



**Standort-, Bedarfs- sowie
Auswirkungsanalyse
für die
Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben
auf Coeur-Areal in Homburg
(ehemaliges DSD-Gelände)**

Entwurf

im Auftrag der

GEG-004 GmbH
Biedersbergweg 99
66538 Neunkirchen

16. August 2024



Inhaltsverzeichnis

A Grundlagen der Untersuchung	4
A.1 Vorbemerkung	4
A.1.1 Aufgabenstellung, Auftrag	4
A.1.2 Methodik	4
A.1.2.1 Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft	4
A.1.2.2 Bestandserhebung	5
A.1.2.3 Simulationsmodell	6
A.1.2.3.1 Grundzüge der Methodik	6
A.1.2.3.2 Verwendete Modellparameter	6
A.1.2.3.3 Simulationsrechnung	7
A.1.2.3.4 Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall	7
A.1.2.3.4.1 Annahmen zum Einzugsgebiet	7
A.1.2.3.4.2 Annahmen zur Wettbewerbswirkung	7
A.1.2.3.4.3 Annahmen zur Distanzsensibilität	7
A.1.3 Verwendete Datengrundlagen	8
A.2 Untersucher Standort und geplantes Projekt	9
A.2.1 Standort	9
A.2.2 Standortdiskussion	10
A.2.3 Projektbeschreibung	12
A.2.4 Sozioökonomische Rahmendaten	13
A.2.4.1 Künftige Bevölkerungsentwicklung	13
B Auswirkungsanalyse	13
B.1 Der projektspezifische Einzelhandelsbesatz im Standortumfeld	14
B.1.1 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt von Homburg	15
B.1.2 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz im NVZ Mannlichstraße	16
B.1.3 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz im NVZ Cranachstraße	17
B.1.4 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz im Gebiet Forum, Stadtbad Saarbrücker Straße	18
B.1.5 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz im Stadtteilzentrum Erbach	19
B.1.6 Stadtteilzentrum Kirrberg und Solitärlagen Globus und Kaufland	20
B.1.7 Streulagen im Stadtgebiet	20
B.1.8 Entwicklung des Bestandes der Nahversorgungsbetriebe.	20
B.2 Einzugsbereich des Projektes	20
B.2.1 Einzugsbereich des Planvorhabens	20
B.2.2 Marktpotenzial	22
B.2.2.1 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Region	22
B.2.2.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	23
B.2.3 Zuwachsende Kaufkraftpotenziale durch das Wohnungsbauprojekt auf dem Projektgelände	23
B.3 Die Kaufkraftbindung und die erwarteten Veränderungen	24
B.3.1 Der 0-Fall (Status Quo)	24
B.3.1.1 Kaufkraftbindung am untersuchten Standort	24
B.3.2 Der 1-Fall (Projekt)	25
B.3.2.1 Projekt und Umsatzerwartung	25



B.4	Verträglichkeitsuntersuchung für das Projekt	26
B.4.1	Bewertung der Sortimentsstruktur	26
B.4.2	Umsatzherkunft des Vorhabens	26
B.4.3	Umverteilungsrelevanz der Umsatzerwartung	26
B.4.4	Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Lebensmittel	27
B.4.5	Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Drogeriewaren	29
B.4.6	Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Gesamtprojekt	30
B.4.7	Regional- und landesplanerische Zielerörterung	31
B.5	Entwicklungsperspektiven laut Einzelhandelskonzept	32
B.6	Abschließende Bewertung	32
C	Anhang	34
C.1	Absatzformen - Definitionen	34
C.2	Markt und Standort Warengruppensystematik 2023	37

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Untersuchungsgebiet	5
Abbildung 2	Standortsituation Coeur-Gelände	9
Abbildung 3	Standortsituation im Umfeld des Plangeländes	10
Abbildung 4	Fußläufige Distanzen im Plangebiet	11
Abbildung 5	Fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes	11
Abbildung 6	Entwicklung der Bevölkerungszahl 2017-2040 nach Landkreisen	13
Abbildung 7	Projektumfeld mit Nahversorgungsbesatz	14
Abbildung 8	Nahversorgungsbetriebe in der Innenstadt	15
Abbildung 9	Nahversorgungsbetriebe im NVZ Mannlichstraße	16
Abbildung 10	Nahversorgungsbetriebe im NVZ Cranachstraße	17
Abbildung 11	Nahversorgungsbetriebe im Gebiet Forum, Stadtbad Saarbrücker Straße	18
Abbildung 12	Nahversorgungsbetriebe im Stadtteilzentrum Erbach	19
Abbildung 13	Einzugsbereich der Gesamtstadt	21
Abbildung 14	Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich 2024 (BRD = 100)	22



Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Geplantes Projekt.....	12
Tabelle 2	Nonfood-Sortimente.....	12
Tabelle 3	Angebotene Sortimente in projektrelevanten Einzelhandelsbetrieben.....	15
Tabelle 4	Angebotene Sortimente im NVZ Mannlichstraße.....	16
Tabelle 5	Angebotene Sortimente im NVZ Cranachstraße	17
Tabelle 6	Angebotene Sortimente im Gebiet Forum, Stadtbad Saarbrücker Straße	18
Tabelle 7	Angebotene Sortimente im Stadtteilzentrum Erbach	19
Tabelle 8	Einwohner im Einzugsbereich des Projektstandortes	21
Tabelle 9	Mittlere Ausgaben im Einzelhandel (nach Sortimentsgruppen) in Euro pro Kopf (Bundesdurchschnitt).....	23
Tabelle 10	Marktpotenziale im Einzugsbereich (projektrelevante Potenziale)	23
Tabelle 11	Annahmen zu den künftigen Haushaltsgrößen im Plangebiet	24
Tabelle 12	Marktpotenziale im Einzugsbereich (projektrelevante Potenziale), einschließlich zuwachsender Potenziale aus dem Plangebiet.....	24
Tabelle 13	Kaufkraftbindung in den projektrelevanten Sortimenten	25
Tabelle 14	Projekt, geplante Umsatzerwartung des Gesamtprojekts.....	25
Tabelle 15	Zentrelevanz der Projektsortimente.....	26
Tabelle 16	Umverteilungsrelevante Umsatzerwartung	26
Tabelle 17	Projektspezifische Umsatzumlenkungen (Lebensmittel) innerhalb des Einflussbereiches des geplanten Vorhabens auf dem ehemaligen DSD-Gelände	27
Tabelle 18	Projektspezifische Umsatzumlenkungen (Drogeriewaren) innerhalb des Einflussbereiches des geplanten Vorhabens auf dem ehemaligen DSD-Gelände	29
Tabelle 19	Projektspezifische Umsatzumlenkungen (Gesamtprojekt) innerhalb des Einflussbereiches des geplanten Vorhabens auf dem ehemaligen DSD-Gelände	30



A Grundlagen der Untersuchung

A.1 Vorbemerkung

A.1.1 Aufgabenstellung, Auftrag

In der Universitätsstadt Homburg steht nach dem Abriss der ehemaligen Industriegebäude die Entwicklung des ehemaligen DSD-Areals an. Hier wird ein neuer Stadtteil mit rund 500 Wohneinheiten entstehen. Die GEG-004 GmbH, Biedersbergweg 99, 66538 Neunkirchen hat im Zusammenhang mit dieser Projektentwicklung eine Studie, die den Bedarf, die Standorteignung und die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen einer Nahversorgungseinheit beauftragt. Da es sich voraussichtlich um großflächigen Einzelhandel handelt und auch nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten werden sollen, ist für dieses Vorhaben die Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse erforderlich.

Die folgenden Kernthemen werden im Rahmen dieses Gutachtens abgearbeitet:

- Der Bedarf zusätzlicher Verkaufsflächen und Betriebsformen, der durch diese Neuentwicklung ausgelöst wird, ist zu bestimmen und mit dem bestehenden Bedarf abzugleichen.
- Die Standortfrage innerhalb des Planvorhabens ist zu bewerten.
- Die städtebaulichen Auswirkungen im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO der geplanten Betriebsformen und Verkaufsflächen sind im Rahmen einer Auswirkungsanalyse zu erarbeiten.

Als rechtliche Grundlagen sind die einschlägigen Vorschriften des §11 Abs. 3 BauNVO sowie des saarländischen LEP Teilabschnitt Siedlung zu berücksichtigen. Darüber hinaus sind die Festsetzungen des Einzelhandelskonzeptes der Kreisstadt Homburg heranzuziehen.

A.1.2 Methodik

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

A.1.2.1 Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

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

Die Einzelhandelsausgaben pro Kopf stellen durchschnittliche Ausgaben je Einwohner und Bedarfsgruppe dar. Sie stammen aus der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes, der Erfassung der unterschiedlichen Verbrauchsangaben nach Haushaltstypen des Statistischen Bundesamtes sowie Verbrauchsstatistiken, die von den unterschiedlichsten Marktforschungsinstituten (GfK, Nielsen, MB-Research) regelmäßig erfasst werden. Auch Informationen der einschlägigen Verbände werden zur Ermittlung herangezogen.

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

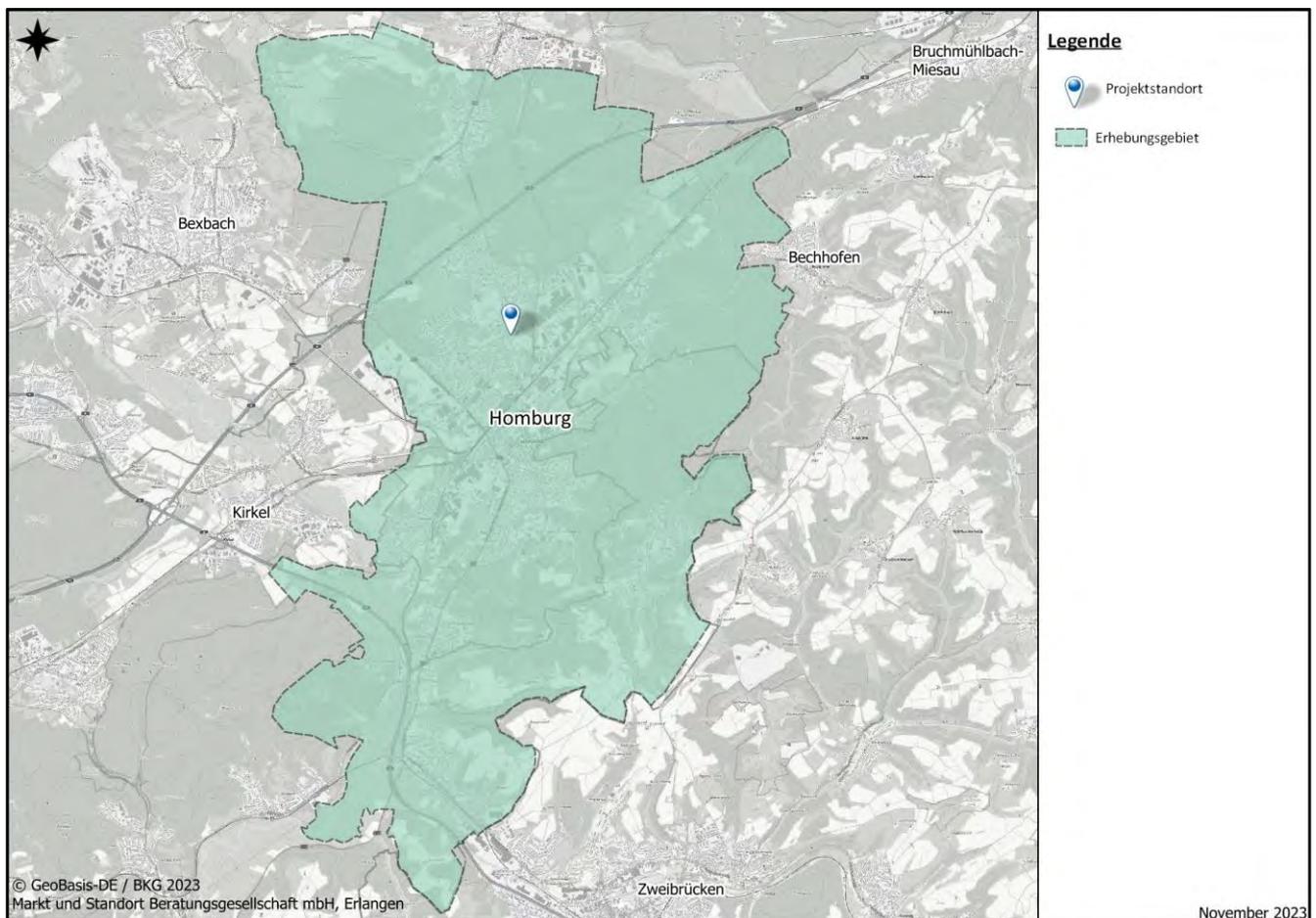


A.1.2.2 Bestandserhebung

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

Einzelhandelsunternehmen außerhalb der gezeigten Abgrenzung wurden in der Untersuchung berücksichtigt. Die Informationen über Verkaufsflächen und Sortimente stammen aus der Datenbank früherer Erhebungen bzw. einschlägigen Veröffentlichungen in der Fachpresse.

Abbildung 1 Untersuchungsgebiet



Quelle: eigene Darstellung

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

Über den Einzugsbereich hinaus wurden im Hause vorliegende Datenbankinformationen verwendet, bzw. Internet-Recherchen vorgenommen.



