung der Sortimente** mit sich gebracht. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preisbereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel).
- /// Ein weiterer unabdingbarer Erfolgsfaktor für Discounter ist eine **problemlose verkehrliche Erreichbarkeit**, so dass gut angebundene Standorte mit guter Lage zu Hauptverkehrsachsen bevorzugt werden.

3. Vorhabenbeschreibung

In Homburg-Einöd ist eine Lidl-Filiale der neuesten Filialgeneration (Typ „Basisfiliale“ mit rd. 1.400 m² Verkaufsfläche) geplant, die auf ein nachhaltiges Technologiekonzept sowie einen hohen Kundenkomfort setzt.

Die Basisfiliale zeichnet sich nach Angaben der Fa. 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.⁴ Unmittelbare Sortimentserweiterungen gegenüber kleineren Filialen sind mit dem neuen Filialtyp jedoch nicht verbunden. Der geplante Lidl-Markt in Homburg-Einöd wird ein

³ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 79 f.; GMA-Berechnungen.

⁴ Andere Typen sind „Metropolfilialen“ (besonders groß, meist mit integrierten Parkierungsflächen im Erdgeschoss) oder „Innenstadtfilialen“ (etwa als Funktionsunterlagerung von historischen Gebäuden in Innenstadtlagen). Quelle: <https://unternehmen.lidl.de/newsroom/immobilien>; abgerufen am 02.12.2020.

betriebertypisches Sortimentsspektrum offerieren, das sich nicht von anderen Lidl-Filialen in der Region unterscheidet.



Lidl-Konzept Basisfiliale außen



Lidl-Konzept Basisfiliale innen

Lidl-Märkte sind Filialbetriebe, deren Ursache für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch bei dem geplanten Markt in Homburg-Einöd 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 Märkte.

Die **Fa. Lidl**, die zusammen mit Aldi zu den Marktführern unter den deutschen Lebensmittel-discountern zählt, betreibt im gesamten Bundesgebiet derzeit rd. 3.200 Filialen.⁵ Das spezielle **Betriebskonzept** des Unternehmens 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. bei losem Obst und Gemüse), aber auch Markenprodukte.

⁵ Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Hahn Real Retail Estate Report Germany 2020/2021.

Im Durchschnitt weisen Lidl-Märkte einen **Bruttoumsatz** von ca. 6,7 – 6,8 Mio. € je Filiale und eine durchschnittliche **Flächenleistung** von ca. 7.420 € / m² VK auf (bei einer durchschnittlichen Filialgröße von ca. 909 m² VK).⁶

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:⁷

- „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 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. Folgende Ziele sind zu beachten⁸:

⁶ Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Hahn Real Retail Estate Report Germany 2020/2021, S. 31; Angaben für 2019.

⁷ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

⁸ Quelle: Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“ vom 1. Juli 2006.

- 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 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.*
- 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 Einzelhandels-
einrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sicherzustellen (interkom-
munales Abstimmungsgebot).“*

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Homburg / Saar

Die Kreis- und Universitätsstadt Homburg / Saar ist mit rd. 41.800 Einwohnern nach der Landeshauptstadt Saarbrücken und Neunkirchen die drittgrößte Stadt des Saarlandes. Sie liegt im Saarpfalz-Kreis und grenzt im Osten an das Land Rheinland-Pfalz an. Zu den direkt angrenzenden Nachbargemeinden zählen die Städte Bexbach und Blieskastel sowie die Gemeinden Kirkel (alle im Saarland), die Städte Zweibrücken und Waldmohr sowie die Gemeinden Bruchmühlbach-Miesau, Bechhofen und Käshofen (alle in Rheinland-Pfalz).

Die Stadt Homburg nimmt gemäß Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“ die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums ein.⁹ Damit kommt ihr eine Versorgungsfunktion über die eigene Stadtgrenze hinweg auch für das Umland zu. Im zugeordneten mittelzentralen Verflechtungsbereich leben etwa 70.000 Einwohner. Die Städte Neunkirchen, Blieskastel, St. Ingbert und Zweibrücken (RP) sind weitere Mittelzentren der Region. In kurzer Distanz, nur rd. 35 km entfernt, liegen die Oberzentren Saarbrücken und Kaiserslautern (RP).

In **verkehrlicher Hinsicht** ist die Stadt Homburg über die A 6 (Saarbrücken – Kaiserslautern; AS Waldmohr bzw. Homburg) sowie die A 8 (Perl – Pirmasens; AS Einöd) an das überregionale Straßennetz angebunden. Westlich des Stadtgebiets schließt das Autobahnkreuz Neunkirchen (A 6 / A 8) an. Die Bundesstraße B 423 (von der deutsch-französischen Grenze bei Mandelbachtal – Altenglan) verläuft in Nord-Süd-Richtung als zentrale Verkehrsachse durch das Stadtgebiet und durchquert hier auch den Stadtteil Einöd.

Des Weiteren ist die Stadt Homburg an den Bahnverkehr angebunden (u. a. mit Verbindungen in Richtung Kaiserslautern, Saarbrücken, Trier). Innerörtlich erfolgt eine Erschließung an den ÖPNV durch Busverbindungen des Saarländischen Verkehrsverbundes (saarVV).

Die Kreisstadt Homburg umfasst neben der Kernstadt (Homburg-Mitte) neun weitere, z. T. mit dem Stadtkern zusammengewachsene Stadtteile.¹⁰ Mit rd. 12.400 Einwohnern bzw. rd. 30 % der Bevölkerung bildet der Stadtteil Homburg-Erbach noch vor dem Stadtteil Homburg-Mitte (rd. 12.000 EW) den Einwohnerschwerpunkt. **Homburg-Einöd** liegt ganz im Süden der Kreisstadt und schließt im Südosten an das Mittelzentrum Zweibrücken an. Zum Stadtteil Einöd gehören die Orts- bzw. Stadtteile Einöd, Ingweiler und Schwarzenacker. In Homburg-Einöd leben aktuell rd. 3.400 Einwohner bzw. rd. 8 % der gesamtstädtischen Bevölkerung¹¹.

Im Zeitraum von 2000 bis 2014 hat die Bevölkerungszahl in Homburg kontinuierlich abgenommen. Diese Entwicklung war auch für den Saarpfalz-Kreis und das gesamte Saarland festzustellen. Seit 2014 haben sich die Zahlen jedoch wieder stabilisiert bzw. sind in Homburg sogar leicht angestiegen (+ 0,9 %; vgl. hierzu Tabelle 2).¹² Langfristig ist für die Stadt Homburg von einer abnehmenden Bevölkerungszahl auszugehen.

⁹ Dem mittelzentralen Verflechtungsbereich zugeordnet sind neben der Stadt Homburg noch die Stadt Bexbach sowie die Gemeinde Kirkel.

¹⁰ Dies sind Beeden, Bruchhof-Sanddorf, Einöd, Erbach, Jägersburg, Kirrberg, Reiskirchen, Schwarzenbach und Wörschweiler.

¹¹ Quelle: Stadt Homburg, Einwohner nach Stadtteilen, Stand: 01.11.2020.

¹² Quelle: Statistisches Amt Saarland, Stand: 30.06.2020.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung in der Region

Kommune / LK / Land	Einwohner		Entwicklung 2014 – 2020	
	2014	2020	absolut	in %
Homburg / Saar	41.438	41.799	+361	+0,9
Saarpfalz-Kreis	143.683	141.793	-1.890	-1,3
Saarland	989.884	984.851	-5.033	-0,5

Quelle: Statistisches Am Saarland, Stand: jeweils zum 30.06. des Jahres.
GMA-Berechnungen 2020

Mit über 30.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hat sich Homburg einen Namen als **Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort** gemacht. Mit ca. 766 Beschäftigten je 1.000 Einwohnern weist die Stadt Homburg eine Arbeitsplatzdichte auf, die weit über dem Landkreisschnitt liegt (vgl. Saarpfalz-Kreis: 468). Für Homburg ist ein positiver Pendlersaldo von ca. 17.000 Personen festzuhalten: ca. 23.140 Einpendler stehen ca. 6.150 Auspendlern gegenüber. Damit übernimmt die Stadt Homburg eine wichtige Funktion als Arbeitsplatzstandort im Saarpfalz-Kreis bzw. in die Region.¹³ Größte Arbeitgeber am Ort sind die Robert-Bosch GmbH sowie das Universitätsklinikum des Saarlandes mit jeweils rd. 5.500 Mitarbeiter.

Im **Einzelhandel** verfügt die Kreisstadt Homburg über eine gesamtstädtische Verkaufsfläche von rd. 128.400 m². Insgesamt setzt der Homburger Einzelhandel einen Umsatz i. H. von rd. 367,3 Mio. € um (Stand 2015).¹⁴

Nahezu die Hälfte der Verkaufsfläche ist im Stadtteil Homburg-Mitte verortet, wo sich auch das **Hauptzentrum** (zentraler Versorgungsbereich) befindet. Daneben wurden drei **Nebenzentren** (Stadtteilzentren)¹⁵ sowie verschiedene **Nahversorgungsschwerpunkte** (städtebaulich integrierte Lage; besonders schützenswert i. S. des § 11 Abs. 3 BauGB) und sonstige Grundversorgungsstandorte (nicht oder teil-integriert; nicht schützenswert) festgesetzt.

Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels befinden sich in den Stadtteilen Einöd (u. a. Globus SB-Warenhaus, Möbel Braun) und Erbach (u. a. Fachmarktstandort Lappentascherhof und Rohrwiesen).

