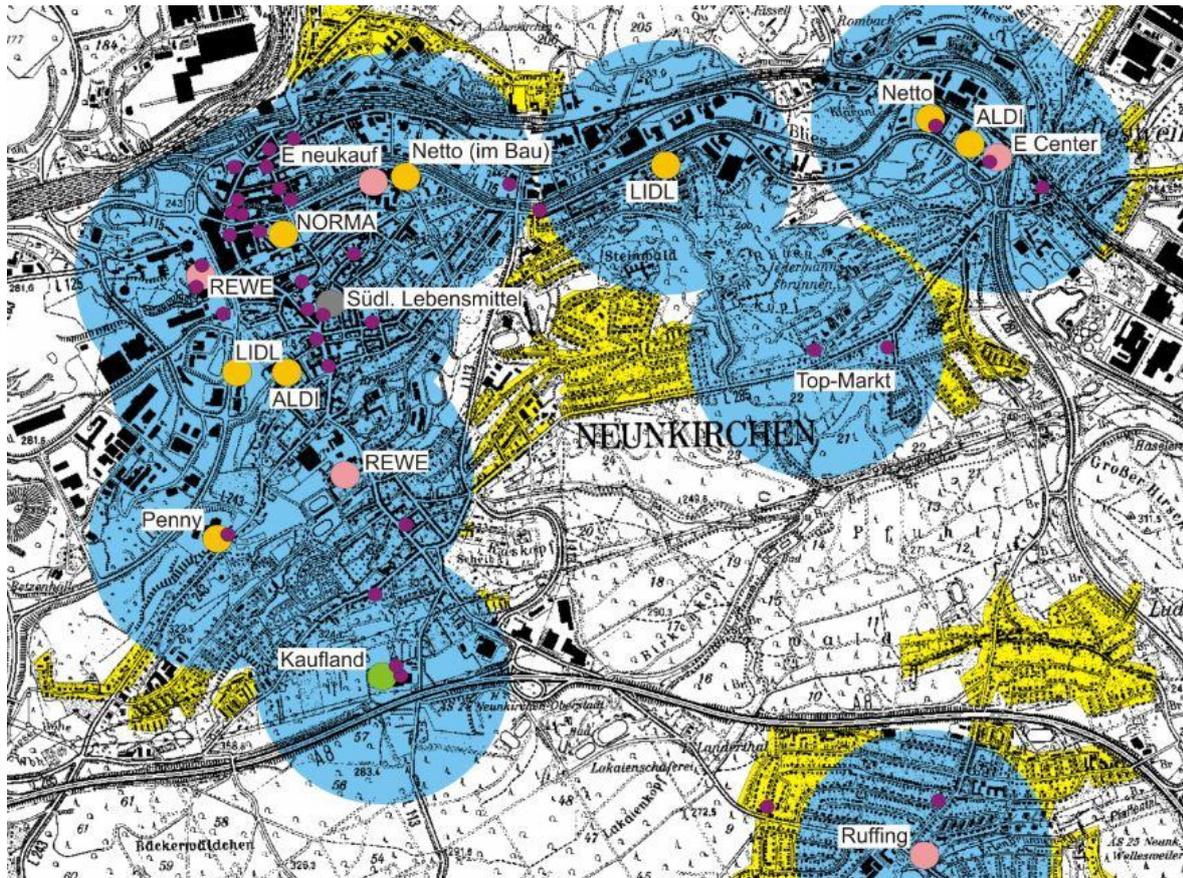


Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen



Fortschreibung 2015

11.12.2015



Kreisstadt Neunkirchen

erstellt durch

isoplan
:marktforschung
Dr. Schreiber & Kollegen GbR
Saarbrücken Berlin

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen

Autoren:

Dr. Karsten Schreiber
Dipl.-Geogr. Lutz Haertel

Auftraggeber: Kreisstadt Neunkirchen Rathaus Oberer Markt 16 66538 Neunkirchen Tel.: 06821/2020 www.neunkirchen.de	erstellt durch: isoplan-Marktforschung Heinrich-Böcking-Str. 7 66121 Saarbrücken Tel.: 0681-93646-10 www.isoplan.de
--	--