A.1.2.3 Simulationsmodell

A.1.2.3.1 Grundzüge der Methodik

Grundlegend für das Markt und Standort Modell ist die Simulation von einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Angebots- (Einzelhandelseinrichtungen) und Nachfragestandorten (Wohnorte der Verbraucher), die in Ihrer Gesamtheit letztlich Kaufkraftströme darstellen. Die Abbildung der räumlichen Interaktion ist dabei neben der mathematischen Umsetzung von Attraktivitäten (am Angebots- und Nachfrageort) bestimmt durch Distanzwiderstände, die den Aufwand der Raumüberwindung in Abhängigkeit von Interaktionszwecken darstellen.

In der Grundform handelt es sich also um ein Simulationsmodell aus der Familie der Gravitationsansätze, für die Namen wie Reilly (1929), Converse (1949) und Huff (1964) stehen. Die Weiterentwicklung dieser Modellansätze für die praktische Anwendung bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft führte zu Differenzierungen in allen Modellparametern. Neben der vertiefenden sortimentsgruppenspezifischen Analyse der Einkaufsbeziehungen in Bezug auf die Attraktivität der Nachfrage- und Angebotsorte werden auch entsprechend differenzierte warengruppenabhängige Distanzwiderstandsfunktionen verwendet. Die empirisch abgesicherte Kalibrierung erfolgt auf der Grundlage einer Vielzahl durchgeführter Verbraucherbefragungen und regelmäßiger Auswertungen von Verbraucherpanels (F&I, Nürnberg).

Die differenzierten sortimentspezifischen Modellberechnungen erfolgen dann nicht mehr auf der Basis des „Huff-Modells“, sondern werden, ähnlich wie bei der Input-Output-Analyse in sortimentspezifischer Modellumgebung vorgenommen. Die Kalibrierung erfolgt standort-, projekt- und sortimentspezifisch mit Hilfe der jeweils vorliegenden empirischen Daten. Hier spielen insbesondere die umfangreichen Bestandsanalysen, deren Umsatzschätzungen das Modell im 0-Fall simulieren muss, eine wesentliche Rolle. Eventuell vorliegende oder durchgeführte Verbraucherbefragungen helfen ebenfalls bei der Kalibrierung.

Iterativ werden die Modellparameter solange eingestellt bis der gewünschte 0-Fall im Modell dargestellt werden kann.

A.1.2.3.2 Verwendete Modellparameter

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

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



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

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

A.1.2.3.3 Simulationsrechnung

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

A.1.2.3.4 Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall

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

A.1.2.3.4.1 Annahmen zum Einzugsgebiet

Der Projekteinzugsbereich wird der Zone 1 des aktuellen Einzugsbereiches der Stadt Homburg entsprechen. Der Nahbereich umfasst das gesamte DSD-Entwicklungsgebiet, Teile des Stadtzentrums, Wohnquartiere westlich der Beederstraße und südlich der Saarbrücker Straße sowie der Bereich Steinhübel. Darüber hinaus in den Gebieten mit gewerblicher Nutzung die Beschäftigten zu berücksichtigen.

Bezogen auf die Wirkungen in die umgebenden Zentrenstrukturen in der Region kann die Reichweite als räumlich begrenzt angenommen werden; dies liegt vor allem begründet in den vergleichsweise gut ausgestatteten Versorgungssituationen der umgebenden Orte. Die wichtigste Kundenbeziehung wird auf die Wohnbevölkerung des Stadtteils Erbach und der umliegenden Stadtteile Homburgs beschränkt bleiben.

A.1.2.3.4.2 Annahmen zur Wettbewerbswirkung

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

A.1.2.3.4.3 Annahmen zur Distanzsensibilität

Der Aufwand für die Distanzüberwindung wird zum einen je nach Versorgungsstufe unterschiedlich wahrgenommen. Für die Nahversorgung sind größere Distanzen mit höherem Gewicht zu belegen, als für den



aperiodischen Bedarf². Zum anderen wird für die untersuchte Region eine Kalibrierung der Distanzsensitivität vorgenommen. Im vorliegenden Fall ist von einer insgesamt moderaten Distanzsensitivität der Verbraucher auszugehen, da im Untersuchungsraum die Wettbewerbsdichte in der Innenstadt Homburgs relativ hoch ist und deshalb die Überwindung größerer Distanzen nur bei sehr starken „Magnetwirkungen“ bestimmter Anbieter erfolgt, was allerdings, wie bereits beschrieben, keine größeren Effekte für das untersuchte Projekt bringt.

A.1.3 Verwendete Datengrundlagen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

- MB-Research, Einwohner nach Gemeinden und Postleitgebieten, Nürnberg 2024
- BBSR, Bevölkerungsprognose 2040, 2017
- Markt und Standort Erlangen, Regionale Kaufkraftpotenziale, Erlangen 2024
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2024
- MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2024
- Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2024, BBE Handelsberatung GmbH
- Landesentwicklungsplan Teilabschnitt „Siedlung“ Saarland, 2006
- EHI-Handelsdaten aktuell 2023, EHI Retail Institute, Köln
- Markt und Standort, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Homburg, Erlangen 2023
- Eigene Erhebungen im Ende Juli/Anfang August 2024

² Hierzu wird im Modell eine Gauss-Funktion verwendet, die es ermöglicht, Distanzen unterschiedlich zu gewichten.



A.2 Untersucher Standort und geplantes Projekt

A.2.1 Standort

Die Stadt Homburg ist im Landesentwicklungsplan des Saarlands als Mittelzentrum eingestuft.

Der Standort des Planvorhabens befindet sich innerhalb des Entwicklungsprojektes Coeur auf dem ehemaligen DSD-Gelände in zentraler Lage des Stadtgebietes Homburgs. Kernstück des Entwicklungsvorhabens ist die Schaffung von rund 500 Wohneinheiten innerhalb der ausgewiesenen MU-Gebiete. Gewerbliche und Mischnutzungen sind im Norden des Geländes mit Anschluss an die Saarbrücker Straße und die Beeder Straße vorgesehen. Dort, wo der nördliche Verkehrsanschluss des Gebietes an das städtische Verkehrsnetz vorgesehen ist, ist für den Fall der Ansiedlung die Ausweisung eines SO-Gebietes für großflächigen Einzelhandels vorgesehen.

Der Schwerpunkt des geplanten Angebotes liegt im kurzfristigen Bedarf und soll insbesondere der Versorgung der zukünftig zuwandernden Bevölkerung im Plangebiet dienen. Im unmittelbar angrenzenden Umfeld der Entwicklungsmaßnahme sind mit Aldi, Lidl und Netto drei Lebensmitteldiscounter ansässig. Der ebenfalls angrenzende Globus Baumarkt spielt bei der ausschließlich nahversorgungsorientierten gutachterlichen Betrachtung keine maßgebliche Rolle.

Abbildung 2 Standortsituation Coeur-Gelände



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Der Planstandort ist über die Saarbrücker Straße sowie die Straße Am Stadtbad gut an das örtliche und überörtliche Verkehrsnetz angeschlossen, so dass auch eine Versorgungsfunktion für die nahegelegenen Stadtteile unterstellt werden kann.



Abbildung 3 Standortsituation im Umfeld des Plangeländes



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung, Bebauungsplanentwurf „Westlich des Forums, Teilbereich 1,2. BA“

Der Planstandort liegt innerhalb der verdichteten Kernstadt Homburgs. Die Umgebung ist gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Das Haltestellen- und Liniennetz ist dicht und die Taktfrequenzen niedrig. Der Planstandort im Norden des Gebietes ist durch die Haltestelle Händelstraße mit den Buslinien 501, 507, 508 und R14 und einer werktäglichen Taktfrequenz von durchschnittlich rund 20 Minuten durch den ÖPNV gut erschlossen.

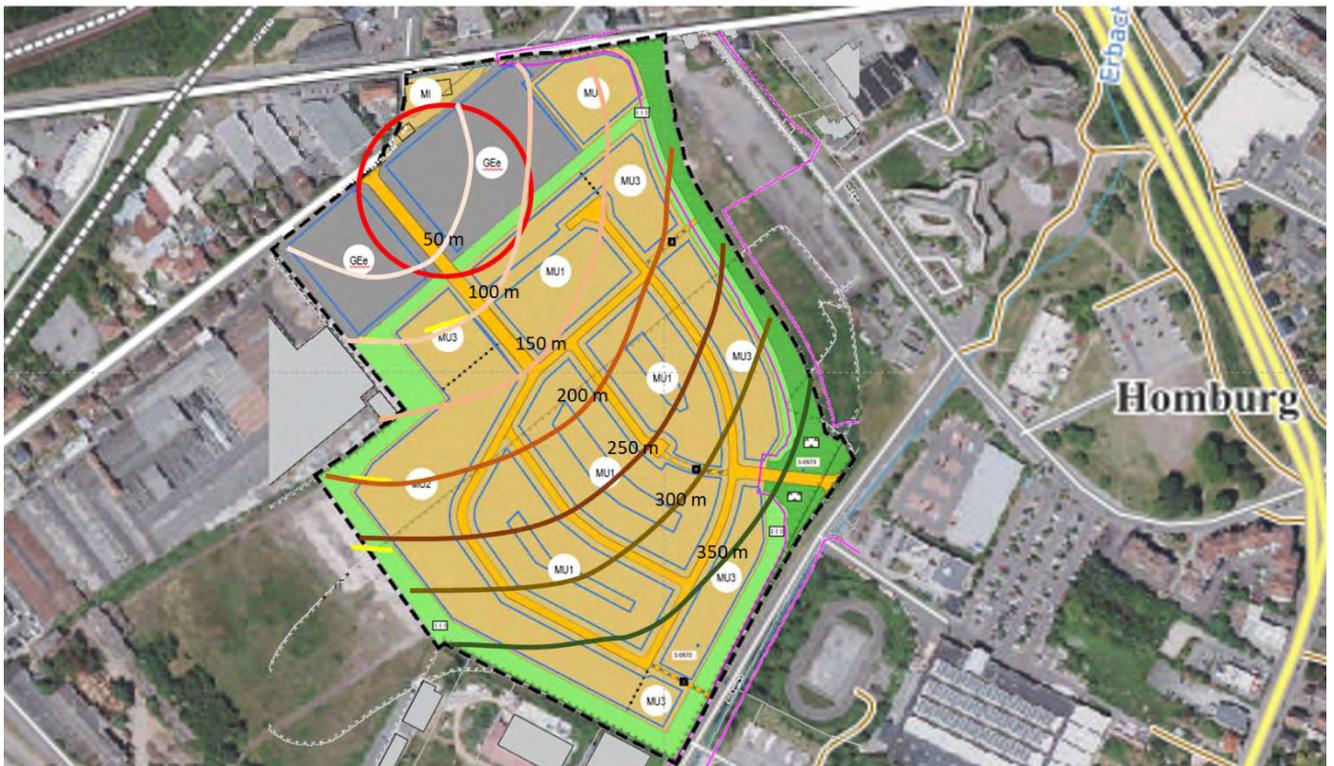
A.2.2 Standortdiskussion

Die Standortpositionierung innerhalb des Entwicklungsgeländes ist noch nicht abgeschlossen. Grundsätzlich ist eine zentrale Lage innerhalb des Plangebietes sinnvoll, um kurze Fußwege für alle Bewohner des Gebietes zu gewährleisten. Andererseits ist davon auszugehen, dass ein Versorgungsstandort mit einer marktgängigen und tragfähigen Verkaufsflächenkonstellation ein höheres Potenzial bindet, als im neuen Wohngebiet zuwächst. Darüber hinaus ist damit zu rechnen, dass nicht das gesamte zuwachsende Potenzial, wegen der zu erwartenden Kaufkraftabflüsse, dem dort anzusiedelnden Markt zugeordnet werden kann. Insofern darf die Erreichbarkeit des Versorgers von außerhalb des Plangebietes nicht außer Acht gelassen werden. Zunächst ist zu prüfen inwieweit der aktuell geplante Standortbereich eine fußläufige Versorgung der kurzen Wege gewährleisten würde.

Die folgende Abbildung zeigt, dass bei der derzeit vorgesehenen Standortlage im Norden des Plangebietes von einer fußläufigen Erreichbarkeit von maximal 350 bis 400 Metern auszugehen ist. Das ist die Hälfte der maximal anzunehmenden fußläufigen Erreichbarkeitsgrenze von 800 Metern und entspricht eine Gehzeit von rund 5 bis 6 Minuten. Gleichzeitig ist eine Zufahrt über die Saarbrücker/Beeder Straße mit dem Pkw möglich, ohne das Wohngebiet zu durchqueren. Insofern ist im Hinblick auf die Erreichbarkeit und die Erfüllung der verbrauchernahen Versorgungsfunktion der vorgesehene Einzelhandelsstandort als idealer Kompromiss anzusehen. Eine zentralere Lage im Wohngebiet würde die maximale Fußgängerdistanz zwar um ca. 2 Minuten reduzieren, brächte allerdings eine Verkehrslärmbelastung des Wohngebietes mit sich.



Abbildung 4 Fußläufige Distanzen im Plangebiet



Eigene Darstellung und Berechnungen, Bebauungsplanentwurf „Westlich des Forums, Teilbereich 1,2. BA

Die maximale fußläufige Erschließung des Standortes reicht über das überplante Gebiet hinaus.