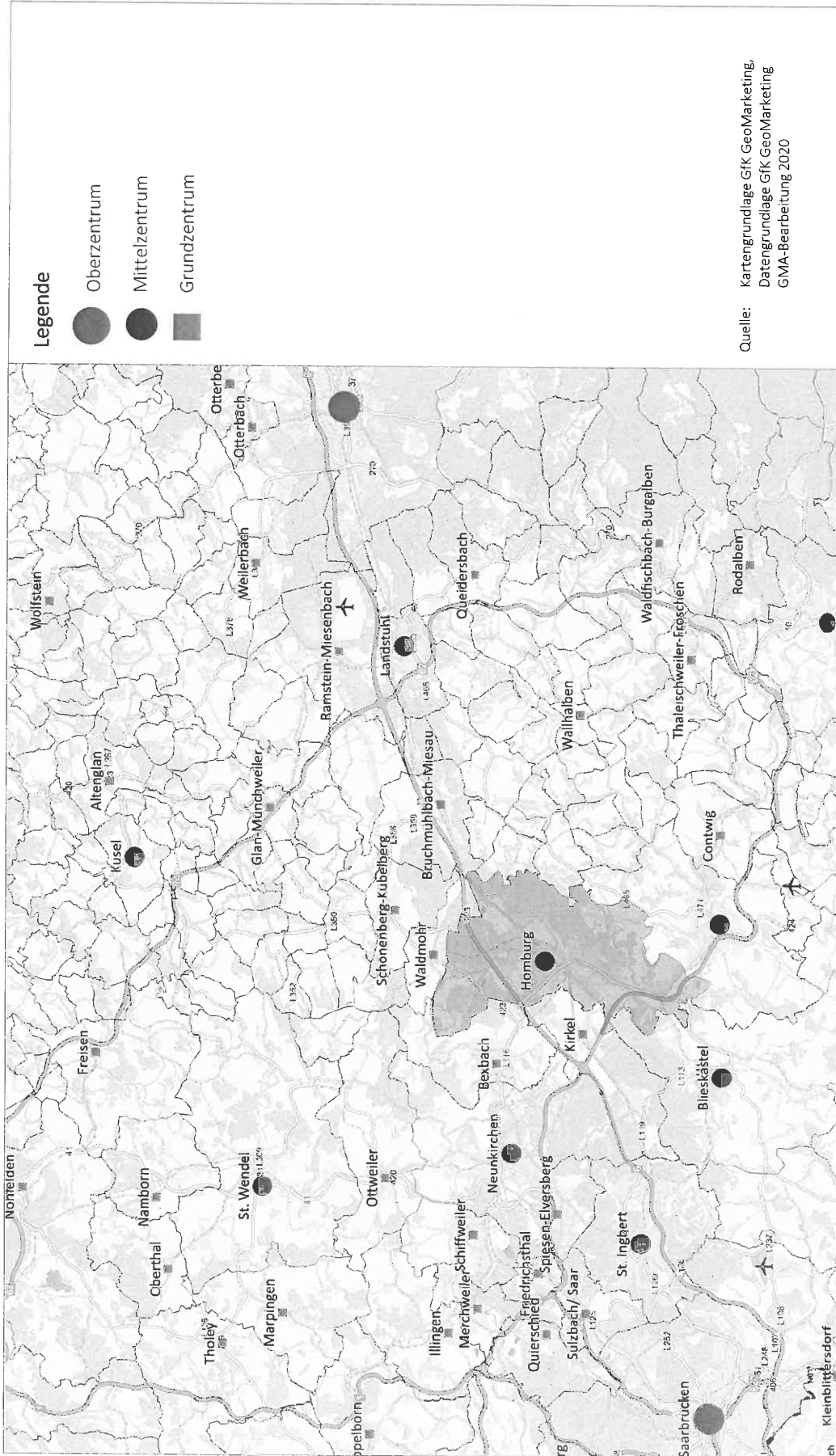
¹³ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2019.

¹⁴ Quelle: isoplan-Marktforschung, Dr. Schreiber & Kollegen GbR: Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Homburg, Fortschreibung 2015, überarbeitete Version vom 10.07.2015.

¹⁵ Erbach, Kirrberg, Jägersburg.

AUSWIRKUNGSANALYSE ANSIEDLUNG LIDL-LEBENSMITTELMARKT
IN HOMBURG / SAAR, ERNSTWEILER STRASSE 4

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



2. Mikrostandort „Ernstweiler Straße“

Der **Planstandort** liegt im Stadtteil Homburg-Einöd, direkt an der Stadtgrenze zu Zweibrücken (vgl. Karte 2). Es handelt sich hierbei um ein rd. 0,75 ha großes Grundstück (Flurstück-Nr. 4171/1, 4171/2, 4172), welches aktuell noch durch ein Autohaus belegt ist. Geplant ist, das bestehende Gebäude abzureißen und durch einen Lidl-Neubau (Typ „Basisfiliale mit 1.400 m² VK) mit ebenerdig vorgelagerten Stellplätzen zu ersetzen.

Die **Nutzungsstruktur** im Umfeld des Planstandortes kann als gemischt bezeichnet werden. In östlicher Richtung (Gemarkung Zweibrücken) sind zunächst ein Action-Markt (Nonfood-Discounter) sowie ergänzende Einrichtungen (u. a. Spielothek, Bäckerei Barbarossa mit Café) ansässig. Nördlich bzw. östlich im Bereich „Saarpfalz-Straße“ besteht ein interkommunaler Standort zusammen mit der Stadt Zweibrücken, der nahversorgungsrelevanten und innenstadtrelevanten Einzelhandel umfasst. Auf Homburger Seite ist mit dem SB-Warenhaus Globus ein großformatiger Magnetbetrieb ansässig, der zugehörige Globus-Getränkemarkt befindet sich bereits auf Zweibrücker Gemarkung. Darüber hinaus sind hier noch verschiedene Nonfood-Fachmärkte (u. a. Deichmann, Schuhmarke, Fressnapf), ein Sanitätshaus (Speer) sowie Gewerbebetriebe (u. a. Autohaus, Druckerei) ansässig. Weiter südlich, an der Ecke Ernstweiler Straße / Homburger Straße, befindet sich eine Filiale des Discounters Aldi Süd (vgl. hierzu Karte 2).

Auf der gegenüberliegenden Straßenseite schließen mehrere Wohngebäude an, weiter südlich befindet sich das Werk des US-Bau- und Landmaschinenherstellers John Deere, der mit rd. 1.100 Beschäftigten zu den größten Arbeitgebern der Stadt Zweibrücken gehört. Die Werksgebäude liegen sowohl auf Zweibrücker als auch auf Homburger Gemarkung.

In westlicher Richtung sind im Umfeld des SB-Warenhaus Globus verschieden Einzelhandelsbetriebe (u. a. Anbieter für Heimtierbedarf, ein Elektrofachgeschäft, ein Möbelgeschäft) sowie eine Adventisten-Freikirche standortbestimmend. Dazwischen sind immer wieder vereinzelt Wohnnutzungen prägend. Der Standort ist als teil-integriert mit eingeschränktem Wohngebietsbezug zu qualifizieren, der nur von einem geringen Teil der Bevölkerung fußläufig erreichbar sein wird. Die Distanz bis zu den verdichteten Wohnsiedlungsbereichen des Stadtteils Homburg-Einöd bzw. nach Zweibrücken-Ernstweiler beträgt jeweils rd. 550 m. Damit ist der Planstandort in erster Linie als autokundenorientierte Lage einzustufen.



Planstandort Lidl, Ernstweiler Straße 4



Ernstweiler Straße, Blickrichtung Ortsausgang



Standortumfeld Action-Markt, Spielothek, Bäckerei



Standortumfeld Wohnnutzungen Ernstweiler Straße



ÖPNV-Haltepunkt „Neunmorgenstraße“



Einzelhandel, Wohnen im Umfeld Globus

GMA-Aufnahme 2020

Der Planstandort weist eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** auf. Für den ruhenden Verkehr ist eine ausreichende Zahl an Stellplätzen (114 Stück) vorgesehen.

Die **Erschließung** des Lidl-Marktes erfolgt über die Ernstweiler Straße (L 110), die in Richtung Norden zunächst den Stadtteil Homburg-Einöd durchquert und dann einen Anschluss an die B 432 Richtung Homburg-Schwarzenbach und Wörschweiler sowie weiter Richtung Homburg-Mitte (rd. 8,5 km entfernt) herstellt. Auf Zweibrücker Gebiet führt sie als Homburger Straße zunächst durch den Stadtteil Ernstweiler und danach weiter Richtung Zweibrücken-Mitte (rd. 2,5 km entfernt).

Ein Anschluss an den **ÖPNV** ist über zwei Bushaltepunkte im Umfeld sichergestellt („Neunmorgenstraße“ in Homburg-Einöd; Linie 562, R7 bzw. „Kaplaneihof“ in Zweibrücken-Ernstweiler, Linie 222, 562, R7). Damit ist der Standort auch für nicht-motorisierte oder weniger mobile Kunden aus dem Homburger und Zweibrücker Stadtgebiet gut zu erreichen.