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Verzeichnis der Abbildungen und Pläne	III
Tabellenverzeichnis	IV
Vorwort	V
1 Aufgabenstellung und Methodik	1
1.1 Hintergrund und Zielsetzung.....	1
1.2 Aufbau und Methodik.....	2
2 Rahmenbedingungen des Einzelhandels	5
2.1 Regionale Rahmenbedingungen	5
2.2 Bevölkerungsentwicklung	7
2.3 Wirtschaft und Beschäftigung	10
2.4 Trends im stationären Einzelhandel.....	13
2.5 Distanzhandel.....	15
3 Bestandsanalyse des Einzelhandels.....	17
3.1 Einzelhandelsangebot	17
3.1.1 Verkaufsflächen nach Warengruppen	17
3.1.2 Umsätze nach Warengruppen.....	20
3.2 Analyse der Nachfrageseite.....	23
3.2.1 Einzelhandels-Einzugsbereich	23
3.2.2 Waren des periodischen Bedarfs	26
3.2.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	27
3.2.4 Kaufkraftbindungsquote	28
3.3 Entwicklungspotenzial des Einzelhandels.....	32
3.3.1 Waren des periodischen Bedarfs	32
3.3.2 Waren des aperiodischen Bedarfs.....	33
3.4 Räumliche Zentrenstruktur	34
3.4.1 Typisierung von Einzelhandelsstandorten	34
3.4.2 City Neunkirchen.....	37
3.4.3 Nebenzentren	41
3.4.4 Nahversorgungsstandorte	46
3.4.5 Fachmarktzentren und Solitärstandorte.....	49
3.4.6 Sonstige Einzelhandelsstandorte	51

4	Räumliches Einzelhandelskonzept	53
4.1	Ziele der Stadtentwicklung für den Einzelhandel.....	53
4.1.1	Stärkung der mittelzentralen Funktion	53
4.1.2	Stärkung der Einzelhandelsfunktion der City	54
4.1.3	Ansiedlung eines SB-Warenhauses	55
4.1.4	Begrenzung sonstiger neuer großflächiger Einzelhandelsansiedlungen.....	56
4.1.5	Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung	57
4.2	Entwicklungsszenarien	58
4.2.1	Restriktives Szenario.....	58
4.2.2	Deregulierung	59
4.2.3	Moderater Ausbau.....	60
4.3	Einzelhandelsstrategie.....	61
4.3.1	City.....	61
4.3.2	SB-Warenhaus.....	65
4.3.3	Nebenzentren	65
4.3.4	Fachmarktzentren	69
4.3.5	Nahversorgungsstandorte	74
4.3.6	Restliches Stadtgebiet.....	77
4.4	Steuerungsinstrumente zur Umsetzung	77
4.4.1	Zentrale Versorgungsbereiche	78
4.4.2	Spezifische Sortimentsliste für Neunkirchen.....	79
5	Anhang	83
5.1	Einordnung Ansiedlungsvorhaben SB-Warenhaus	83
5.2	Aussagen des LEP Siedlung zum großflächigen Einzelhandel.....	89
5.3	Räumliches Einzelhandelskonzept (Plan)	92

Verzeichnis der Abbildungen und Pläne

Abbildung 1:	Zentralörtliche Gliederung des Saarlandes.....	5
Abbildung 2:	Entwicklung der Einwohnerzahl in der Kreisstadt Neunkirchen.....	7
Abbildung 3:	Bevölkerungsvorausberechnung Kreisstadt Neunkirchen 2030.....	9
Abbildung 4:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Neunkirchen.....	10
Abbildung 5:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Neunkirchen im Vergleich	10
Abbildung 6:	Arbeitslose je 1.000 Einwohner.....	12
Abbildung 7:	Zonierung des Einzelhandels-Einzugsbereichs der Kreisstadt Neunkirchen.....	24
Abbildung 8:	Kaufkraftbindungsquoten der saarländischen Mittelzentren laut GfK....	28
Abbildung 9:	Zentraler Versorgungsbereich in der City Neunkirchen.....	39
Abbildung 10:	Zentraler Versorgungsbereich Wiebelskirchen.....	42
Abbildung 11:	Zentraler Versorgungsbereich Furpach.....	44
Abbildung 12:	Zentraler Versorgungsbereich Oberer Markt.....	45
Abbildung 13:	Lebensmittelnahversorgung in der Kreisstadt Neunkirchen.....	47
Abbildung 14:	Kernzone der Innenstadt und City-Randlagen.....	63
Abbildung 15:	Nebenzentrum Oberstadt.....	66
Abbildung 16:	Nebenzentrum Wiebelskirchen.....	67
Abbildung 17:	Nebenzentrum Furpach.....	67
Abbildung 18:	Betzenhölle, Gneisenauflöz/Westspange; An der Alten Ziegelei; Kirkeler Straße.....	71
Abbildung 19:	Fachmarktzentren Bliesstraße, Untere Bliesstraße, Möbel Martin.....	72
Abbildung 20:	Ehemaliger Baumarkt „Max Bahr“ in Sinnerthal.....	73
Abbildung 21:	Entwurfsplanung für Ansiedlung eines SB-Warenhauses.....	83
Abbildung 22:	Räumliches Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Neunkirchen.....	92