Abbildung 5 Fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes



Eigene Darstellung und Berechnungen, Bebauungsplanentwurf „Westlich des Forums, Teilbereich 1,2. BA



Ein großer Teil des fußläufig erschlossenen Gebiets ist gewerblich oder industriell genutzt. Einige größere Betriebe mit höheren Beschäftigtenzahlen sind dort ansässig. Hier ist ein begrenztes zusätzliches Potenzial für Lebensmitteleinkäufe der Beschäftigten zu sehen.

Nicht unwichtig sind die erreichten Wohngebiete, die innerhalb der fußläufigen Distanz liegen. Es handelt sich um die nördliche Spitze des Siedlungsgebiets Beeden im Westen des Plangebietes. Hinzu kommt das Dreieck des Musikerviertels um die Kaiserstraße sowie kleiner Quartiere am südlichen Rand des Plangebietes. Innerhalb dieses 800 Meter Umkreises um das geplante Einzelhandelsvorhaben wohnen derzeit rund 1.900 Einwohner.

A.2.3 Projektbeschreibung

Der geplante Supermarkt wird über eine Verkaufsfläche von 2.400 qm verfügen. Er ist als Vollsortimenter mit integriertem Getränkemarkt vorgesehen. Die folgende Verkaufsflächen- und Sortimentsaufteilung ist vorgegeben.

Tabelle 1 Geplantes Projekt

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm
Nahrungs- und Genussmittel	1.900
Drogeriewaren	250
Nonfood-Sortiment	250
Gesamtverkaufsfläche	2.400

Quelle: Angaben des Auftraggebers, Aufteilung der Sortimente nach Erfahrungswerten

Die Nonfood-Sortimente werden sich voraussichtlich auf die folgenden Teilsortimente verteilen. Nicht alle der Nonfood-Sortimente sind zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant.

Tabelle 2 Nonfood-Sortimente

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm
Bekleidung/Schuhe (zr)	30
Hausrat (zr)	90
Elektrowaren (zr)	10
Bücher Schreibwaren (zr)	15
Schnittblumen (zr)	5
Tiernahrung (nzt)	100
Summe	250

Aufteilung der Sortimente nach Erfahrungswerten, zr = zentrenrelevant, nzt = nicht zentrenrelevant nach Homburger Liste

Die Geschäftsfläche des Vorhabens wird ebenerdig sein. Eine notwendige Zahl von Stellplätzen wird eingerichtet. Baurechtlich ist die Ausweisung eines SO-Gebietes für großflächigen Einzelhandel geplant.

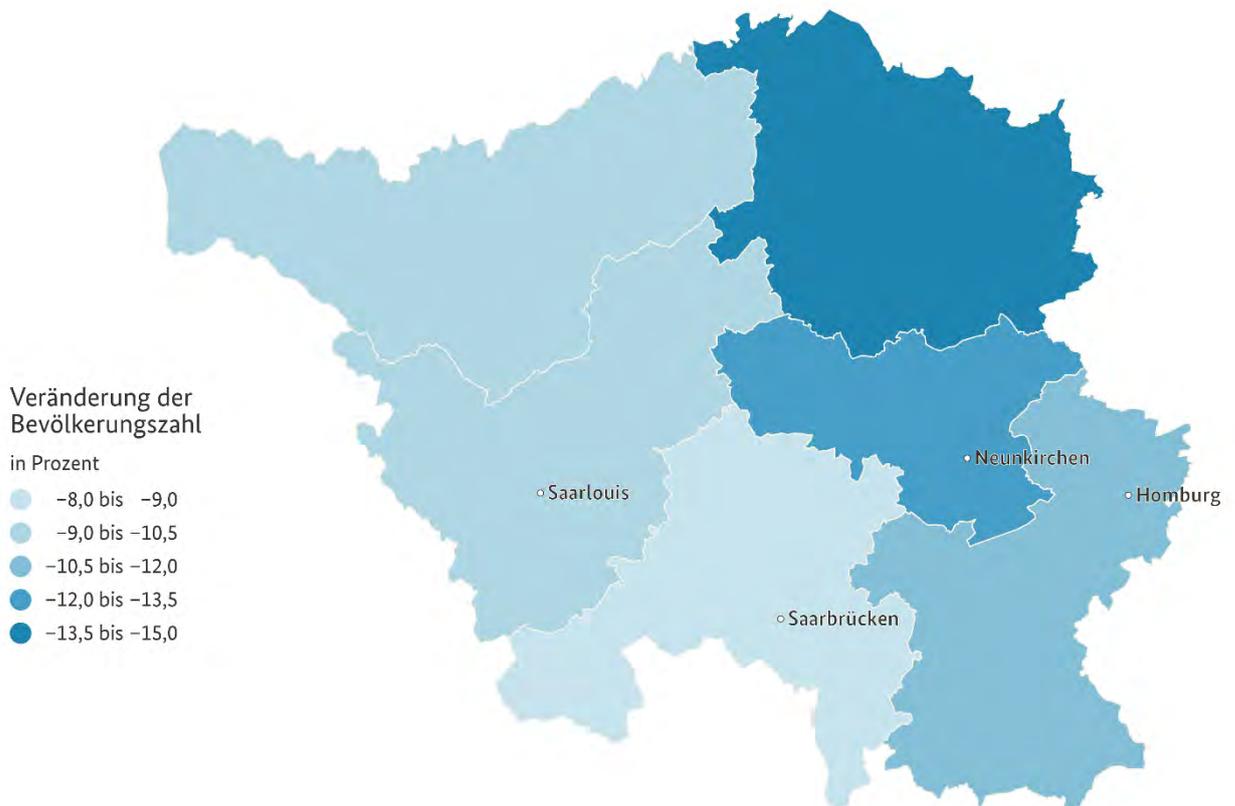


A.2.4 Sozioökonomische Rahmendaten

A.2.4.1 Künftige Bevölkerungsentwicklung

Die künftige Entwicklung der Region ist geprägt von einem Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2040. Die aktuelle regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für die Landkreise durch das Bauinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung weist für den Saarpfalz-Kreis einen Bevölkerungsrückgang von bis zu 11% bis zum Jahr 2040 auf, ausgehend vom Bevölkerungsstand im Jahr 2017. Für den Einzelhandel bedeutet dies voraussichtlich schrumpfende Potenziale im Landkreis.

Abbildung 6 Entwicklung der Bevölkerungszahl 2017-2040 nach Landkreisen



Quelle: BBSR, 2017, Bildlizenz: CC BY-ND 4.0 (Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung 2022)

Für das Gebiet des Saarpfalz-Kreises wird von einer Bevölkerung in Höhe von 128.200 im Jahr 2040 ausgegangen. Dies entspricht einem prozentualen Rückgang von -10,6%³.

Statistische Vorausberechnungen geben grundsätzlich lediglich ein mögliches Entwicklungsszenario vor. Durch gezielte Stadt- und Wirtschaftsentwicklungspolitik können Gemeinden ganz erheblich solche allgemeinen Trends steuern und zukunftsfähige Strukturen bilden und erhalten. Mit der Realisierung des Vorhabens auf dem DSD-Gelände wird ein erheblicher Beitrag zu einer günstigeren Einwohnerentwicklung in der Kreisstadt Homburg geleistet.

B Auswirkungsanalyse

Die Auswirkungsanalyse für das geplante Projekt beinhaltet in einem ersten Schritt die Darstellung und Bewertung der Bestandssituation im Einzugsgebiet. Darüber hinaus wird der zu erwartende Einzugsbereich des Projektes erarbeitet und in seinen Nachfrage- und Angebotsstrukturen beschrieben. Auf der Basis dieser Analysen

³ Quelle: BBSR, Bevölkerungsprognose 2040, URL: tableau.bsh.de/t/bbr/views/Prognose_test/Bevölkerungsprognose?%3Aembed=y&%3AisGuestRedirectFromVizportal=y



werden die Ergebnisse der Modellberechnungen (Analyse der Einkaufsbeziehungen) dargestellt und als Kaufkraftströme quantifiziert. In Simulationsrechnungen werden dann die Veränderungen der Kaufkraftströme ermittelt, die durch das zu prüfende Projekt verursacht werden. Die städtebaulichen Bewertungen dieser Kaufkraftstromveränderungen werden auf dieser Basis erarbeitet und der Einfluss der aktuellen Planungen in der Region bewertet.

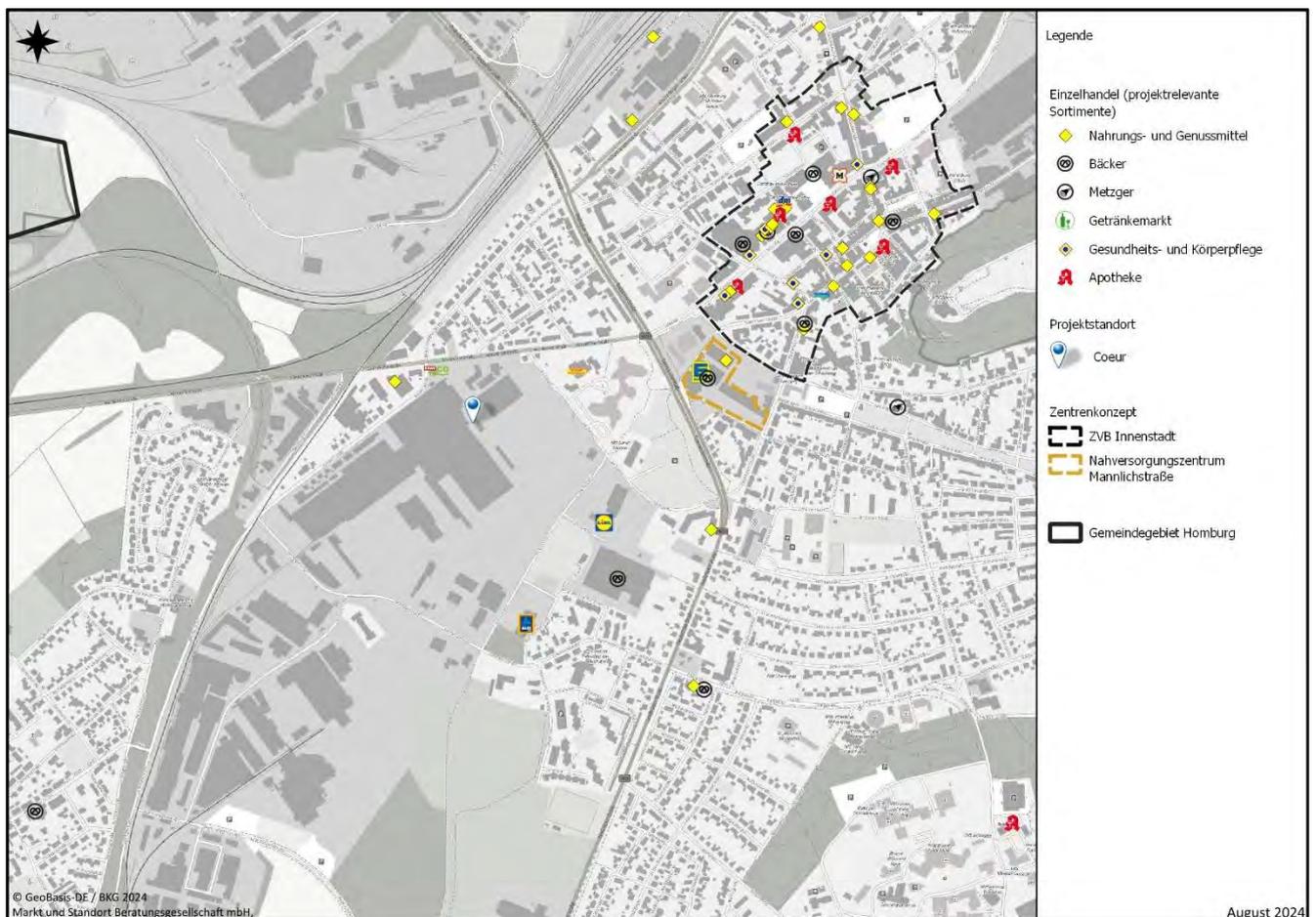
B.1 Der projektspezifische Einzelhandelsbesatz im Standortumfeld

Im Stadtgebiet Homburgs leben aktuell 41.297 Einwohner. Der Stadt Homburg wird im Landesentwicklungsplan des Saarlands der Status eines Mittelzentrums eingeräumt. Die Stadt Homburg verfügt vor allem in der Innenstadt über moderne und vielfältige Angebotsstrukturen bei Gütern des mittelfristigen Bedarfs. Ergänzende Angebote sind am Standort Nahversorgungszentrum Mannlichstraße und den Sonderstandorten Globus Einöd sowie Kaufland Robert-Bosch Straße zu finden.

Laut Einzelhandelskonzept 2023 befinden sich außerhalb der Innenstadt keine großflächigen zentrenrelevanten Märkte, mit Ausnahme von Lebensmittelmärkten.

Der projektrelevante Einzelhandelsbesatz in Homburg wurden im Ende Juli/Anfang August 2024 erhoben. Sonstige Erhebungsdaten wurde vom im Juni 2023 beschlossenen Einzelhandelskonzept übernommen.