3. Fazit der Standortbewertung

Die wesentlichen Eigenschaften des Projektstandortes, welche die Grundlage für die Einschätzung der Marktbedeutung des Lidl-Marktes bilden, können wie folgt zusammengefasst werden:

Positive Standortfaktoren:

- + Homburg als Mittelzentrum sowie Wirtschafts- und Verwaltungsstadt mit weitreichender Versorgungsfunktion; hohe Arbeitsplatzzentralität
- + gute verkehrliche Erschließung (Standort liegt direkt an der Haupterschließungsstraße L 110 zwischen den Mittelzentren Homburg und Zweibrücken)
- + erhebliches Streukundenpotenzial durch Beschäftigte und Berufspendler (u. a. John Deere-Werk im Standortumfeld) sowie Kunden des Globus SB-Warenhaus
- + gute Grundstückseigenschaften (exponierte Lage, Flächenzuschnitt, ausreichende Flächengröße für einen modernen Lidl-Neubau inkl. erforderlicher Stellplatzzahl)
- + ÖPNV-Anbindung (Haltepunkt „Neunmorgenstraße“ bzw. „Kaplaneihof“)
- + etablierter Versorgungsstandort; Interkommunaler Standort „Saarpfalzstraße“ mit mittel- und großflächigem Einzelhandel (u. a. Globus, Aldi, diverse Fachmärkte).

Negative Standortfaktoren:

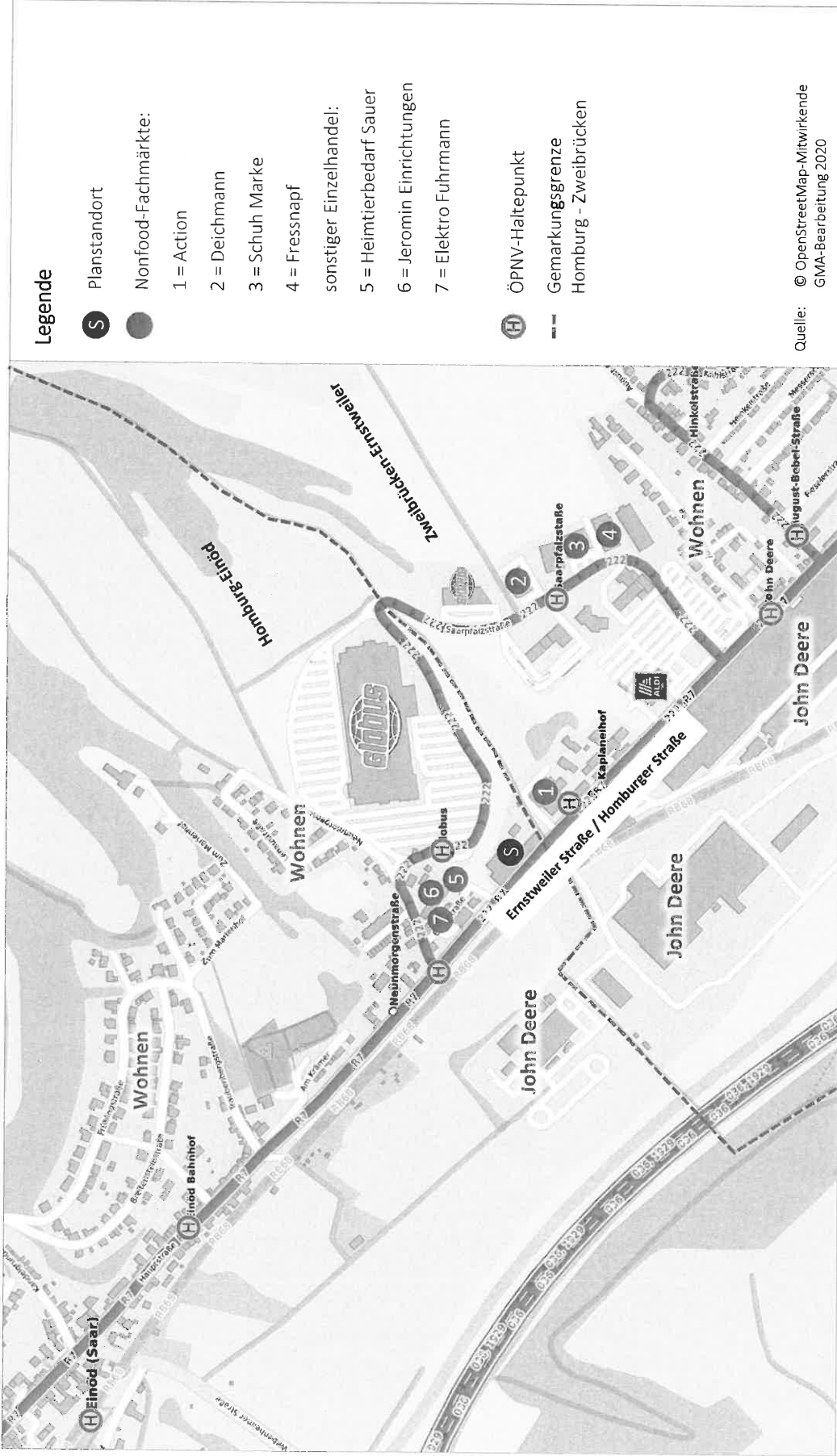
- starker Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel in Homburg und Zweibrücken, darunter auch andere Lidl-Filialen
- autokundenorientierte Lage mit sehr eingeschränkter fußläufiger Versorgungsfunktion (geringer Wohnanteil im fußläufigen Nahbereich).

Zusammenfassend sind aus **betrieblicher Sicht** die Standortrahmenbedingungen für den geplanten Lidl-Markt an der Ernstweiler Straße 4 in Homburg-Einöd als gut zu bewerten. Hervorzuheben sind v. a. die gute Exposition sowie die Flächeneigenschaften des Standortes, die verkehrliche Erreichbarkeit sowie die Lage zwischen den Mittelzentren Homburg und Zweibrücken. Auf der anderen Seite bringt das hohe Einwohnereinkommen der Mittelzentren auch eine hohe Wettbewerbsintensität mit sich, sodass die räumliche Ausstrahlung des Lidl-Marktes im Wesentlichen auf den Stadtteil Homburg-Einöd sowie direkt angrenzende Bereiche (v. a. Zweibrücken-Erstweiler) begrenzt bleiben wird.

Aus **versorgungsstruktureller Sicht** ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei dem Standort um einen etablierten Versorgungsplatz im örtlichen Angebotsgefüge handelt, der mit dem SB-Warenhaus Globus und weiteren Fachmärkten im Umfeld eine zentrale Position besetzt. Der Planstandort ist in erster Linie als autokundenorientierte Lage einzustufen und weist nur einen eingeschränkten Wohngebietsbezug auf.

Aus **städtebaulicher Sicht** handelt es sich um eine teil-integrierte Lage, die durch eine lockere Wohnbebauung im Umfeld gekennzeichnet ist. Der gesamte Standortbereich ist als Scharnierlage zwischen den Stadtteilen Homburg-Einöd und Zweibrücken-Erstweiler schon heute durch z. T. auch großflächigen Einzelhandel geprägt. Zuletzt ist mit dem Action-Markt ein Non-Food-Discounter auf Zweibrücker Gemarkung hinzugekommen.

Karte 2: Mikrostandort „Ernstweiler Straße“



III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens

Der Abgrenzung des Einzugsgebietes für den geplanten Lidl-Markt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung auszugehen. Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen im Untersuchungsraum
- /// Filialnetz des Betreibers
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Da sich das Angebotskonzept der Fa. Lidl nur geringfügig von dem anderer Lebensmitteldiscounter unterscheidet, kann der geplante Markt in konzeptioneller Hinsicht kein Alleinstellungsmerkmal erreichen. Generell entwickeln Discounter nur kurze räumliche Absatzreichweiten, da sie standardisierte, auch im Vergleich zwischen den Unternehmen praktisch austauschbare Sortimente aus wenigen, schnell drehenden Produkten des Grundbedarfs haben und die Produkte generell einen niedrigen Warenwert (= Preis je Artikel) aufweisen. Hierbei ist auch die im Untersuchungsraum sehr hohe Dichte an Lebensmitteldiscountern zu berücksichtigen (vgl. Kapitel IV.). Die Absatzradien bewegen sich deshalb zumeist nur im Bereich weniger Kilometer bzw. innerhalb von maximal 5 bis 10 Minuten Pkw-Fahrzeit. Die Marktreichweite des Planobjektes wird in erster Linie durch die vorhandenen Wettbewerber begrenzt. Einschränkend auf das Einzugsgebiet des Planobjektes wirken insbesondere andere Lidl-Filialen im Untersuchungsraum (vgl. hierzu Karte 4).

Für den Lidl-Markt lässt sich ein Einzugsgebiet abgrenzen, das im Wesentlichen den Stadtteil Homburg-Einöd (Zone Ia) sowie Teilbereiche des Stadtteils Zweibrücken-Ernstweiler (Zone Ib) umfasst. Die Lage des Standortes an der Stadtgrenze lässt gleichermaßen Kundenzuflüsse aus Homburg-Einöd als auch aus Zweibrücken-Ernstweiler erwarten. Darüber hinaus werden die Homburger Stadtteile Schwarzenbach und Wörschweiler als Zone II abgegrenzt. Hier fehlt die notwendige Mantelbevölkerung um einen eigenen Lebensmittelmarkt zu etablieren. Daher übernehmen die Anbieter in Einöd schon heute eine Funktion zur Grundversorgung. Aufgrund

der etwas höheren räumlichen Distanz, aber auch wegen Einkaufsalternativen in Homburg-Mitte ist in Zone 2 von einer etwas geringeren Kundenbindung am Planstandort des Lidl-Marktes auszugehen.

Über das so abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus wird der geplante Lidl-Markt keine regelmäßige Marktdurchdringung erreichen können. Das Einzugsgebiet wird v. a. durch die Präsenz anderer Lidl-Filialen (Homburg 2 Filialen, Zweibrücken 2 Filialen, Blieskastel 1 Filiale) begrenzt. Darüber hinaus sind im Stadtgebiet Homburg bzw. in Zweibrücken eine Vielzahl an Anbieter zu finden. Weitere Umsätze von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (u. a. Kunden des SB-Warenhauses Globus, Pender, Zufallskunden) werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „Streuumsätze“ berücksichtigt.

2. Vorhabenrelevante Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

Bei der **Kaufkraftberechnung** fließen außer den Einwohnerzahlen auch aktuelle Pro-Kopf-Ausgabewerte mit ein, die mit dem örtlichen Kaufkraftniveau gewichtet werden. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die aktuelle laden-einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. 6.210 €. ¹⁶

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Homburg-Einöd, dessen Sortimentsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.285 €. ¹⁷

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁸ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Homburg bei 97,1 und damit auf einem leicht unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). In Zweibrücken liegt die Kaufkraftkennziffer bei 94,9.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren errechnet sich für das Einzugsgebiet des Vorhabens ein **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 18,6 Mio. €** (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Projektrelevante Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet

Zone	Stadtbereich	Einwohner	Einwohner (Anteil in %)	Kaufkraft Food in Mio. €
Ia	Homburg-Einöd*	3.392	40,1	7,5
Ib	Zweibrücken-Ernstweiler (Teilbereich)	2.895	34,3	6,3
II	Homburg-Schwarzenbach, -Wörschweiler	2.165	25,6	4,8
I-II	Einzugsgebiet insgesamt	8.452	100,0	18,6

* Stadtteil Einöd = Einöd, Schwarzenacker, Ingweiler

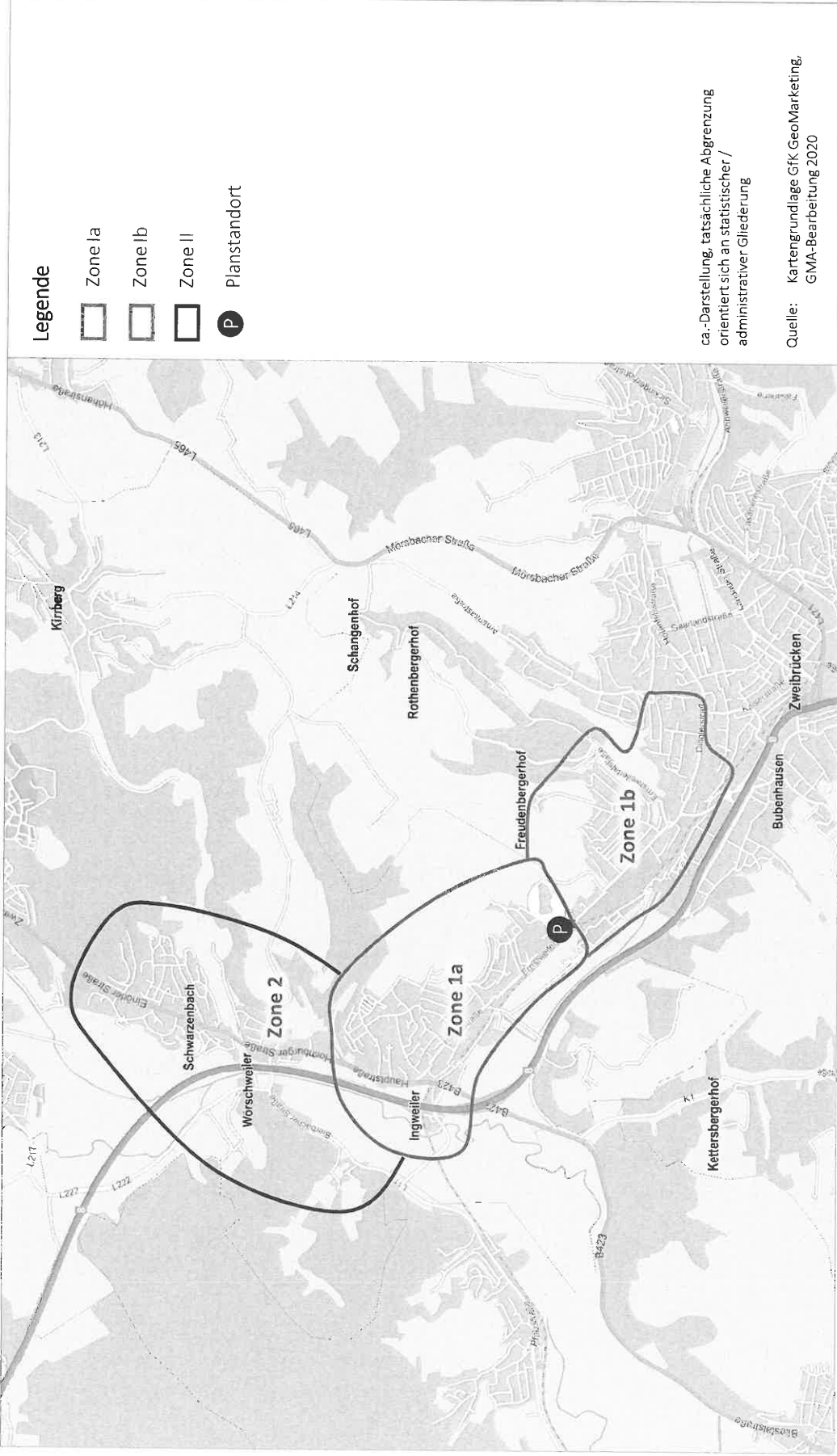
GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

¹⁶ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁷ Ohne Randsortimente (Nonfood I und Nonfood II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁸ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Lidl-Marktes in Homburg-Einöd



IV. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation

Die Bewertung der projektrelevanten Angebots- und Wettbewerbssituation beruht auf einer Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandels durch die GMA im November 2020. Als Wettbewerber des Lidl-Lebensmitteldiscounters gelten grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe, die Lebensmittel im Kernsortiment führen. Infolge der Flächengröße und des Angebotskonzeptes des geplanten Lidl-Marktes ist aber davon auszugehen, dass die wettbewerbliche Auseinandersetzung v. a. mit betriebstypengleichen oder betriebstypenähnlichen Anbietern (Discounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser) erfolgen wird. Als Untersuchungsraum wurde neben Homburg-Einöd das weitere Homburger Stadtgebiet, das Stadtgebiet Zweiberücken sowie das benachbarte Blieskastel festgelegt. Die wesentlichen Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum werden nachfolgend zusammenfassend dargestellt.

1. Angebots- und Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Die Angebotssituation im Stadtteil **Homburg-Einöd** wird v. a. durch das SB-Warenhaus Globus (rd. 12.000 m² VK inkl. Nonfood) geprägt, das eine regionale Ausstrahlung in den gesamten Südosten des Saarlandes bzw. in Richtung Südwestpfalz aufweist. Der Anbieter Globus ist nicht als täglicher Nahversorger für den schnellen Einkauf einzustufen sondern v. a. für den großen Wocheneinkauf relevant (ca. 60.000 – 80.000 Artikel führt ein Globus SB-Warenhaus, Produkte aus Eigenproduktion u. a. aus der Globus-Meisterbäckerei, Globus-Fachmetzgerei, Käse- und Fischtheke). Im großzügigen Mall-Bereich sind weitere Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln (u. a. Bäcker, Metzger, Feinkost), Nonfood-Einzelhandel (u. a. Apotheke, Aktiv Optik, Blume 2000, O2, Cecil, Street One) sowie Dienstleister (u. a. Frisör, Nagelstudio, Schlüsseldienst, Reinigung, Reisebüro) zu finden.

Für den **Stadtteil Einöd** selbst als auch für die Stadtteile **Wörschweiler und Schwarzenbach**¹⁹ übernimmt die Filiale der Fa. Netto Marken-Discount an der **Heinrich-Spoerl-Straße** eine Funktion zur wohnortnahen Grundversorgung. Der Discounter liegt zentral zwischen den Orts- bzw. Stadtteilen Einöd, Ingweiler und Schwarzenacker und ist auch aus Wörschweiler und Schwarzenbach über die B 423 gut zu erreichen. Neben dem Netto-Markt befinden sich am Standort noch eine Bäckerei, eine Metzgerei und eine Apotheke.

Die Lage an der B 423 qualifiziert den Netto-Markt in erster Linie als Pkw-kundenorientierten Angebotsstandort. Im Vergleich zum Planstandort weist er allerdings einen deutlich klareren Wohngebietsbezug auf. Seit der Eröffnung des Marktes im Jahr 2016 besteht für einen Teil der Einöder Bevölkerung somit eine fußläufige Einkaufsmöglichkeit, wenngleich die topografischen Gegebenheiten (teilweise beträchtliche Höhenunterschiede) diese deutlich einschränken. Die Stadt Homburg plant an der Heinrich-Spoerl-Straße auf der Fläche des ehemaligen „Blitz-Verbrauchermarktes“ zudem die Erschließung eines neuen Wohngebietes (Wohnpark Heinrich-Spoerl-Straße ¹²⁰). Damit wird sich die Nahversorgungsfunktion des Netto-Marktes perspektivisch weiter erhöhen.

¹⁹ In den Ortsteilen Wörschweiler (rd. 260 EW) und Schwarzenbach (rd. 1.900 EW) fehlt die notwendige Mantelbevölkerung um einen marktgängigen Lebensmittelmarkt zu etablieren. Hier übernehmen die Anbieter in Homburg-Einöd eine wichtige Funktion zur wohnortnahen Grundversorgung.