Abbildung 7 Projektumfeld mit Nahversorgungsbesatz



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung



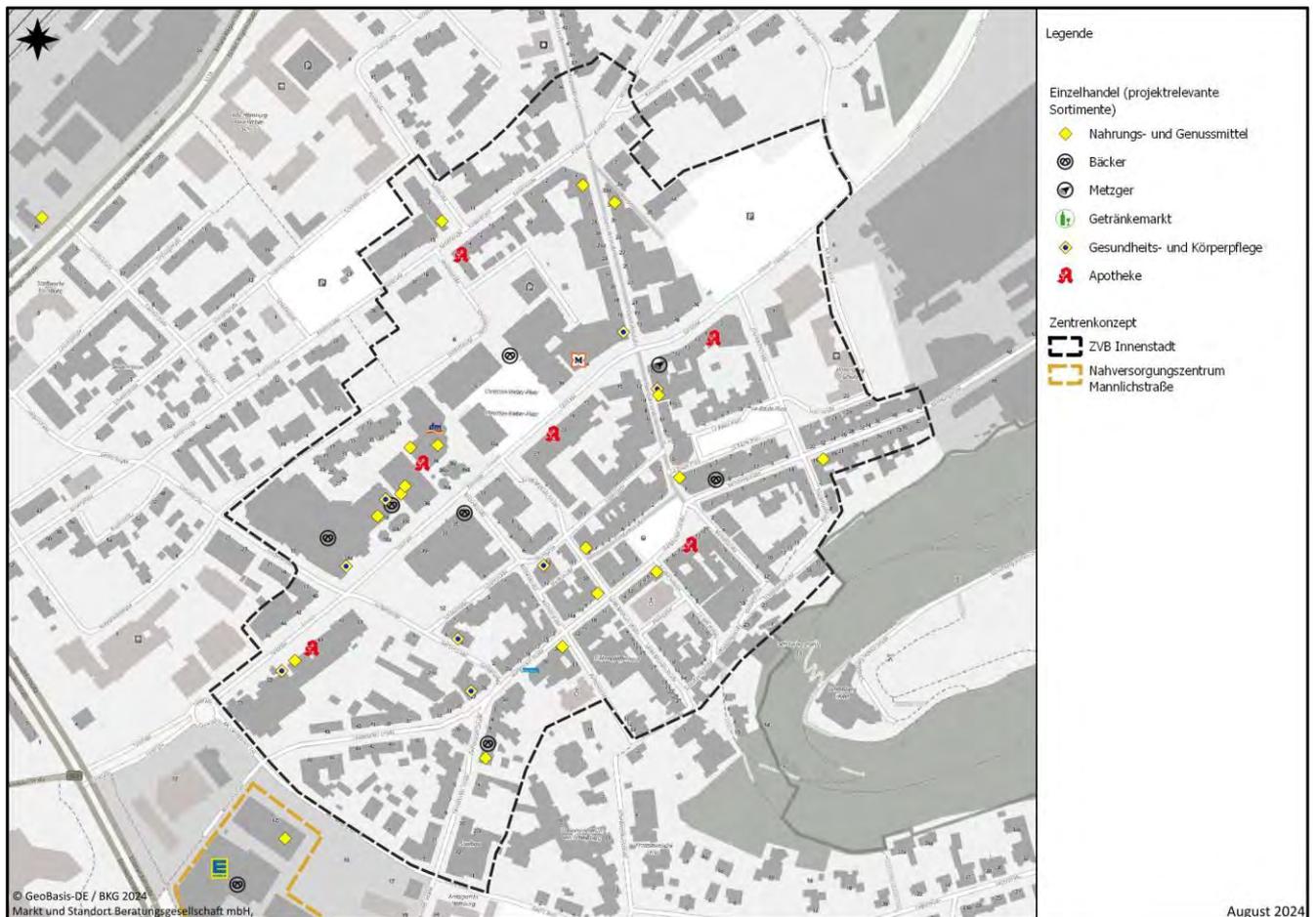
B.1.1 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt von Homburg

Tabelle 3 Angebotene Sortimente in projektrelevanten Einzelhandelsbetrieben

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. € p.a.
Nahrungs- und Genussmittel	1.720	7,7
Gesundheits- und Körperpflege	1.435	13,8
Bekleidung, Lederwaren	75	0,5
Schuhe	15	0,2
Uhren, Schmuck, Optik	45	0,2
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	50	0,1
Elektrowaren	140	0,5
Bücher, Schreibwaren	110	0,5
Möbel und Einrichtungsbedarf	105	0,5
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	40	0,2
Hobby- und Freizeitartikel	360	1,4
Gesamt	4.095	25,8

Quelle: eigene Erhebungen August 2024

Abbildung 8 Nahversorgungsbetriebe in der Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung Erhebungen

In der Innenstadt von Homburg keine großflächigen Lebensmittelstandorte ansässig. Es handelt sich um eine Vielzahl kleiner Anbieter (Bäcker, Metzger, kleine ethnisch geprägte Lebensmittelgeschäfte, Reformhäuser,



Obst-Gemüse-Anbieter, Süßwaren oder Getränke/Spirituosengeschäfte). Zwei Drogeriemärkte (DM und Müller) bieten weitgehend nahversorgungsrelevante Sortimente.

B.1.2 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz im NVZ Mannlichstraße

Dominierender Nahversorgungsbetrieb im Nahversorgungszentrum ist Edeka mit rund 2.500 qm Verkaufsfläche. Ergänzt wird das Nahversorgungsangebot durch einen in das Gebäude integrierten Backverkaufsshop. Weitere Anbieter aus dem Nonfoodbereich sind Tedi, Kik und verschiedene Dienstleister.

Tabelle 4 Angebotene Sortimente im NVZ Mannlichstraße

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. € p.a.
Nahrungs- und Genussmittel	2.140	9,5
Gesundheits- und Körperpflege	225	1,0
Bekleidung, Lederwaren	30	0,1
Schuhe	0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik	0	0,0
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	90	0,4
Elektrowaren	0	0,0
Bücher, Schreibwaren	55	0,2
Möbel und Einrichtungsbedarf	0	0,0
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	40	0,2
Hobby- und Freizeitartikel	0	0,0
Gesamt	2.580 qm	11,5

Quelle: eigene Erhebungen August 2024

Abbildung 9 Nahversorgungsbetriebe im NVZ Mannlichstraße



Quelle: eigene Darstellung Erhebungen



B.1.3 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz im NVZ Cranachstraße

Auch im Nahversorgungszentrum Cranachstraße stellt Edeka den dominierenden Markt. Daneben befindet sich dort ein Delta Supermarkt sowie ein Backshop.

Tabelle 5 Angebotene Sortimente im NVZ Cranachstraße

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. € p.a.
Nahrungs- und Genussmittel	1.500	6,6
Gesundheits- und Körperpflege	115	0,5
Bekleidung, Lederwaren	25	0,1
Schuhe	0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik	0	0,0
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	70	0,3
Elektrowaren	0	0,0
Bücher, Schreibwaren	30	0,1
Möbel und Einrichtungsbedarf	0	0,0
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	20	0,1
Hobby- und Freizeitartikel	0	0,0
Gesamt	1.760	7,7

Quelle: eigene Erhebungen August 2024

Abbildung 10 Nahversorgungsbetriebe im NVZ Cranachstraße



Quelle: eigene Darstellung Erhebungen



B.1.4 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz im Gebiet Forum, Stadtbad Saarbrücker Straße

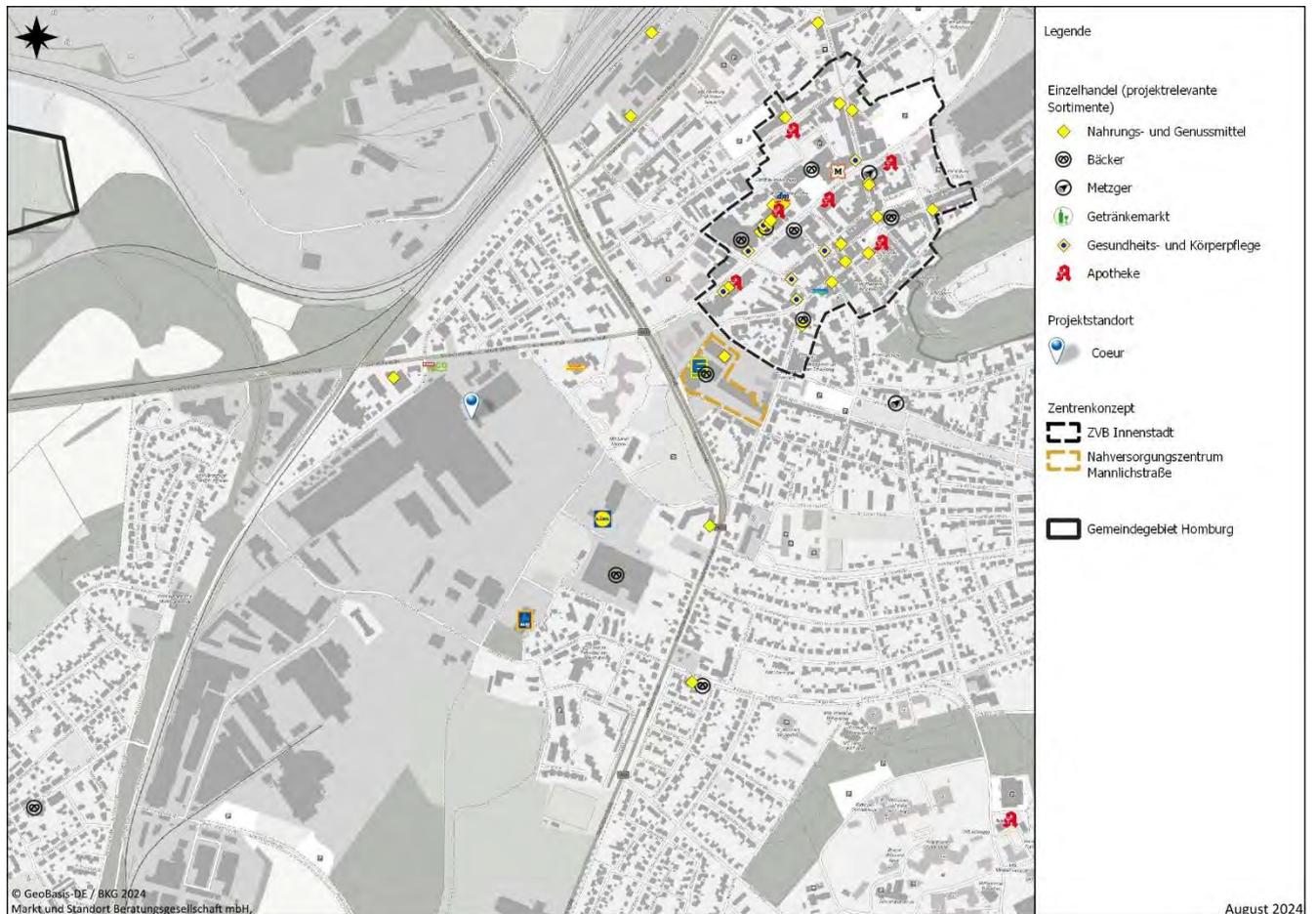
Neben dem Verwaltungszentrum (Rathaus und Landratsamt) befinden sich in dem besagten Gebiet verschiedene Lebensmitteldiscounter und ein Globus Baumarkt. Verkaufsfläche und Umsätze des Globus Baumarktes spielen bei der aktuellen Analyse keine Rolle. Diese Einrichtung umringen quasi das Projektgelände.