²⁰ Insgesamt sind ca. 50 Wohngebäude geplant (überwiegend Einfamilienhäuser, bis zu zwei Mehrfamilienhäuser).



SB-Warenhaus Globus, Homburg-Einöd



Netto Heinrich-Spoerl-Straße, Homburg-Einöd

Darüber hinaus sind im Stadtteil Einöd kleinere Lebensmittelanbieter entlang der Hauptstraße zu finden (Bäckerei Lenert, Metzgerei Schwitzgiebel). Ein ausgeprägter Ortskern, der die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches erfüllt, besteht nicht. Weitere Anbieter von Nahrungs- und Genussmittel finden sich in Schwarzenacker (Bäckerei, Tankstellenshop) sowie in Schwarzenbach (Bäckerei).

Im **Stadtteil Zweibücken-Ernstweiler** ist mit Aldi ein direkter Wettbewerber zum Vorhaben ansässig. Die Filiale liegt an der Homburger Straße (= Ernstweiler Straße auf Homburger Gemarkung) nur rd. 300 m Luftlinie vom Planstandort entfernt. Der Aldi-Markt ist dem interkommunalen Einkaufsstandort „Saarpfalzstraße“ zugeordnet, der weiteren innenstadtrelevanten und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, darunter auch den Globus-Getränkemarkt auf Zweibrücker Gemarkung, bereitstellt. Als betriebstypengleicher Anbieter in kurzer Distanz sind erhöhte Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben zu erwarten. Der Discounter wurde vor 2 Jahren umfassend modernisiert und an das neue Fialkonzept angepasst. Im Einzelhandelskonzept für die Stadt Zweibrücken ist der Aldi-Markt als Bestandsstandort ohne Entwicklung in städtebaulich nicht-integrierter Lage eingestuft. Der Standort stellt insofern kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

Neben dem Hauptwettbewerber Aldi sind weitere Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln anzuführen, darunter der Globus Getränkemarkt, eine Bäckerei (Barbarossa direkt neben dem Action-Markt) sowie verschiedene Spezialanbieter (Tankstellenshop, Asia-Markt).

Die Angebotsfläche bei Nahrungs- und Genussmittelanbietern summiert sich im Einzugsgebiet auf rd. 15.365 m² VK.²¹ Davon entfallen rd. 13.145 m² VK auf Anbieter im Stadtteil Homburg-Einöd. Der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln beläuft sich auf insgesamt rd. 59 – 60 Mio. €.²²

²¹ Unbereinigte Verkaufsfläche, d. h. einschließlich Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten.

²² Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte.

2. Angebots- und Wettbewerbssituation im weiteren Untersuchungsraum

2.1 Homburger Stadtgebiet

In Homburg sind sämtliche Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels vertreten. Die Anbieter konzentrieren sich auf die Stadtteile Homburg-Mitte und Erbach. Hierbei bleibt festzuhalten, dass sich die Discounter und direkten Wettbewerber zum geplanten Lidl-Markt überwiegend in teil- oder nicht-integrierten Lagen (u. a. Aldi, Lidl am Stadtbad, Netto Saarbrücker Straße, Penny am Vierherrenwald, Lidl Ostring) befinden. Die Standorte wurden gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Homburg als sonstige Grundversorgungsstandorte ohne städtebaulichen Schutz eingestuft.

Als Standorte mit besonderem städtebaulichem Schutz bzw. für die Nahversorgung von besonderer Relevanz, sind folgende Bereiche anzuführen:

Im **Hauptzentrum (zentraler Versorgungsbereich „Homburg-City“)** ist kein direkter Wettbewerber zum geplanten Lidl-Markt vorhanden. Das Angebot im Nahrungs- und Genussmittelbereich wird ausschließlich durch kleinere Lebensmittelanbieter (Lebensmittelhandwerk, Spezialanbieter) geprägt.

Im **Stadtteil Erbach** ist ein Nebenzentrum (zentraler Versorgungsbereich i.S. des BauGB) ausgewiesen. Diesem zugeordnet ist der Aldi-Markt an der Berliner Straße (Fachmarktlage u. a. mit alldrink Getränkemarkt, dm, Non-Food-Fachmärkten). Ein neuer Netto-Markt²³ hat zudem den geschlossenen Wasgau-Supermarkt am Eduard-Vollmar-Platz ersetzt. Als betriebstypen-gleiche Anbieter sind die beiden Discounter zwar als direkte Wettbewerber zum Lidl-Markt einzustufen. Wegen der bereits recht hohen Distanz (rd. 10 - 11 km entfernt) ist allerdings nur in sehr begrenztem Umfang mit Wettbewerbswirkungen zu rechnen.

Darüber hinaus gibt es im Stadtgebiet von Homburg zwei Nahversorgungsschwerpunkte in städtebaulich integrierten Lagen. Sie haben eine Bedeutung für die jeweils umliegenden Wohnquartiere und werden als schützenswerte wohnortnahe Grundversorgung eingestuft (z. B. i.S.v. § 11 (3) BauNVO). Hervorzuheben ist hier der Standort **Mannlichstraße mit dem E-Center, einem Bio-Markt** sowie ergänzenden Nonfood-Fachmärkten, der wegen seiner Lage im Stadtgebiet sowie mit Blick auf das umfassende Angebot eine Versorgungsfunktion über das unmittelbare Nahumfeld hinaus übernimmt. Der **Edeka-Markt Lieblang an der Cranachstraße** dient dagegen als Solitärstandort ganz wesentlich der Nahversorgung seines Nahbereichs bzw. ist auf die Versorgung im Stadtteil Erbach ausgerichtet. Insofern tritt er kaum in Wettbewerb zum Vorhaben.

Die Angebotsfläche der strukturprägenden Wettbewerber im restlichen Homburger Stadtgebiet summiert sich auf rd. 20.370 m² VK.²⁴ Der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln liegt nach gutachterlicher Einschätzung insgesamt bei rd. 75 – 76 Mio. €.²⁵

²³ Eröffnung 2018.

²⁴ Unbereinigte Verkaufsfläche, d. h. einschließlich Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten.

²⁵ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte.

2.2 Zweibrücker Stadtgebiet

Auch in Zweibrücken sind mit Ausnahme eines SB-Warenhauses sämtliche Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel vertreten. Das **Nahversorgungszentrum Hilgard-Center** in der Kernstadt liegt nur rd. 3 km vom Planstandort entfernt. Der Versorgungsbereich übernimmt aufgrund seiner hohen Nutzungs- und Angebotsdichte (u. a. Edeka, Aldi, dm, Kik, Dienstleister) eine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion ein. Dagegen sind die Lebensmittelanbieter CAP und Netto in der **Innenstadt (zentraler Bereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken)** in erster Linie als Standorte der fußläufigen Versorgung einzustufen, die i. W. der Nahversorgung im Innenstadtbereich dienen. Gleiches gilt auch für die **sonstigen integrierten gelegenen Standorte** der Lebensmittelnahversorgung (u. a. Wasgau an der Finkenstraße, Netto an der Quebecstraße, Netto an der Friedrich-Ebert-Straße). Als Solitärstandorte dienen sie ganz wesentlich der Nahversorgung ihres Nahbereichs bzw. sind auf die Versorgung auf Stadtteilebene ausgerichtet.

Darüber hinaus sind im Stadtgebiet strukturprägende Lebensmittelanbieter in **nicht integrierter Lage** anzuführen, die keinen städtebaulichen Schutzcharakter erhalten. Dies sind im Stadtteil Ixheim der Standortbereich Etzelweg (u. a. Lidl, Aldi, Rewe) sowie im Stadtteil Niederauerbach die Standortbereiche Sickingerhöhstraße (Lidl) und Gewerbestraße (Penny, Edeka).

Die Angebotsfläche der strukturprägenden Wettbewerber im Zweibrücker Stadtgebiet summiert sich auf rd. 14.010 m² VK.²⁶ Der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln beläuft sich auf nach gutachterlicher Einschätzung auf insgesamt rd. 58 – 59 Mio. €.²⁷

2.3 Blieskastel

Die Angebotssituation im benachbarten Mittelzentrum Blieskastel wird durch Lebensmittelmärkte aus dem Discount- und Vollsortimentsbereich bestimmt. In der Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich²⁸) ist mit Rewe ein Lebensmittelvollsortimenter ansässig. Das Angebot wird ergänzt durch einen Bio-Lebensmittelmarkt (Bio-Sortiment mit zielgruppenspezifischer Kundenansprache) sowie durch kleinteiligen Lebensmittelhandel (u. a. Bäcker, Metzger, Spezialanbieter). Darüber hinaus sind Anbieter in Webenheim (Penny²⁹, Aldi³⁰), Lautzkirchen (Lidl an der Florianstraße, Netto im Fachmarktzentrum an der Florianstraße³¹, Edeka Berberich³²), Niederwürzbach (Wasgau) und Aßweiler (Netto, Aldi) zu benennen.

In Blieskastel erwirtschaften die strukturprägenden Wettbewerber auf rd. 9.595 m² VK³³ einen Umsatz von insgesamt rd. 40 – 41 Mio. €.³⁴

²⁶ Unbereinigte Verkaufsfläche, d. h. einschließlich Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten.

²⁷ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte.

²⁸ Quelle: Gemeindeentwicklungskonzept der Stadt Blieskastel (GEKO), erstellt durch isoplan Marktforschung und Firu mbH, Februar 2017.

²⁹ Neubau 2016.

³⁰ Neubau 2019.

³¹ Neubau 2015 auf dem Gelände der ehemaligen Schuhfabrik Brand zusammen mit weiteren Nonfood-Fachmärkten (Rossmann, Tedi, Kik).