Tabelle 6 Angebotene Sortimente im Gebiet Forum, Stadtbad Saarbrücker Straße

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. € p.a.
Nahrungs- und Genussmittel	2.635	21,1
Gesundheits- und Körperpflege	305	2,5
Bekleidung, Lederwaren	30	0,3
Schuhe	20	0,2
Uhren, Schmuck, Optik	0	0,0
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	40	0,3
Elektrowaren	0	0,0
Bücher, Schreibwaren	10	0,1
Möbel und Einrichtungsbedarf	20	0,2
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	90	0,8
Hobby- und Freizeitartikel	10	0,1
Gesamt	3.175	25,5

Quelle: eigene Erhebungen August 2024

Abbildung 11 Nahversorgungsbetriebe im Gebiet Forum, Stadtbad Saarbrücker Straße



Quelle: eigene Darstellung Erhebungen



B.1.5 Projektrelevanter Einzelhandelsbesatz im Stadtteilzentrum Erbach

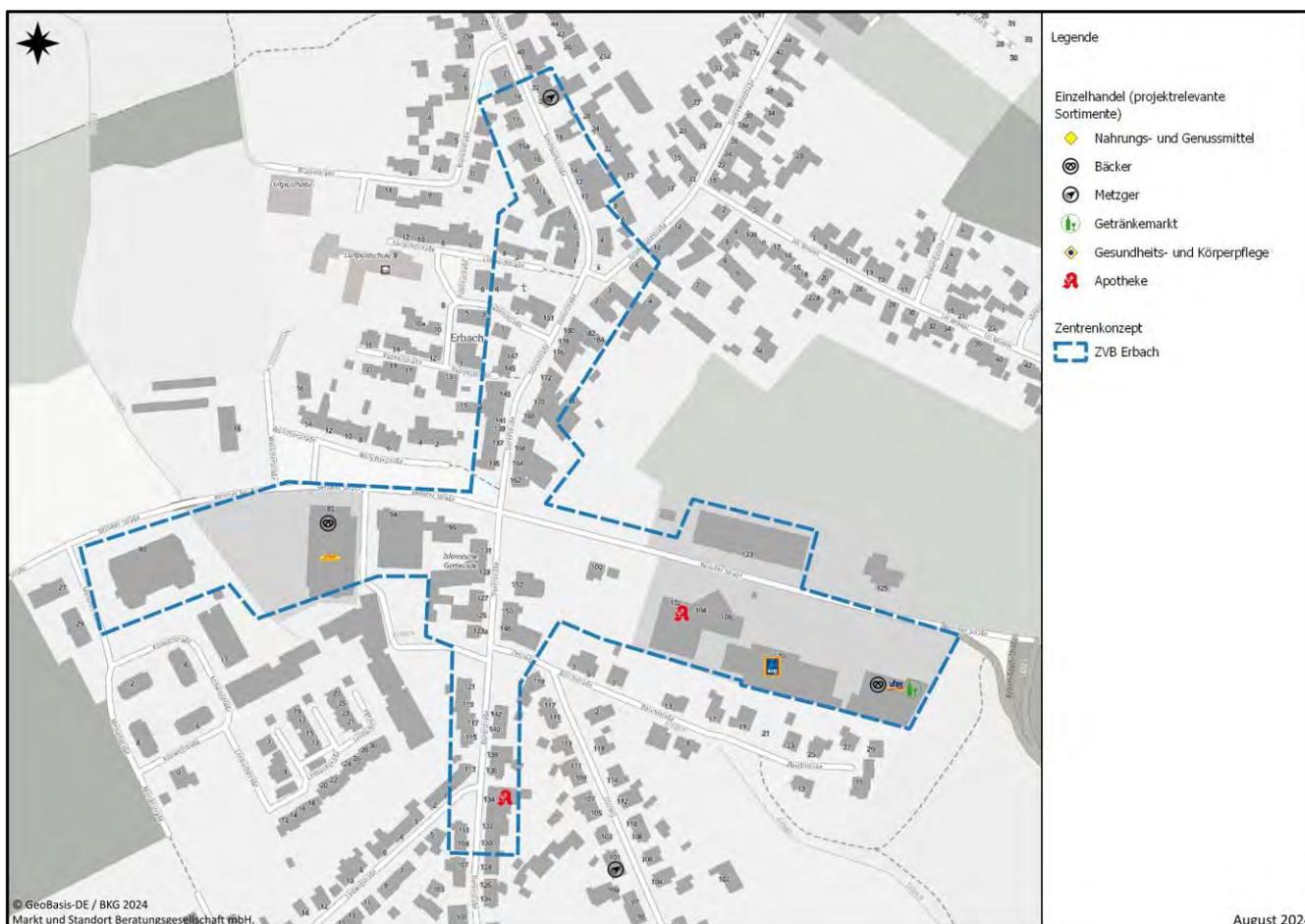
Magnetbetriebe im Stadtteilzentrum Erbach sind ein Netto und ein Aldi Lebensmitteldiscounter. Ergänzt werden die Nahversorgungsangebote durch einen DM-Drogeriemarkt sowie Bäcker, Metzger und Apotheke. Non-food-Anbieter verbessern das Angebot, sind allerdings bei dieser Untersuchung nicht von Belang.

Tabelle 7 Angebotene Sortimente im Stadtteilzentrum Erbach

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. € p.a.
Nahrungs- und Genussmittel	2.165	14,5
Gesundheits- und Körperpflege	795	7,0
Bekleidung, Lederwaren	10	0,1
Schuhe	10	0,1
Uhren, Schmuck, Optik	0	0,0
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	55	0,4
Elektrowaren	0	0,0
Bücher, Schreibwaren	5	0,0
Möbel und Einrichtungsbedarf	10	0,1
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	65	0,5
Hobby- und Freizeitartikel	10	0,1
Gesamt	3.125	22,9

Quelle: eigene Erhebungen August 2024

Abbildung 12 Nahversorgungsbetriebe im Stadtteilzentrum Erbach



Quelle: eigene Darstellung Erhebungen



B.1.6 Stadtteilzentrum Kirrberg und Solitärlagen Globus und Kaufland

Der Nahversorgungsbesatz im Stadtteilzentrum Kirrberg verfügt über eine Verkaufsfläche von rund 70 qm.

Die Solitärlage Globus in Homburg-Einöd erreicht eine Verkaufsflächensumme von 15.765 qm. Hier sind neben dem Globus-SB-Warenhaus diverse Nahversorgungsangebote in der Mall zu berücksichtigen. Es ist von einem Bestandsumsatz von insgesamt 64,5 Mio. € auszugehen.

Die zweite maßgebliche Solitärlage mit Nahversorgungssortimenten ist der Standort Kaufland und Lidl an der Robert-Bosch-Straße. Hier konzentrieren sich 5.335 qm Verkaufsfläche mit einem Umsatz von rund 26,7 Mio. €

B.1.7 Streulagen im Stadtgebiet

Weitere nahversorgungsrelevante Streulagen finden sich mit dem Mix Markt Am Zweibrücker Tor, Nah und Gut und Ayham Markt in der Lappentascher Straße, Netto in der Heinrich-Spoerl-Straße, CAP-Markt in Kirrberg, Ortsstraße sowie diverse Bäckereien, Metzgereien, Tankstellenshops und Apotheken.

Es summieren sich insgesamt 2.745 qm Verkaufsfläche mit einem Umsatz von rund 16,1 Mio. €.

B.1.8 Entwicklung des Bestandes der Nahversorgungsbetriebe.

Seit der Erhebung zum Einzelhandelskonzept im Jahr 2021 haben sich zählbare Verkaufsflächenveränderungen ergeben. Summierte sich 2021 die Verkaufsfläche der 94 Betriebe mit Kernsortiment Lebensmittel auf 42.880 qm, finden sich aktuell nur noch 85 Lebensmittelbetriebe mit insgesamt 35.225 qm Verkaufsfläche. Das bedeutet einen Verkaufsflächenverlust bei den Lebensmittelbetrieben von 7-655 qm innerhalb von knapp drei Jahren. Es ist zu berücksichtigen, dass hier die Nonfood-Sortimente, deren Anteil in der Regel nicht allzu hoch ist. Einzige Ausnahme bildet der Real-Markt, der von Kaufland übernommen wurde.

Die deutliche Abnahme der Lebensmittelverkaufsflächen resultieren aus der deutlichen Verkaufsflächenreduzierung bei der Kaufland-Übernahme des Real-Standortes. Während der Real-Standort damals über 9.195 qm Verkaufsfläche verfügte (5.730 qm Food und 3.465 qm Nonfood), liegt Kaufland aktuell bei 3.910 qm (3.785 qm Food und 125 qm Nonfood). So sind bei dieser Übernahme alleine 5.285 qm Verkaufsfläche insgesamt verloren gegangen, immerhin waren 1.945 qm davon Food-Verkaufsflächen.

Maßgebliche Standortverluste gab es mit der Aufgabe von Penny, Am Vierherrenwald (965 qm), MERE / TS Markt 101, Kaiserslauterer Straße (785 qm), Real Getränkemarkt, Bio-Frischmarkt, Mannlichstraße sowie insgesamt 12 Metzger und Bäckerstandorte.

So ist die Zentralität im Lebensmittelsortiment von 159,4 im Jahr 2021 auf aktuell 129,8 gesunken. Dieser deutliche Zentralitätsverlust geschah, obwohl das Lebensmittelkaufkraftpotenzial im gleichen Zeitraum von 113,0 Mio. € auf 129,8 Mio. € gestiegen ist. Die Zahl der Einwohner stieg von 41.875 auf 42.297, der Pro-Kopf-Ausgabenwert wuchs von 2.786 €/Kopf auf 3.166 €/Kopf.

Aus dieser negativen Entwicklung lässt sich, unter Einbeziehung der zu erwartenden Potenzialzuwächse durch das Planvorhaben ein Nachholbedarf für Lebensmittelangebote in Homburg ableiten.

B.2 Einzugsbereich des Projektes

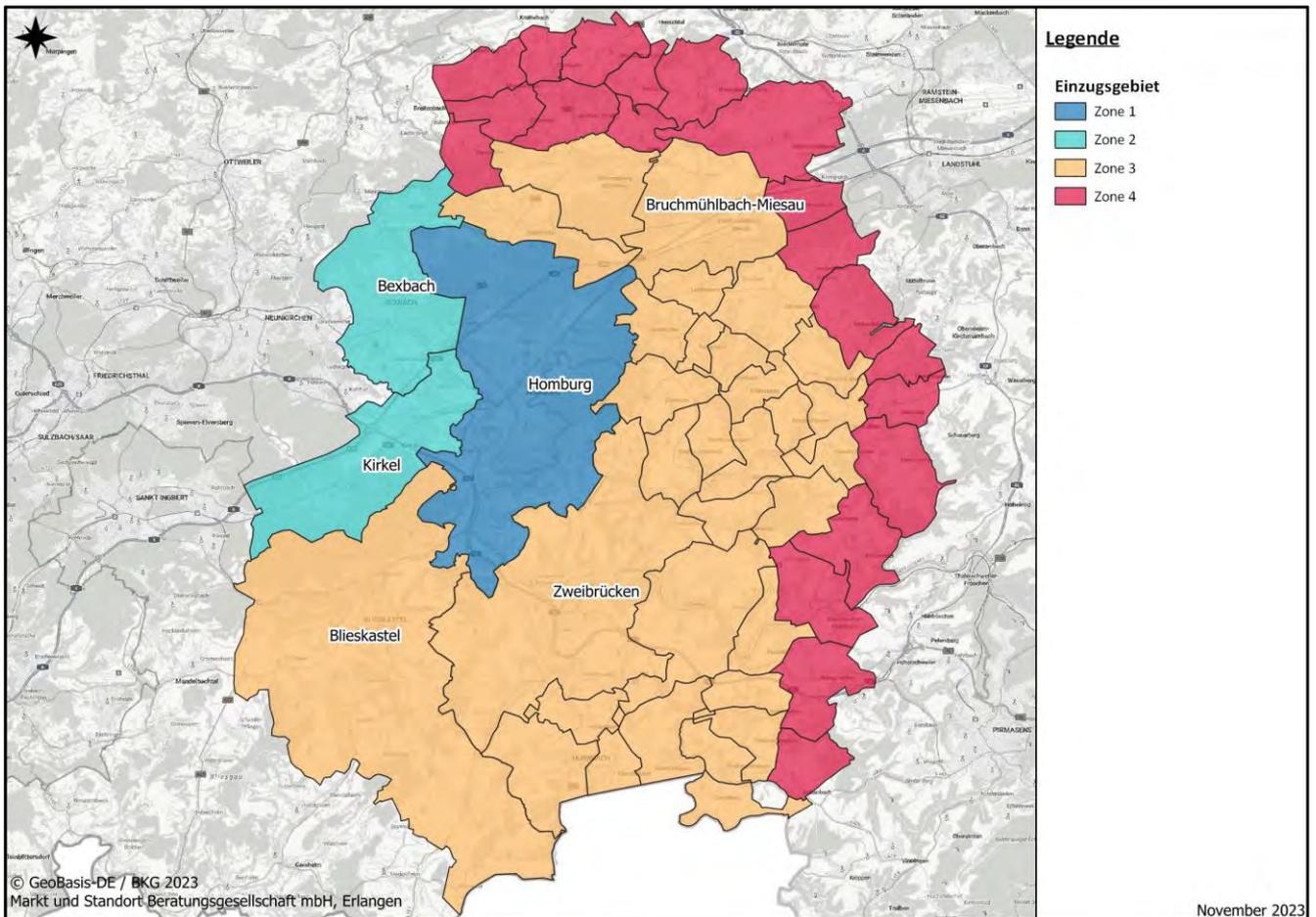
B.2.1 Einzugsbereich des Planvorhabens

Der Einzugsbereich des Projektes ist zum einen abhängig von der Angebotsstruktur des geplanten Projektes und zum anderen von der Verkehrslage und der damit verbundenen Erreichbarkeit für die Verbraucher. Die derzeitige Standortlage des Projektes ist zweckmäßig, gut erreichbar und verkehrsgünstig gelegen. Da es sich um ein Projekt mit Nahversorgungssortimenten handelt, begrenzt sich der Einzugsbereich auf die Zone 1, das Stadtgebiet Homburgs.



Die vier Zonen des Einzugsbereiches der Stadt Homburg stehen für die unterschiedlich starke Marktausschöpfung der Einzelhandelsbetriebe des Mittelzentrums Homburg im Einzugsbereich. Zone 1 des Einzugsbereichs ist das Stadtgebiet Homburgs, Zone 2 ist der weitere mittelzentrale Verflechtungsbereich. Blieskastel, Zweibrücken und die östlich und nördlich an Homburg anschließenden pfälzischen Gemeinden liegen in Zone 3 des Einzugsbereichs. Weiter entfernte pfälzische Gemeinden sind der Zone 4 des Einzugsbereichs zugeordnet.

Abbildung 13 Einzugsbereich der Gesamtstadt



Quelle: eigene Darstellung 2023

Der Einzugsbereich des Projekts auf dem DSD-Gelände erstreckt sich über Zone 1, dem Nahbereich der Stadt Homburg.

Tabelle 8 Einwohner im Einzugsbereich des Projektstandortes

Einzugsbereich	Einwohner 2023
Zone 1 (Homburg)	42.297

Quelle: eigene Berechnungen 2024



B.2.2 Marktpotenzial

B.2.2.1 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Region

Die Kaufkraft der Bevölkerung im Einzugsbereich des Projektes wird bestimmt durch das Einkommensniveau in der Region. Die allgemeine Kaufkraftkennziffer zeigt das Einkommensniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer zeigt die einkommensabhängigen regionalen Effekte für die Einzelhandelsausgaben auf.

Wie die folgende Darstellung zeigt, herrschen im Umkreis von Homburg weitgehend unterdurchschnittliche Einkommen vor, die naturgemäß Auswirkungen auf die durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben haben.

Für Homburg wurde ein Kaufkraftindex von 96,9 ermittelt. Damit liegen die durchschnittlichen Ausgaben der Bürger aus Homburg leicht 3,1% unterhalb des Bundesdurchschnittes. Die umliegenden Gemeinden verfügen über unter- bis überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraftindices. Die Spanne liegt zwischen 84,7 (Neunkirchen) und 105,8 (Kirkel).

Abbildung 14 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich 2024 (BRD = 100)



Quelle: MB-Research, Nürnberg 2024, * Kaufkraftindex der Stadt Homburg insgesamt

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



B.2.2.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Tabelle 9 Mittlere Ausgaben im Einzelhandel (nach Sortimentsgruppen) in Euro pro Kopf (Bundesdurchschnitt)

Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke	Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Drogeriewaren	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)
3.166	635	701	161	119	125

Elektrowaren	Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	Hobby- und Freizeitartikel	Gesamt
595	229	676	629	411	7.445

Quelle: eigene Berechnungen 2024, BBE, diverse Verbände, Destatis, MB-Research 2024

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

Insgesamt stehen folgende Marktpotenziale zur Verfügung:

Tabelle 10 Marktpotenziale im Einzugsbereich (projektrelevante Potenziale)

Einzugsbereich	Zone 1 (Homburg) in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	129,8
Gesundheits- und Körperpflege	26,0
Bekleidung, Lederwaren	28,7
Schuhe	6,6
Uhren, Schmuck, Optik	4,9
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	5,1
Elektrowaren	24,4
Bücher, Schreibwaren	9,4
Möbel und Einrichtungsbedarf	27,7
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	25,8
Hobby- und Freizeitartikel	16,8
Gesamt	305,3

Quelle: eigene Berechnungen 2024, BBE, diverse Verbände, Destatis, MB-Research 2024

B.2.3 Zuwachsende Kaufkraftpotenziale durch das Wohnungsbauprojekt auf dem Projektgelände

Neben den auf der Grundlage der bestehenden Einwohnerzahl errechneten Kaufkraftpotenziale sind neue zusätzliche Kaufkraftpotenziale durch die Zuzüge in die geplanten 500 Wohneinheiten des Coeur-Projektes zu berücksichtigen. Ausgangsbasis ist ein durchschnittlicher Personenbesatz einer Wohneinheit mit 2,3 Personen. Die durchschnittliche Haushaltsgröße in Homburg liegt bei 2,0 Personen. Die anzunehmende Haushaltsgröße für die neuen Wohneinheiten ist im Wesentlichen von der Art der geplanten Wohnungen und der erwarteten Altersgruppe abhängig. Man kann von folgenden Größenordnungen für die Haushalte und damit der Wohnungsbesetzung ausgehen:



Tabelle 11 Annahmen zu den künftigen Haushaltsgrößen im Plangebiet

Altersklasse/Lebensphase	Spanne der Haushaltsgröße Personen je Haushalt	Annahme zum Anteil im Plangebiet	Annahme Haushalts- größe
Haushalte bis 30 Jahre	1,6 bis 1,8	10%	0,2
Haushalte 30 bis 45 Jahre	2,4 bis 2,8	40%	1,0
Haushalte 45 bis 65 Jahre	2,1 bis 2,4	40%	0,9
Haushalte älter als 65 Jahre	1,5 bis 1,8	10%	0,2
Bundesdurchschnitt/Ergebnis	2,0	100%	2,3

Quelle: Destatis, Mikrozensus, SOEP

Für die geplanten Berechnungen wird ein Haushaltsmix angenommen, der insbesondere Haushalte in den mittleren Lebensphasen (berufstätig, Kinder etc.) berücksichtigt. Ein Mix von Haushalten zwischen 30 und 65 Jahre von 80% plus jeweils 10% von jungen und älteren Haushalten wird zugrunde gelegt. So ergibt sich eine mittlere anzunehmende Haushaltsgröße für das Plangebiet von 2,3 Personen je Haushalt.

Daraus ergibt sich, ausgehend von 500 Wohneinheit multipliziert mit jeweils 2,3 Personen eine zukünftige Einwohnerzahl von 1.138 Personen.

Tabelle 12 Marktpotenziale im Einzugsbereich (projektrelevante Potenziale), einschließlich zuwachsender Potenziale aus dem Plangebiet

Einzugsbereich	Zone 1 (Homburg) in Mio. €	Zusätzliches Potenzial aus dem Plangebiet in Mio. €	Zone 1 (Homburg) einschließlich des zuwachsenden Potenzials aus dem Plangebiet in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	129,8	3,6	133,4
Gesundheits- und Körperpflege	26,0	0,7	26,8
Bekleidung, Lederwaren	28,7	0,8	29,5
Schuhe	6,6	0,2	6,8
Uhren, Schmuck, Optik	4,9	0,1	5,0
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	5,1	0,1	5,3
Elektrowaren	24,4	0,7	25,1
Bücher, Schreibwaren	9,4	0,3	9,6
Möbel und Einrichtungsbedarf	27,7	0,8	28,5
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	25,8	0,7	26,5
Hobby- und Freizeitartikel	16,8	0,5	17,3
Gesamt	305,3	8,5	313,7

Quelle: eigene Berechnungen

B.3 Die Kaufkraftbindung und die erwarteten Veränderungen

B.3.1 Der 0-Fall (Status Quo)

B.3.1.1 Kaufkraftbindung am untersuchten Standort

Durch den Einsatz des Markt und Standort Modells können die aktuellen Einkaufsbeziehungen im Einzugsbereich des Projektes ermittelt werden. Mit Fokus auf den Standort Coeur werden zusätzlich die Kaufkraftströme aus der Perspektive des ansässigen Einzelhandels und Verbrauchers dargestellt. Bei der Ermittlung der Kaufkraftströme werden, im Gegensatz zur Darstellung der Zentralität, keine bilanzierten Berechnungen vorgenommen, sondern auf Basis der einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten die Ströme (Zuflüsse und Abflüsse der Kaufkraft) simuliert.



Tabelle 13 Kaufkraftbindung in den projektrelevanten Sortimenten

Sortimentsgruppe	Potenzial im Stadtgebiet in Mio. €	Umsatz im Stadtgebiet in Mio. €	Zentralität ($\emptyset = 100$)
Nahrungs- und Genussmittel	129,8	162,7	125,3
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	26,0	40,9	157,0
Nahversorgungsrelevant	155,8	203,6	130,6

Quelle: eigene Berechnungen

In der Zone 1 des Einzugsbereichs steht dem Nahversorgungspotenzial von 155,8 Mio. Euro für projektrelevante Sortimente ein Umsatz der Anbieter von rund 203,6 Mio. Euro gegenüber. Das entspricht einer Kaufkraftbindungsquote von 130,6.

Die Zentralität Homburgs ist durch die Funktion als Mittelzentrum und dem damit verbunden Einzugsbereich zu begründen. Rein rechnerisch werden rund 30% der Nahversorgungsumsätze mit Kunden aus dem Umland erzielt. Der nahversorgungsspezifische Zentralitätswert lag zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes noch bei 155,3.

B.3.2 Der 1-Fall (Projekt)

Grundlage für die perspektivische Berechnung der zu erwartenden Auswirkungen des zu prüfenden Projektes sind die dargestellten Kaufkraftströme. Die Veränderung der Kaufkraftströme führt dabei zu Umsatzumlenkungen, die für die betroffenen Einzelhandelsstandorte geprüft und gutachterlich bewertet werden.

B.3.2.1 Projekt und Umsatzerwartung

Das Projekt wurde bereits erläutert und das zugrundeliegende Verkaufsflächenkonzept beschrieben. Im Folgenden werden die zu erwartenden Projektumsätze für die geplante Verkaufsfläche ermittelt und die erzielten Marktanteile dargestellt. Die gesamte künftige Verkaufsfläche von 2.400 qm wird in die Begutachtung einbezogen.

Tabelle 14 Projekt, geplante Umsatzerwartung des Gesamtprojekts

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Raumleistung in Euro/qm	Umsatzerwartung in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	1.900	4.189	8,0
Drogeriewaren	250	4.000	1,0
Nonfood-Sortiment	250	2.200	0,6
Summen	2.400	3.963	9,5

Quelle: EHI, Handel aktuell 2023, BBE, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024, Sonstige Verbandsveröffentlichungen

Die verwendeten Raumleistungen sind höher als die im Durchschnitt von Supermärkten erzielten Raumleistungen. Damit werden Worst Case Effekte am Standort berücksichtigt und es kann ausgeschlossen werden, dass bei einer eventuellen investorensseitigen Betreiberumplanung (z.B. Betreiberwechsel) eine erneute Begutachtung notwendig wird. Die resultierenden Umsatzerwartungen entsprechen somit den Worst-Case-Bedingungen. Auswirkungsanalysen sind grundsätzlich betreiberunabhängig durchzuführen. Für den Lebensmittelanteil wurde eine Flächenproduktivität von 4.800 €/qm veranschlagt. Für den integrierten Getränkemarkt gilt eine Raumleistung von 1.900 €/qm, so dass in der Summe auf den geplanten 1.900 qm eine Raumleistung von 4.189 €/qm zu erwarten ist. Der Worst-Case Zuschlag beträgt für Lebensmittel 4% und für den Getränkemarkt bei knapp 6%. Damit ist die örtliche Marktsituation in ausreichende Weise berücksichtigt und die Worst Case-Erhöhung bildet einen realistischen spezifischen Zuschlag für die regionale Wirtschaftskraft ab.

Die Sortimentsaufstellung der Nonfoodsorbitimente in Tabelle 2 zeigt, dass die einzelnen zentrenrelevanten Sortimentsgruppen nur geringe Verkaufsflächen aufweisen (30-90 qm). Die Umsatzerwartungen liegen in den



meisten Fällen unterhalb von 0,1 Mio. €, nur bei Hausrat ist mit einer Umsatzerwartung von 0,2 Mio. € zu rechnen. Rechenbare städtebauliche Wirkungen sind aufgrund der geringen Größenordnung bei Nonfood Sortimenten nicht zu erwarten. Der Anteil mit Tierfutter ist nicht zentrenrelevant und deshalb nicht maßgeblich.

B.4 Verträglichkeitsuntersuchung für das Projekt

B.4.1 Bewertung der Sortimentsstruktur

Die Sortimente des geplanten Projekts berühren eine große Bandbreite, die vor allem als zentrenrelevant zu bewerten sind. Folgende Zuordnung ergibt sich in Bezug auf die Zentrenrelevanz der geplanten Sortimente laut Homburger Liste:

Tabelle 15 Zentrenrelevanz der Projektsortimente

Sortimentsgruppe	Einstufung nach Homburger Liste
Nahrungs- und Genussmittel	nahversorgungsrelevant
Drogeriewaren	nahversorgungsrelevant
Textilien, Bekleidung, Lederwaren	zentrenrelevant
Hausrat	zentrenrelevant
Elektroartikel	zentrenrelevant
Bücher, Schreibwaren	zentrenrelevant
Tiernahrung	Nicht-zentrenrelevant

Differenzierte Aufstellung der Sortimentsgruppe im Anhang (Kapitel C.2.)

B.4.2 Umsatzherkunft des Vorhabens

Die Ermittlung der Umsatzherkunft zeigt die Wohnorte der potenziellen Kunden und die in den Zonen des Einzugsbereiches erzielten Umsatzanteile und Marktanteile. Der größte Teil der Umsatzgenerierung wird vor allem in Homburg und darüber hinaus in den unmittelbar angrenzenden Städten und Gemeinden erfolgen.

B.4.3 Umverteilungsrelevanz der Umsatzerwartung

Angesichts der Entwicklungsmaßnahmen auf dem Projektgelände wurden zuwachsende Potenziale ermittelt, die aufgrund des Zuzuges von Einwohnern in die neu errichteten Wohnungen entstehen. Die ermittelten zusätzlichen 1.138 Einwohner werden ein projektrelevantes Kaufkraftpotenzial von 6,5 Mio. € beisteuern. Dieses ist, soweit es im geplanten Markt verwendet wird, nicht umverteilungsrelevant. Aufgrund der Attraktivität des geplanten Lebensmittelmarktes und der guten fußläufigen Erreichbarkeit ist von einer Kaufkraftbindung bei Lebensmitteln und Drogeriewaren von rund 60% auszugehen. Für die Nonfood-Sortimente ergibt sich aufgrund der unterschiedlichen Quoten in den Sortimentsgruppen eine durchschnittliche Bindung von 17,8%.

Letztlich ergibt sich ein Betrag von 3 Mio. €, der durch das Vorhaben unmittelbar aus dem zuwachsenden Potenzial gebunden wird und deshalb im Stadtgebiet und darüber hinaus nicht umverteilungsrelevant ist.