³² Eröffnung 2018.

³³ Unbereinigte Verkaufsfläche, d. h. einschließlich Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten.

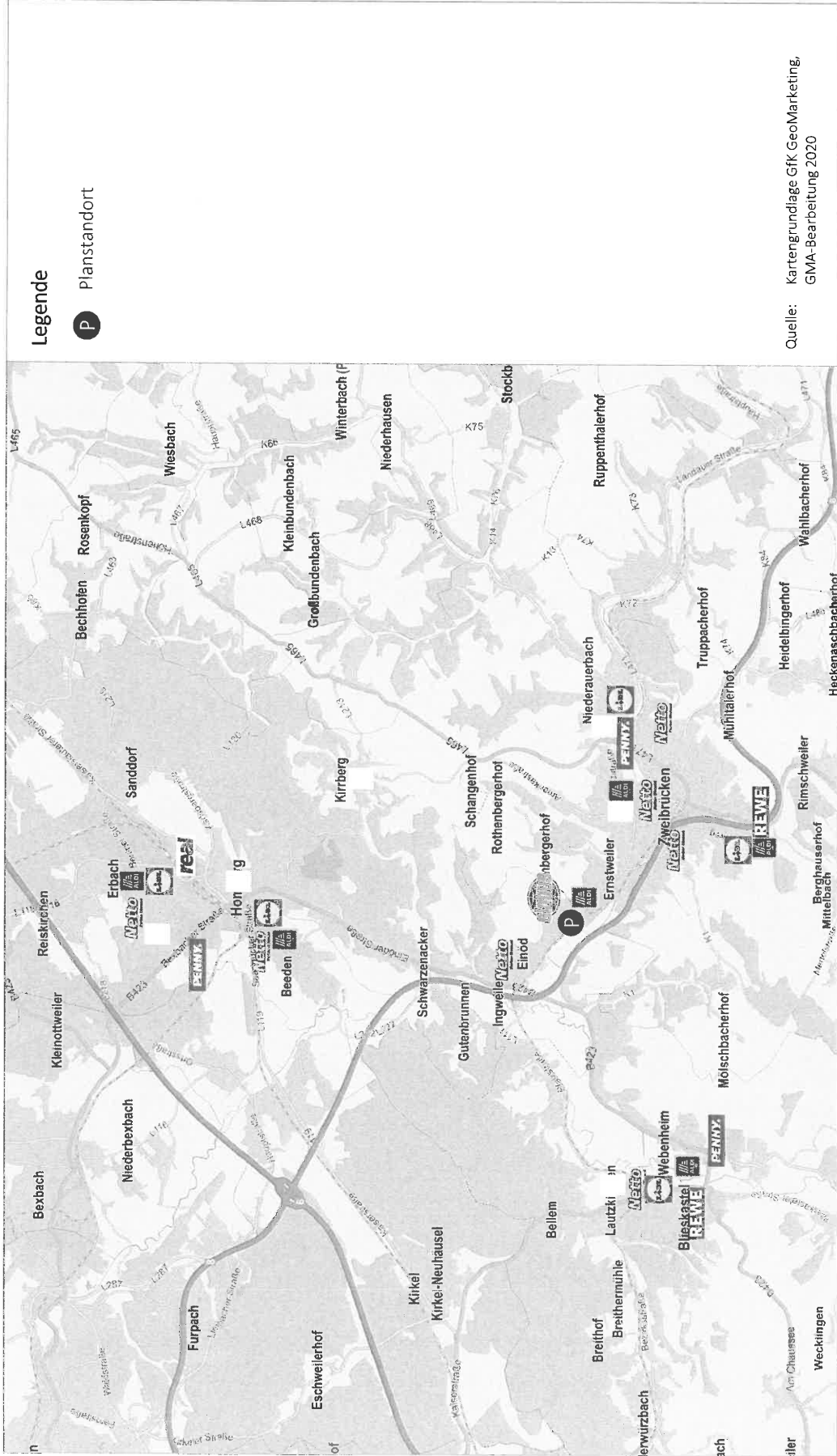
³⁴ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte.

3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbsanalyse

- /// In direkter Nähe zum Planstandort sind mit dem SB-Warenhaus Globus und Aldi besonders leistungsstarke und konkurrierende Lebensmittelmärkte ansässig, die verstärkt in Wettbewerbsbeziehung zum geplanten Lidl-Markt treten werden. Hierbei handelt es sich allerdings um Lebensmittelmärkte in nicht-integrierter Lage, die somit keinen Schutzanspruch i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO erhalten. Im Stadtteil Einöd übernimmt der Netto-Markt an der Heinrich-Spoerl-Straße eine (fußläufige) Nahversorgungsfunktion, darüber hinaus sind nur vereinzelt Angebote in Einöd bzw. in den Stadtteilen Wörschweiler und Schwarzenbach zu finden (u. a. Bäcker, Metzger, Tankstellenshop).
- /// Festzuhalten bleibt, dass im Stadtgebiet von Homburg und Zweibrücken sowie in Blieskastel eine sehr hohe Wettbewerbsdichte besteht, darunter zahlreiche Discounter, Supermärkte sowie zwei SB-Warenhäuser (real, Globus). Die Wettbewerbswirkungen werden sich daher auf eine Vielzahl von Anbietern und Standorten verteilen. Die Präsenz weiterer Lidl-Filialen (Homburg 2x, Zweibrücken 2x, Blieskastel 1x) wirkt sich zudem begrenzend auf das erschließbare Einzugsgebiet aus.

AUSWIRKUNGSANALYSE ANSIEDLUNG LIDL-LEBENSMITTELMARKT
IN HOMBURG / SAAR, ERNSTWEILER STRASSE 4

Karte 4: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Untersuchungsraum (Auswahl)



V. Auswirkungsanalyse

1. Umsatzprognose für den erweiterten Lidl-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.³⁵ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts auch die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird nachfolgend ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den Lidl-Markt mit rd. 1.400 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln.³⁶

Tabelle 4: Umsatz und Marktanteile des Vorhabens (Lidl-Markt mit max. 1.400 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	7,5	25	1,9	0,5	2,3 – 2,4	30
Zone Ib	6,3	25	1,6	0,4	2,0	25
Zone II	4,8	20	1,0	0,2	1,2	15
Einzugsgebiet	18,6	24	4,4	1,1	5,5	70
Streuumsätze			1,9	0,5	2,4	30
Insgesamt			6,3	1,6	7,9	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Lidl ca. 20 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

Quelle: GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den erweiterten Lidl-Markt mit ca. 1.400 m² VK eine **Gesamtumsatzleistung von max. 7,9 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 6,3 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (v. a. Drogeriewaren und andere nahversorgungsrelevante Sortimente). Die **Flächenleistung** ist mit rd. 5.640 € / m² VK unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation sowie der großzügigen Verkaufsfläche als gut einzustufen.

³⁵ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

³⁶ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

2. Umsatzumlenkungen

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

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// Die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Für die Bewertung der Projektplanung in Homburg-Einöd werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der Lidl-Markt wird an seinem geplanten Standort auf einer Verkaufsfläche von max. 1.400 m² eine Umsatzleistung von ca. 7,9 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 6,3 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 1,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichwertigen Angebotsformaten betreffen. Hierbei liegt der Fokus auf sog. „Systemwettbewerbern“ von Discountern, d. h. betriebstypengleiche oder betriebstypenähnliche Wettbewerber, die das zu untersuchende Sortiment ebenfalls im Kernsortiment führen. Dies sind im vorliegenden Fall hauptsächlich andere Lebensmitteldiscounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser. Spezialanbieter (u. a. Getränkemärkte, Obst- und Gemüseläden) sowie das Lebensmittelhandwerk werden hingegen in deutlich untergeordneter Form von Umsatzumlenkungen betroffen sein.
- /// Mit zunehmender Distanz werden tendenziell geringere Wettbewerbswirkungen induziert. Im Umkehrschluss sind die intensivsten Wettbewerbsbeziehungen mit relativ nahegelegenen und vom Besatz vergleichbaren Wettbewerbsstandorten zu erwarten. Im vorliegenden Fall sind entsprechend die Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet (Globus, Aldi, Netto) als nächstgelegene Einkaufsstandorte deutlich stärker betroffen, während die weiter entfernt gelegenen Wettbewerber (Anbieter im weiteren Homburger Stadtgebiet bzw. im Stadtgebiet Zweibrücken) in geringerem Umfang tangiert werden.