Tabelle 16 Umverteilungsrelevante Umsatzerwartung

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatzerwartung in Mio. €	Umsatzanteil aus neuem Potenzial in Mio. €	Umverteilungsrelevanter Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	1.900	8,0	2,2	5,8
Drogeriewaren	250	1,0	0,4	0,6
Nonfood-Sortiment	250	0,6	0,4	0,2
Summen	2.400	9,5	3,0	6,5

Quelle: eigene Berechnungen



B.4.4 Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Lebensmittel

Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns bzw. der städtebaulich-funktionalen Zentren wird regelmäßig vermutet, wenn aufgrund des durch den Betrieb des Einzelhandelsprojekts verursachten Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen, die die städtebauliche Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte beschädigen. Dies wird angenommen, wenn bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10% und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 20% zu erwarten ist. Allerdings handelt es sich hier nicht um fixe Grenzwerte, die in jedem Falle heranzuziehen sind. Für jeden Einzelfall sind die Verträglichkeitsgrenzen gutachterlich neu zu bewerten. Im Falle von Homburg spricht aufgrund der guten Bestandsausstattung und der Stabilität der vorhandenen Einkaufslagen nichts dagegen, die häufig verwendete Abwägungsschwelle von 10% anzuwenden. Für die Innenstadt sowie für die beiden Stadtteilzentren in Erbach und Kirrberg ist aufgrund von Vorschädigungen und qualitativen Schwächen⁴ eine Abwägungsschwelle von 8% festzulegen.

Im Folgenden werden die Umsatzverteilungen in den Versorgungslagen der Stadt Homburg dargestellt und auf ihre städtebauliche Verträglichkeit bewertet. Die Grundlage bilden die Abgrenzung des Einzugsbereiches sowie Nachfrage- und Angebotsstrukturen.

Tabelle 17 Projektspezifische Umsatzumlenkungen (Lebensmittel) innerhalb des Einflussbereiches des geplanten Vorhabens auf dem ehemaligen DSD-Gelände

Standortlage	Einstufung nach Einzelhandelskonzept*	projektrelevanter Bestandumsatz in Mio. €	Umsatzumlenkung in Mio. €	Umlenkungsquote in v.H.	Umsatzumlenkung umverteilungsrelevant in Mio. €	Umlenkungsquote umverteilungsrelevant in v.H.
Homburg - Innenstadt	ZVB	7,7	0,5	6,4%	0,4	4,7%
Homburg NVZ-Mannlichstraße	ZVB	9,5	0,7	7,3%	0,6	5,9%
Homburg NVZ Cranachstraße	ZVB	6,6	0,4	6,4%	0,3	4,2%
Homburg Am Forum/Stadtbad/Saarbrücker Straße	Solitär	21,1	1,6	7,5%	1,2	5,5%
Erbach - ZVB	ZVB	14,5	0,7	4,9%	0,5	3,5%
Kirrberg - ZVB	ZVB	0,2	...*	...*	...*	...*
Solitärlage Globus	Sonderstandort	64,6	2,0	3,0%	1,4	2,2%
Solitärlage Kaufland	Sonderstandort	26,7	1,1	4,1%	0,8	2,9%
Streulagen im Stadtgebiet	Solitär	11,7	0,6	5,0%	0,4	3,7%
diffuse Zuflüsse			0,4		0,3	
Gesamt		162,7	8,0		5,8	

* Werte unter 100T Euro können aus methodischen Gründen nicht dargestellt werden

Die Wettbewerbswirkungen werden erkennbar insbesondere an den näher gelegenen Standorten im Stadtgebiet. Spürbare Konkurrenzeffekte werden in Nahversorgungszentren Mannlichstraße sowie in den Solitärstandorten rund um das Projektgelände (Forum, Stadtbad, Saarbrücker Straße). In der Innenstadt fehlen großflächige Angebote, so dass hier aufgrund der häufigen Spezialisierung der dortigen Anbieter die Konkurrenzwirkung schwächer ausfallen wird, als aufgrund der geringen Distanz zu erwarten wäre. Das NVZ Mannlichstraße genießt den städtebaulichen Schutz als zentraler Versorgungsbereich. Insofern sind hier Umsatzumlenkungen besonders kritisch zu beurteilen. Die Umsatzumlenkung erreicht hier im Maximalfall, ohne die Berücksichtigung der zuwachsenden Potenziale, eine Quote von 7,3% des Bestandumsatzes. Tatsächlich werden es,

⁴ Vergleiche Einzelhandelskonzept Seite 99 ff



wenn die Wohnungsbauprojekte realisiert sind, mit 5,9% deutlich weniger sein. Die ermittelten Umsatzverluste werden aus städtebaulicher Sicht nicht die Versorgungsstrukturen des NVZ berühren. Die Umsatzzumlenkungen stellen ausschließlich eine marktwirtschaftlich verträgliche Wettbewerbswirkung dar.

Die städtebaulichen Wirkungen in Bezug auf die Solitärstandorte Forum/Stadtbad/Saarbrücker Straße sind weniger streng zu beurteilen, sind sie doch nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen. Allerdings nehmen sie Nahversorgungsfunktionen für die umliegende Bevölkerung und die Beschäftigten im Umfeld wahr, die aus städtebaulicher Sicht von Bedeutung sind. Die Umlenkungsquoten erreichen 7,5% und liegen damit deutlich unterhalb der hier anzusetzenden 10%-Schwelle. Ist das Wohnungsbauprojekt abgeschlossen und die zuwachsenden Potenziale stehen zur Verfügung, sinkt die Umsatzverlustquote auf 5,5%, was als reine Konkurrenzwirkung ohne städtebauliche Bedeutung einzustufen ist.

Das Nahversorgungszentrum Cranachstraße ist nicht fußläufig vom Projektstandort erreichbar, so dass hier die Wettbewerbswirkungen vergleichsweise geringer ausfallen. Die Versorgungsfunktion des NVZ Cranachstraße ist auf den Stadtteil ausgerichtet. Als zentraler Versorgungsbereich genießt es den vollen städtebaulichen Schutz. Dieser wird mit der ermittelten Umlenkungsquote von 6,4%, ohne Berücksichtigung der zuwachsenden Potenziale, gewährleistet. Mit Realisierung der geplanten Wohneinheiten sind die Wettbewerbswirkungen noch deutlich geringer.

Das Stadtteilzentrum Erbach mit seiner eigenen stadtteilorientierten Versorgungsfunktion ist weniger betroffen von Umsatzzumlenkungen, wie die dem Projektvorhaben näher gelegenen Anbieter. Eine Umsatzzumlenkung von 4,9% (3,5%) stellt eine verträgliche Wettbewerbswirkung dar.

Für die übrigen Solitäranlagen im Stadtgebiet bezieht sich der städtebauliche Schutz insbesondere auf die Nahversorgungsfunktion, die bei den Sonderstandorten Globus und Kaufland, aufgrund der Lage, im gewerblichen Umfeld nicht herangezogen werden kann. Letztlich sind die Umlenkungsquoten für die solitären Standorte zwischen 3% und 5% gering. Wird das zuwachsende Potenzial auf dem Projektgelände berücksichtigt, sinken die Umsatzzumlenkungsquoten auf eine Spanne von 2,2% bis 3,7%. Damit sind auch hier keine Wirkungen, die über marktwirtschaftlichen Wettbewerb hinausgehen festzustellen, auch wenn die absoluten Umsatzverluste immerhin 3,7 Mio. € betragen dürften.

Diffuse Zuflüsse erreichen, aufgrund des ausgedehnten Einzugsbereiches der Stadt Homburg sowie des geplanten urbanen Charakters des Gebietes, eine Größenordnung von 0,4 Mio. € Lebensmittelumsatz.

Die genannten Umsatzzumlenkungsquoten liegen ausnahmslos unterhalb der festgelegten Abwägungsschwelle von 8%, so dass schon deshalb negative städtebauliche Auswirkungen in den betrachteten zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen sind.

Alles in allem wird die zusätzlich geplante Lebensmittelverkaufsfläche zu Umsatzzumlenkungen führen, auch wenn erhebliche Umsatzanteile durch die zuwachsenden Potenziale durch den vorgesehenen Wohnungsbau abgedeckt werden. Städtebauliche Auswirkungen sind weder für die zentralen Versorgungsbereiche noch für die Solitärstandorte im Stadtgebiet zu erwarten. Die Abwägungsschwellen zwischen 8% und 10% werden in keinem Fall erreicht.



B.4.5 Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Drogeriewaren

Mit einer Verkaufsfläche von 250 qm und einer Umsatzerwartung von 1 Mio. € sind maßgebliche städtebauliche Wirkungen aufgrund der geringen Größenordnung nicht zu erwarten.

Tabelle 18 Projektspezifische Umsatzumlenkungen (Drogeriewaren) innerhalb des Einflussbereiches des geplanten Vorhabens auf dem ehemaligen DSD-Gelände

Standortlage	Einstufung nach Einzelhandelskonzept*	projektrelevanter Bestandumsatz in Mio. €	Umsatzumlenkung in Mio. €	Umlenkungsquote in v.H.	Umsatzumlenkung umverteilungsrelevant in Mio. €	Umlenkungsquote umverteilungsrelevant in v.H.
Homburg - Innenstadt	ZVB	13,8	0,3	2,5%	0,2	1,8%
Homburg NVZ-Mannlichstraße	ZVB	1,0	...*	...*	...*	...*
Homburg NVZ Cranachstraße	ZVB	0,5	...*	...*	...*	...*
Homburg Am Forum/Stadtbad/Saarbrücker Straße	Solitär	2,5	0,1	4,3%	...*	...*
Erbach - ZVB	ZVB	7,0	0,1	1,5%	...*	...*
Kirrburg - ZVB	ZVB	1,0	...*	...*	...*	...*
Solitärlage Globus	Sonderstandort	8,6	0,1	1,4%	...*	...*
Solitärlage Kaufland	Sonderstandort	2,3	...*	...*	...*	...*
Streulagen im Stadtgebiet	Solitär	4,2	...*	...*	...*	...*
diffuse Zuflüsse			0,1		0,0	
Gesamt		40,9	1,0		0,6	

* Werte unter 100T Euro können aus methodischen Gründen nicht dargestellt werden

Die Wettbewerbswirkungen verteilen sich auf die Innenstadt und die weiteren Versorgungsstandorte, die über einen Drogeriemarkt verfügen. Die Umlenkungsquoten erreichen maximal 4,3% bei den am nächsten gelegenen Solitärstandorten Forum/Stadtbad/Saarbrücker Straße, wobei sich hier die Wirkungen auf die Drogeriesortimente in den jeweiligen Märkten beschränken.

Mit Fertigstellung des Wohnungsbauprojektes und der Realisierung der zuwachsenden Potenziale werden die Umlenkungsquoten von einer Spanne zwischen 1,4% und 4,5% auf maximal 1,8% (Innenstadt) sinken.

Damit wären die vorgesehenen Drogeriesortimente im Planvorhaben aufgrund der geringen Größenordnung als städtebaulich verträglich einzustufen.



B.4.6 Umsatzzumlenkungen durch das Projekt, Gesamtprojekt

Die ermittelten Umsatzzumlenkungsquoten für das gesamte Projekt erreichen maximal 7,2%, wenn man die zuwachsenden Potenziale durch die geplanten 500 Wohneinheiten nicht berücksichtigt. Nach deren Realisierung läge die maximale Umsatzzumlenkung bei 5,1%.

Tabelle 19 Projektspezifische Umsatzzumlenkungen (Gesamtprojekt) innerhalb des Einflussbereiches des geplanten Vorhabens auf dem ehemaligen DSD-Gelände

Standortlage	Einstufung nach Einzelhandelskonzept*	projektrelevanter Bestandumsatz in Mio. €	Umsatzzumlenkung in Mio. €	Umlenkungsquote in v.H.	Umsatzzumlenkung umverteilungsrelevant in Mio. €	Umlenkungsquote umverteilungsrelevant in v.H.
Homburg - Innenstadt	ZVB	21,6	0,8	3,9%	0,6	2,8%
Homburg NVZ-Mannlichstraße	ZVB	10,5	0,7	7,1%	0,6	5,5%
Homburg NVZ Cranachstraße	ZVB	7,1	0,4	6,2%	0,3	4,0%
Homburg Am Forum/Stadtbad/Saarbrücker Straße	Solitär	23,6	1,7	7,2%	1,2	5,1%
Erbach - ZVB	ZVB	21,6	0,8	3,8%	0,6	2,6%
Kirrbach - ZVB	ZVB	1,2	...*	...*	...*	...*
Solitärlage Globus	Sonderstandort	73,2	2,1	2,8%	1,5	2,0%
Solitärlage Kaufland	Sonderstandort	29,0	1,2	4,0%	0,8	2,8%
Streulagen im Stadtgebiet	Solitär	15,8	0,7	4,3%	0,5	3,0%
diffuse Zuflüsse			0,4		0,3	
Gesamt		203,6	9,0		6,4	

* Werte unter 100T Euro können aus methodischen Gründen nicht dargestellt werden
Umsatzerwartung Nonfood-Sortimente

Da die betrachteten Einzelsortimente Lebensmittel und Drogeriewaren als verträglich eingestuft werden, ist auch das Gesamtprojekt als städtebaulich verträglich im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO einzustufen. Die 250 qm Nonfood-Sortimente verteilen sich auf 5 verschiedene Sortimentsgruppen, so dass aufgrund der geringen Größenordnung städtebaulich maßgebliche Umverteilungen auszuschließen sind. Die im §11 Abs.3 BauNVO geforderte Atypik des Vorhabens aufgrund der Nahversorgungsfunktion und der integrierten Lage in der Kernstadt Homburgs ist gegeben.