Im Detail sind durch die Umsetzung des Vorhabens im Untersuchungsraum folgende Umsatzumlenkungen zu erwarten:

Tabelle 5: Umsatzzumlenkungen durch das Vorhaben

	Umsatzzumlenkungen	UUV in Mio. €	UUV in %
Food-Bereich	/// Umsatzzumlenkungen ggü. Anbietern im Einzugsgebiet	4,4	7 %
	▪ davon ggü. Anbietern im Bereich „Saarpfalz-Straße“	3,9	7 %
	▪ davon ggü. Anbietern im Bereich „Heinrich-Spoerl-Straße“	0,4	12 %
	▪ davon ggü. sonstigen Anbietern im Einzugsgebiet	0,1	4 %
	/// Umsatzzumlenkungen außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Stadtgebiet Homburg, Zweibrücken, Streukunden)	1,9	2 %
	Umsatz des Vorhabens im Food-Bereich	6,3	--
Non-food	/// Umsatzzumlenkungen ggü. Anbietern im Untersuchungsraum	1,6	--
	Gesamtumsatz des Vorhabens	7,9	--

GMA-Berechnungen 2020; ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich
n. n. = nicht nachweisbar; UUV = Umsatzumverteilung

3. Wettbewerbliche und städtebauliche Auswirkungen

- /// Die höchsten absoluten Umverteilungseffekte werden die Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet selbst zu erwarten haben. Bei einem derzeitigen Gesamtumsatz der dortigen Betriebe i. H. von rd. 60 Mio.³⁷ entspricht dies einer rechnerischen Umverteilungsquote von durchschnittlich 7 %. Von den Umsatzumverteilungen betroffen wären in erster Linie die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (d. h. Aldi, Netto, SB-Warenhaus Globus), welche als betriebstypengleiche- oder ähnliche Anbieter die größten Konzept- und Sortimentsüberschneidungen mit dem geplanten Lidl-Markt aufweisen. Bereits deutlich untergeordnet von dem Vorhaben betroffen sind dagegen die kleineren Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet (Bäcker, Metzger, Spezialanbieter).
- /// Am Einkaufsstandort „Saarpfalzstraße“ (u. a. Globus SB-Warenhaus, Globus Getränkemarkt, Aldi), der im direkten Umfeld des Planstandortes liegt, werden die Umverteilungen mit rd. 3,9 – 4,0 Mio. € am höchsten ausfallen. Die Umverteilungsquote liegt bei durchschnittlich 7 %. Bei dem Discounter Aldi, der auf Zweibrücker Gemarkung liegt und als direkter Wettbewerber zum geplanten Lidl-Markt einzustufen ist, wird die Umverteilungsquote tendenziell höher ausfallen (> 10 %). Das SB-Warenhaus Globus hätte dagegen mit geringeren Umverteilungseffekten zu rechnen. Festzuhalten bleibt, dass der Standort „Saarpfalzstraße“ als städtebaulich nicht-integrierte Lage einzustufen ist, die – primär für Pkw-orientierte Kundschaft – der ergänzenden Grundversorgung dient. Sie stellt somit auch keinen schützenswerten Bereich im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO dar. Die Umverteilungseffekte sind somit als wettbewerbliche Effekte zu qualifizieren bzw. für die Bewertung des Vorhabens an dieser Stelle nicht von Relevanz.
- /// Am Standort „Heinrich Spoerl-Straße“ (u. a. Netto, Bäcker, Metzger) ist mit Umsatzumverteilungen i. H. von ca. 0,4 Mio. € zu rechnen. Der Standort liegt rd. 2,5 km bzw. rd. 5 Pkw-Fahrminuten vom geplanten Lidl-Markt entfernt. Als betriebstypengleicher Anbieter im Einzugsgebiet sowie als einziger Anbieter für den schnellen, täglichen Einkauf im Stadtteil Einöd wird aber auch der Netto-Markt verstärkt in Wettbewerbsbeziehung zum Vorhaben

³⁷ Bereinigte Umsatzleistung, d. h. ohne Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte.

stehen. Am Standort Heinrich-Spoerl-Straße ist mit einer Umverteilungsquote von ca. 12 % zu rechnen. Dies ist eine Größenordnung, die über das wettbewerbsübliche Maß hinausgeht. Zwar ist der Netto-Markt insgesamt als modern und leistungsfähig einzustufen und nach rd. 4 Jahren inzwischen gut am Markt etabliert. Eine Betriebsgefährdung kann an dieser Stelle jedoch nicht ausgeschlossen werden.

- /// Die übrigen Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln, darunter Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) sowie Spezialanbieter (u. a. Tankstellenshops) im Einzugsgebiet werden nur in deutlich untergeordneter Form vom Vorhaben tangiert. Die Umverteilungseffekte belaufen sich hier auf ca. 4 %. Dies ist eine Größenordnung, die keine negativen Auswirkungen erwarten lässt.
- /// Darüber hinaus wird ein Teil des durch das Vorhaben von Lidl generierten Umsatzes außerhalb des Einzugsgebietes umverteilungswirksam werden, hier im Wesentlichen gegenüber Wettbewerbern im Homburger und Zweibrücker Stadtgebiet, darüber hinaus aber auch als sog. „Streukundeneffekte“ an anderer Stelle im Raum (u. a. Blieskastel). Diese sind auf Zufallskunden und Pendler (z. B. Beschäftigte der John Deere Werke) zurückzuführen sowie auf Zielkunden, die vorher beim Anbieter Lidl an anderer Stelle eingekauft haben. Außerhalb des Einzugsgebietes werden max. 1,9 Mio. € umverteilungswirksam, die sich auf eine Vielzahl von Anbietern und Standorten verteilen werden. Betroffen hiervon sind im Wesentlichen andere Lebensmitteldiscounter (u. a. Aldi, Lidl am Stadtbad in Homburg, Aldi, Lidl in Zweibrücken-Ixheim) sowie attraktive Einkaufsstandorte mit regionaler Strahlkraft. Hierbei handelt es sich um Standorte, die v. a. für Großmengen- bzw. Vorrats-einkäufe genutzt werden, aber auch verkehrsgünstig gelegene Standorte, die häufig auf dem Weg zur oder von der Arbeit aufgesucht werden. Demnach müssten diese Märkte mit einer etwas höheren Umverteilungsquote rechnen, während Märkte in integrierten Standortlagen (z. B. stadtteilbezogene Nahversorgungslagen, zentraler Versorgungsbereich Innenstadt) tendenziell geringer betroffen sein werden. Mit zunehmender Distanz nehmen die Wettbewerbswirkungen zudem ab. Die Auswirkungen des Vorhabens werden sich in Homburg und Zweibrücken insgesamt auf einem sehr geringen Niveau bewegen. Bei einer Umsatzumverteilungsquote von max. 2 % ist generell nicht von einer Betriebsgefährdung einzelner Anbieter auszugehen. Negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind somit auszuschließen.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen i. H. von 1,6 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten (v. a. SB-Warenhaus Globus mit einem umfassendem Nonfood-Sortiment, Discounter, Supermärkte) und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern im Untersuchungsraum wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als gering einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte am Standort „Henrich-Spoerl-Straße“ mit rd. 12 % ein kritisches Niveau erreichen werden. Eine Betriebsgefährdung kann an dieser Stelle nicht ausgeschlossen werden. Zwar wird auch der Netto-Markt primär von einer Pkw-orientierten Kundschaft aufgesucht, wofür auch die Lage an der stark befahrenen Ortsdurchgangsstraße B 423 spricht, der Standort weist aber einen deutlich klareren Wohngebietsbezug auf. Der Netto-Markt ist zumindest

theoretisch fußläufig besser zu erreichen, wenngleich die topografischen Gegebenheiten (teilweise beträchtliche Höhenunterschiede) diese deutlich einschränken. Mit der Entwicklung des neuen Wohngebietes auf dem Gelände des ehemaligen „Blitz-Verbrauchermarktes“ wird sich die Nahversorgungsfunktion des Netto-Marktes weiter erhöhen. Der Standort ist daher in städtebaulicher und funktionaler Hinsicht für die Nahversorgung von höherer Bedeutung als der Planstandort. **Negative Auswirkungen bzw. eine Funktionsgefährdung des Netto-Marktes sind zu vermeiden.**

Das Beeinträchtigungsverbot nach Ziffer 45 des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“ wird in der geplanten Dimensionierung (max. 1.400 m² VK) nicht eingehalten. Zur Einhaltung der Vorgaben der Landesplanung wird die Reduzierung der Verkaufsfläche auf ein verträgliches Maß empfohlen.

In einer Modellrechnung wurde geprüft, in welchem Umfang eine Flächenreduzierung erforderlich ist, um die Vorgaben des Beeinträchtigungsverbotes einzuhalten. Zur Beurteilung wird der in der Fachliteratur und Rechtsprechung als Schwellenwert definierte Wert von 10 % herangezogen, ab dem eine Umsatzumverteilung – bezogen auf das vorhabenspezifische Sortiment – hinsichtlich der potenziellen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen als kritisch angesehen wird. Daraus ergibt sich eine Reduzierung der Verkaufsfläche um rd. 300 m² auf max. 1.100 m² für den geplanten Lidl-Markt an der Ernstweiler Straße.

Die Reduzierung der Verkaufsfläche wirkt sich wie folgt aus:

Tabelle 6: Umsatz und Marktanteile des Vorhabens (Reduzierte Variante, Lidl-Markt mit max. 1.100 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	7,5	20	1,5	0,4	1,9	30
Zone Ib	6,3	20	1,3	0,3	1,6	25
Zone II	4,8	15	0,7	0,2	0,9	15
Einzugsgebiet	18,6	19	3,5	0,9	4,3 – 4,4	70
Streuumsätze			1,5	0,4	1,9	30
Insgesamt			5,0	1,2 – 1,3	6,2	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Lidl ca. 20 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

Quelle: GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den Lidl-Markt mit einer deutlich reduzierten Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² VK nach gutachterlicher Einschätzung eine **Gesamtumsatzleistung von max. 6,2 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,0 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,2 – 1,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Unter Berücksichtigung der Empfehlung reduzieren sich Umverteilungen ggü. dem Standort „Heinrich-Spoerl-Straße“ auf ein verträgliches Niveau (< 10 %; vgl. hierzu Tabelle 7)

Tabelle 7: Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben (Reduzierte Variante, Lidl-Markt mit max. 1.100 m² VK)

	Umsatzumlenkungen	UUV in Mio. €	UUV in %
Food-Bereich	/// Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern im Einzugsgebiet	3,5	6 %
	▪ davon ggü. Anbietern im Bereich „Saarpfalz-Straße“	3,1	6 %
	▪ davon ggü. Anbietern im Bereich „Heinrich-Spoerl-Straße“	0,3 - 0,4	9 - 10 %
	▪ davon ggü. sonstigen Anbietern im Einzugsgebiet	< 0,1	3 %
	/// Umsatzumlenkungen außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Stadtgebiet Homburg, Zweibrücken, Streukunden)	1,5	< 2 %
	Umsatz des Vorhabens im Food-Bereich	5,0	--
Non-food	/// Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern im Untersuchungsraum	1,2 - 1,3	--
	Gesamtumsatz des Vorhabens	6,2	--

GMA-Berechnungen 2020; ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich
n. n. = nicht nachweisbar; UUV = Umsatzumverteilung

4. Raumordnerische Prüfung

Abschließend gilt es zu prüfen, ob die Planung den Vorgaben des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“ entspricht. Folgende Prüfkriterien sind hierfür relevant:

- /// **Konzentrations- und Kongruenzgebot (Z 42, Z44 LEP, Teilabschnitt „Siedlung“):** das Vorhaben muss sich bezüglich Größenordnung und Warensortiment funktional in die vorgegebene zentralörtliche Versorgungsstruktur einfügen; das Einzugsgebiet darf den zugeordneten Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreiten. Großflächiger Einzelhandel ist nur in Ausnahmefällen in nicht-zentralen Gemeindeteilen zulässig.
- /// **Beeinträchtigungsverbot (Z 45 LEP, Teilabschnitt „Siedlung“):** Das Zentrale-Orte-Gefüge sowie die Funktionsfähigkeit des innerörtlichen Versorgungsbereichs des zentralen Ortes sowie der benachbarten zentralen Orte darf nicht beeinträchtigt werden.
- /// **Städtebauliches Integrationsgebot (Z 46 LEP, Teilabschnitt „Siedlung“):** großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereich zu errichten. Im Oberzentrum und in den Mittelzentren sind sie in den Nebenzentren an einem städtebaulich integrierten Standorten zulässig.

Die Stadt Homburg ist nach den Festlegungen des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“, als **Mittelzentrum** eingestuft. Die Kernstadt als „Hauptort“, übernimmt für den zugeordneten Verflechtungsbereich (Nahbereich = Einöd, Homburg, Jägersburg, Kirrberg, Wörschweiler) eine Versorgungsfunktion für Güter und Dienstleistungen des kurzfristigen täglichen Bedarfs. In Homburg-Einöd ist das Vorhaben insofern nur dann zulässig, wenn es der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung dient und eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist. Das Vorhaben trägt zum Ausbau bzw. zur Verbesserung der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln im Stadtteil Homburg-Einöd bei. Festzuhalten bleibt, dass der Lidl-Markt ein Einzugsgebiet

erschließen wird, das über die Stadt Homburg hinaus auch Teile des Mittelzentrums Zweibrücken (hier: Stadtteil Ernstweiler) umfasst. Dies ist auf die Lage des Planstandortes direkt an der Stadtgrenze zwischen Homburg-Einöd und Zweibrücken-Ernstweiler zurückzuführen. Hier hat sich im Umfeld des Globus SB-Warenhauses ein interkommunaler Standort entwickelt, der auch nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Einzelhandel (u. a. Aldi-Markt, Schuhfachmärkte, Zoofachmarkt) bereitstellt. Das Konzentrations- und Kongruenzgebot wird am Standort nicht eingehalten. Für die Umsetzung der Planung ist eine interkommunale Abstimmung erforderlich.

Aus städtebaulichen Sicht handelt es sich um eine teil-integrierte Lage mit eingeschränktem Wohngebietsbezug. Der Standort ist als Pkw-orientierte Lage einzustufen, er stellt aber keinen klassischen „Grüne Wiese Standort“ dar. Der gesamte Bereich ist bereits als Handelslage etabliert und wurde zuletzt mit der Ansiedlung eines Action-Marktes auf Zweibrücker Gemarkung weiter ausgebaut. Im weiteren Umfeld sind mittel- und großflächige Einzelhandelsbetriebe (u. a. Globus, Aldi, diverse Fachmärkte) prägend.

Durch die Lage an der Ernstweiler Straße (L 110), die als Verbindungsstraße zwischen den Mittelzentren Homburg und Zweibrücken dient, besteht eine gute verkehrliche Erreichbarkeit aus dem Stadtgebiet. Zwei Bushaltepunkte (Neunmorgenstraße in Homburg-Einöd bzw. Kaplaneihof in Zweibrücken-Ernstweiler) liegen nur wenige Schritte entfernt. Damit ist der Standort auch für nicht-motorisierte Bevölkerungsgruppen gut zu erreichen.

Das Beeinträchtungsverbot wird durch das Vorhaben in der geplanten Dimensionierung von max. 1.400 m² VK verletzt. Eine Gefährdung des Netto-Marktes an der Heinrich-Spoerl-Straße und damit negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Grundversorgung in Homburg-Einöd kann nicht ausgeschlossen werden. Um die Umverteilungen ggü dem Netto-Markt auf ein verträgliches Niveau (< 10 %) zu bringen, wird eine Reduzierung der Verkaufsfläche um 300 m² auf max. 1.100 m² empfohlen.

Darüber hinaus bleibt abschließend festzuhalten, dass keine Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in Homburg und Zweibrücken oder an anderer Stelle im Untersuchungsraum ausgelöst werden. Auch sind durch das Vorhaben keine Beeinträchtigungen der wohnortnahen Grundversorgung i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO im Stadtgebiet zu befürchten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
Vorhaben / Standort	<ul style="list-style-type: none"> /// Ansiedlung eines Lidl-Marktes in Homburg-Einöd, Ernstweiler Straße 4 /// Filialtyp „Basisfiliale mit rd. 1.400 m² (eine Reduzierung der Verkaufsfläche auf max. 1.100 m² wurde im vorliegenden Gutachten empfohlen) /// Bei dem Standort handelt es sich um eine teil-integrierte Lage, die primär auf eine Pkw-orientierte Kundschaft ausgerichtet ist. Der Standort zeichnet sich durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit aus (Lage an einer wichtigen Verbindungsstraße zwischen den Mittelzentren Homburg und Zweibrücken, direkt an der Gemarkungsgrenze). Das Standortumfeld ist durch mittel- und großflächige Handelsbetriebe geprägt (Interkommunaler Standort „Saarpfalzstraße“ u. a. SB-Warenhaus Globus, Aldi, ergänzende Fachmärkte).
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> /// städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Kreisstadt Homburg mit zentralörtlicher Funktion eines Mittelzentrums; rd. 42.000 Einwohner; Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort mit weitreichender Versorgungsfunktion /// Die Homburger Innenstadt bildet den Einzelhandelsschwerpunkt und ist gemäß Einzelhandelskonzept als Hauptzentrum (zentraler Versorgungsbereich „Homburg-City“) ausgewiesen. Im Stadtteil Erbach ist ein Nebenzentrum (Stadtteilzentrum u. a. mit Aldi) ausgewiesen. Daneben bestehen zahlreiche Nah- und Grundversorgungsstandorte (u. a. Edeka, Mannlichstraße, Edeka Cranachstraße, Aldi, Lidl Am Stadtbad, real, Lidl Robert-Bosch-Straße/Ostring) im Stadtgebiet. /// Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels befinden sich in den Stadtteilen Einöd (u. a. Globus SB-Warenhaus, Möbel Braun) und Erbach (u. a. Fachmarktstandort Lappentascherhof und Rohrwiesen).
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Das Einzugsgebiet umfasst i. W. den Stadtteil Homburg-Einöd (Einöd, Ingweiler, Schwarzenacker; Zone Ia), sowie Teile des Stadtteils Zweibrücken-Ernstweiler (Zone Ib). Die Homburger Stadtteile Wörschweiler und Schwarzenbach bilden Zone II des Einzugsgebietes. /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 8.450 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 18,6 Mio. €
Auswirkungsanalyse	
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Planung (Lidl mit ca. 1.400 m² VK): ca. 7,9 Mio. €, davon ca. 6,3 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 1,6 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich /// Empfohlene reduzierte Variante (Lidl mit max. 1.100 m² VK): ca. 6,2 Mio. €, davon ca. 5,0 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 1,2 – 1,3 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich.
Umsatzumverteilungseffekte in % (Reduzierte Variante mit 1.100 m² VK)	<ul style="list-style-type: none"> /// im Einzugsgebiet <ul style="list-style-type: none"> ggü Anbietern am Standort „Saarpfalzstraße“ 6 % ggü. Anbietern am Standort „Heinrich-Spoerl-Straße“ 9 – 10 % ggü sonstigen Standorten im Einzugsgebiet 3 % /// außerhalb des Einzugsgebietes < 2 %

GMA-Zusammenstellung 2020

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur	13
Karte 2: Mikrostandort „Ernstweiler Straße“	17
Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Lidl-Lebensmittelmarktes in Homburg-Einöd	20
Karte 4: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Untersuchungsraum	26
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	5
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung in der Region	12
Tabelle 3: Projektrelevante Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet	19
Tabelle 4: Umsatz und Marktanteile des Vorhabens (Lidl-Markt mit max. 1.400 m ² VK)	27
Tabelle 5: Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben	29
Tabelle 6: Umsatz und Marktanteile des Vorhabens (Reduzierte Variante, Lidl-Markt mit max. 1.100 m ² VK)	31
Tabelle 7: Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben (Reduzierte Variante, Lidl-Markt mit max. 1.100 m ² VK)	32