Alle ermittelten Umsatzzumlenkungsquoten liegen ausnahmslos unterhalb der festgelegten Abwägungsschwelle von 8% bzw. 10%, so dass schon deshalb negative städtebauliche Auswirkungen in den betrachteten zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen sind.

Somit ist die geplante Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes mit einer Verkaufsfläche von 2.400 qm als städtebaulich verträglich anzusehen. Sie trägt zur Verbesserung der Nahversorgung in der Kernstadt und im Stadtgebiet bei. Negative Auswirkungen im städtebaulichen Sinne und im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO sind durch dieses Vorhaben nicht zu erwarten. Ein Bebauungsplan und die Ausweisung eines SO-Gebietes für großflächigen Einzelhandels, statt des dort vorgesehenen GEE-Gebietes, sind erforderlich.



B.4.7 Regional- und landesplanerische Zielerörterung

Z/G	Ziele der Landesplanung	Erörterung für den Standort
Z 42	<p>Konzentrationsgebot Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind nur in zentralen Orten möglich.</p>	<p>Die Stadt Homburg verfügt über eine mittelzentrale Versorgungsfunktion. Der LEP Saarland Teilabschnitt Siedlung sieht die Einstufung als Mittelzentrum vor, so dass großflächiger Einzelhandel möglich ist. Das Konzentrationsgebot kann als erfüllt bewertet werden.</p>
Z 44	<p>Kongruenzgebot 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.</p>	<p>Ein bedeutendes Wohnungsbauprojekt wird durch einen Nahversorger ausgestattet, der in seiner Versorgungswirkung über das Plangebiet hinauswirkt. Die Umsatzherkunft beschränkt sich allerdings weitgehend auf das Stadtgebiet von Homburg, so dass das Kongruenzgebot aus gutachterlicher Sicht nicht berührt ist.</p>
Z 45	<p>Beeinträchtungsverbot Durch die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche, noch die Versorgungsbereiche benachbarter Orte wesentlich beeinträchtigt werden. Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.</p>	<p>Die Ansiedlung des geplanten Supermarktes mit einer Verkaufsfläche von 2.400 qm führt im worst case zu einem jährlichen Umsatz von rund 9,5 Mio. €, wovon der größte Teil als nahversorgungsrelevante Umsätze einzuordnen ist. Die dadurch verursachten Umsatzzumlenkungen erreichen in keinem Fall eine Umlenkungsquote, die höher als 7,5% des jeweiligen Bestandsumsatzes liegt. Der Abwägungsschwellenwert von 8% für die Innenstadt und die beiden Stadtteilzentren sowie von 10% für die übrigen ZVB wird nirgendwo im Untersuchungsgebiet überschritten. Darüber hinaus sind zuwachsenden Potenziale in der Größenordnung von 6,5 Mio. € zu berücksichtigen, die mit 3 Mio. € direkt die Umsatzzumlenkungen reduzieren. Damit sind in jedem untersuchten zentralen Versorgungsbereich städtebauliche Wirkungen vollkommen auszuschließen. Wettbewerbswirkungen werden entstehen.</p>



Z 46	Städtebauliches Integrationsgebot Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen zulässig.	Der geplante Standort ordnet sich in das Siedlungsgebiet der Kernstadt Homburgs ein. Das Planvorhaben lässt einen neuen Wohnquartier für rund 1.138 Einwohner entstehen. Damit wird eine bislang industriell genutzte Fläche (DSD-Gelände) in eine urbane Wohnnutzung weiterentwickelt. Rathaus und Landratsamt liegen unmittelbar benachbart. Die Innenstadt ist fußläufig erreichbar. Insofern liegt faktisch eine städtebauliche Siedlungsintegration im Sinne des Zieles 46 vor. Eine entsprechende Eintragung in das Einzelhandelskonzept der Stadt Homburg ist zu empfehlen.
-------------	--	--

B.5 Entwicklungsperspektiven laut Einzelhandelskonzept

Die beschriebene Standortentwicklung auf dem DSD-Gelände wurde zwar bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Homburg diskutiert, konnte aber mangels konkreter Planungen zum damaligen Zeitpunkt nicht abschließend behandelt werden. Für das Plangebiet mit dem neuen Supermarkt sowie den angrenzenden Lebensmittelanbietern Aldi (Am Stadtbad), Lidl (Am Stadtbad) sowie Netto (Saarbrücker Straße) ist eine Nahversorgungseinheit für das zentrale Siedlungsgebiet festzulegen. Inwieweit, aufgrund der verteilten und nicht konzentrierten Standortlage der einzelnen Märkte ein Nahversorgungszentrum ausgewiesen werden kann, wäre noch zu prüfen.

Eine Ausweisung des neuen geplanten Supermarktes als solitärer Nahversorger sollte mindestens im Einzelhandelskonzept der Stadt Homburg aufgenommen werden. Ein entsprechender Zusatz sollte vom Stadtrat beschlossen werden.

B.6 Abschließende Bewertung

Das Projekt der Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes mit 2.400 qm Verkaufsfläche im Rahmen der Entwicklung des Wohnungsbauprojektes Coeur auf dem ehemaligen DSD-Geländes in Homburg ist als **städtebaulich verträglich** zu bewerten. Negative städtebauliche Auswirkungen auf die umliegenden Versorgungsstandorte, auf bestehende Magnetbetriebe und zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsbereich sind nicht zu erwarten.

Die **städtebauliche Integration** ist aufgrund der Lage im Kernsiedlungsgebiet der Stadt Homburg, der Nähe zur Innenstadt und zum Verwaltungszentrum von Stadt und Landkreis gewährleistet. Nicht zu vergessen ist der integrierende Charakter des Wohnungsbauprojektes. Eine entsprechende Ergänzung des Einzelhandelskonzeptes erfolgt.

Die Ansiedlung des Supermarktes ist im **Sinne einer dezentralisierten und verbrauchernahen Versorgungsqualität** in der Stadt Homburg positiv zu werten. Zudem schafft sie ein besseres und moderneres Angebot innerhalb des ZVB. Ein nicht unbedeutender Teil des Vorhabens dient zudem der Versorgung der dort zuwachsenden Bevölkerung. Die Ansiedlung des Supermarktes steht in enger Verbindung zu dem geplanten Wohnungsbauprojekt und dem zuwachsenden Kaufkraftpotenzial. Die Schaffung der geplanten Wohneinheiten ist Anlass und Voraussetzung für die Realisierung des geplanten Supermarktes, wobei dies nicht zwangsläufig die Reihenfolge der Umsetzung festlegt. Wünschenswert ist eine zeitlich parallele Realisierung. Zum einen sollten die optimale Versorgung der zuwachsenden Bevölkerung gesichert und zum anderen die neuen Potenziale dem Supermarkt zeitnah verfügbar sein.

Für die geplante Ansiedlung stehen, auch wegen der begleitenden Wohnbebauung, ausreichend Potenziale im Einzugsbereich zur Verfügung. Darüber hinaus ist der in den letzten Jahren festgestellte Verlust an



Verkaufsflächen im Lebensmittelsegment in Homburg erheblich, so dass sich auch hieraus ein Verdichtungsbedarf des Lebensmittelangebotes ergibt.

Für ein eventuelles Lebensmittelprojekt auf dem Enklerplatz in der Innenstadt Homburgs stehen vor diesem Hintergrund weiterhin ausreichende Potenziale zur Verfügung. Die Ausstattung der Innenstadt mit einem großflächigen qualitativ hochwertigen Vollsortimenter wäre aus gutachterlicher Sicht wünschenswert.

Die städtebauliche **Unbedenklichkeit der geplanten Verkaufsflächen ist gutachterlich nachgewiesen**, so dass das **Nichtbeeinträchtigungsgebot** an allen untersuchten Standorten eingehalten wird. Der festgelegte Schwellenwert von 8-10% für die Bewertung von Einzelhandelsansiedlungen wird in keinem Fall überschritten.

Die Anpassung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Homburg im Zusammenhang mit der Ansiedlung des Supermarktes im Rahmen des Coeur-Projektes ist erforderlich.

Conclusio

Es sind keine negativen, städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die bestehenden Versorgungsstandorte bei der geplanten Ansiedlung des Supermarktes mit 2.400 qm Verkaufsfläche im Zusammenhang mit dem Coeur-Projekt zu erwarten. Das Projekt ist in seiner geplanten Größenordnung und seiner Standortlage als städtebaulich verträglich zu werten. Aus gutachterlicher Sicht kann das Vorhaben mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung und den Vorgaben des §11 Abs.3 BauNVO in Einklang gebracht werden.



C Anhang

C.1 Absatzformen - Definitionen

Lebensmittel SB-Laden

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

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1500 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 86 % des Gesamtumsatzes.

Lebensmittel-Discounter

Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 600 qm bis 1.500 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist - wenn überhaupt vorhanden - stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 90 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1500 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca. 3000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4000 qm (nach EHI Köln), von 5000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment mehrerer Branchen mit hohem Servicegrad im mittleren bis gehobenen Preisniveau anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Non-Food Güter mit Schwerpunkt bei Bekleidung und Textilien. Hinzu kommen Lebensmittel, Gastronomie, Reisevermittlung, Friseur und Finanzdienstleistungen. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 3000 qm erforderlich.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon mindestens eine Warengruppe in tiefer Gliederung, anbietet. Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Sortimenten sind am stärksten verbreitet. Die Größe liegt i.d.R. ab ca. 1000 qm Verkaufsfläche.



Fachgeschäft

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

Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 800 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich, bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400-1000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1000-1500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2000-4000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbelfachmärkten bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

Geschäftsfläche

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

Verkaufsfläche

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte, für den Kunden zugängliche, Fläche auf welcher der Verkauf getätigt wird. Hierzu zählen Standflächen für die Ladeneinrichtung, Ausstellungsflächen sowie Freiflächen, Gänge und Treppen innerhalb des Verkaufsraumes.

Marktgebiet/Einzugsbereich

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

Kaufkraft (Potential)

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

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

Für die neuen Bundesländer werden Werte erzielt, die bei etwa 70-85 Prozent der Werte für die alten Bundesländer liegen.



Umsatz

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

Raumleistung/Flächenproduktivität

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

Umsatzerwartung

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



C.2 Markt und Standort Warengruppensystematik 2023

1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)

Pferdefleischerei

Bäckerei, Konditorei

Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren

Reformwaren

Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier

Fisch, Fischerzeugnisse

Wild, Geflügel

Süßwaren

Kaffee, Tee, Kakao

Fleisch, Fleischwaren

Brot, Konditorwaren

Kartoffeln, Gemüse, Obst

Sonstige Nahrungsmittel

Wein, Spirituosen

Bier, alkoholfreie Getränke

Tabakwaren

(enthält Supermärkte, SB-Märkte, Kioske und SBW+VM aus Umlage)

2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken

Medizinisch-Orthopädische Artikel

Parfümerien (Kosmetikartikel, Körperpflegemittel u.a. über Umlage)

Drogerien (u.a. pharmazeutische u. chemikalische Erzeugnisse u.a. über Umlage)

Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten



3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren

Textilien, Bekleidung

Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge

Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)

Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör

Damenwäsche, Miederwaren

Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke

Kurzwaren, Schneidereibedarf

Handarbeiten, Handarbeitsbedarf

Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff

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

4. Schuhe

Straßen- und Hausschuhe

Sportschuhe (o. Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

5. Uhren, Schmuck, Optik

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

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

6. Hausrat

Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff (nichtelektrische Haushalts- und Küchenkleingeräte, Koch- und Bratgeschirre, Tafelgeschirr, Küchen- und Haushaltsbehälter, Artikel für den Garten, Grillgeräte

für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde)

Schneidwaren, Bestecke (o. Edelmetallwaren wie Silberbestecke)

Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut

Galanteriewaren, Geschenkartikel (u.a. Raucherzubehör, Kunstblumen, Wandteller, Kerzenständer)

Näh- und Strickmaschinen



7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)

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

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

Computer, Telekommunikation, Zubehör

8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel

Bücher, Fachzeitschriften

Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen

Büromaschinen, Organisationsmittel (u.a. Schreibmaschinen, Diktiergeräte, Ordner, Hefter, aber o. Büromöbel: anteilig 25 %)

9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)

Korb-, Kork- und Flechtwaren

Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren

Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)

Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien

Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlaufgaben, Kissen, Gobelins

Teppiche, Läufer, Kelims

Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen

Lampen, Leuchten

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

Gartenmöbel



10. Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (aus Umlage)

Schrauben, Kleineisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.

Tapeten, Wand- und Deckenbeläge

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

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

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

Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde

Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel

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

11. Hobby- und Freizeitartikel

Musikinstrumente, Musikalien

Sammlerbriefmarken

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

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

Waffen, Munition, Jagdgeräte

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

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

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



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

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

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

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
Am Weichselgarten 26
91058 Erlangen

16. August 2024

Norbert Lingen
Geschäftsführer