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Arbeitslose in Neunkirchen im Vergleich	11
Tabelle 2:	Anteil Distanzhandel an Umsatz der Branche insgesamt.....	15
Tabelle 3:	Verkaufsflächen nach Warengruppen und Ortsteilen.....	18
Tabelle 4:	Großflächiger Einzelhandel in der Kreisstadt Neunkirchen	19
Tabelle 5:	Einzelhandelsumsatz 2015 nach Warengruppen und Stadtteilen in Tsd. €.....	21
Tabelle 6:	Herkunft des POS-Umsatzes für Waren des aperiodischen Bedarfs in der Kreisstadt Neunkirchen	25
Tabelle 7:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Kreisstadt Neunkirchen	27
Tabelle 8:	Kaufkraftbindung nach Warengruppen in der Kreisstadt Neunkirchen ..	30
Tabelle 9:	Kaufkraftbindung im mittelzentralen Verflechtungsbereich der Kreisstadt Neunkirchen	31
Tabelle 10:	Typisierung der Einzelhandelsstandorte in der Kreisstadt Neunkirchen	34
Tabelle 11:	Verkaufsfläche nach Standorttypen	35
Tabelle 12:	Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich City Neunkirchen	40
Tabelle 13:	Nächste Nahversorgungsstandorte für unterversorgte Stadtteile	46
Tabelle 14:	Zentrenrelevante Sortimente	80
Tabelle 15:	Nicht zentrenrelevante Sortimente	81
Tabelle 17:	Verkaufsflächen des SB-Warenhauses inklusive Mall nach Warengruppen	84
Tabelle 18:	Herkunft des Umsatzes nach Zonen des Einzugsbereiches	85
Tabelle 19:	Umsatzumverteilung in den Kommunen des Einzugsbereiches.....	86
Tabelle 20:	Umsatzumverteilung in der Stadt Neunkirchen nach Zentren	87

Vorwort

Neunkirchen hat sich in den letzten 25 Jahren von der Hüttenstadt zur Einkaufsstadt gewandelt. Durch das Saarpark-Center, aber auch durch die Ansiedlung großer Fachmärkte am Stadtrand hat die Kreisstadt Ihre Bedeutung als Mittelzentrum im Herzen des Saarlandes gefestigt. Handel ist seit jeher eine wichtige städtische Funktion, die Menschen aus der Region nach Neunkirchen bringt, Arbeitsplätze sichert und Steuereinnahmen für die Stadt generiert.



Ziel der Neunkircher Einzelhandelspolitik ist es, die planerischen Voraussetzungen für ein attraktives, dem Bedarf der Bevölkerung im Einzugsbereich entsprechendes mittelzentrales Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot zu schaffen und zugleich der Wohnbevölkerung eine möglichst wohnungsnah zu erreichende Grundversorgung zu gewährleisten. Hierzu braucht Neunkirchen eine starke City, die durch attraktive mittelzentrale Angebote, die keinen Platz in der City finden, an geeigneten anderen Standorten ergänzt wird.

Dem räumlichen Einzelhandelskonzept liegt eine Einzelhandelsstrategie zugrunde, die aufbauend auf verschiedenen möglichen Szenarien diese Ziele miteinander vereinbart. Neu aufgenommen wurde das Ziel, ein der Funktion Neunkirchens als Kreisstadt, Mittelzentrum und zweitgrößte Stadt im Saarland entsprechendes SB-Warenhaus in Zentrumsnähe anzusiedeln, nachdem entsprechende Einrichtungen vor Jahren verloren gegangen sind und sich hierfür 2015 erstmals wieder eine Chance ergibt.

Das vorliegende räumliche Einzelhandelskonzept teilt das Stadtgebiet auf der Grundlage einer umfassenden Bestandsanalyse in Zonen unterschiedlicher Einzelhandelsnutzungen ein und zeigt Wege der planungsrechtlichen Steuerung zur Umsetzung der Entwicklungsziele auf. Es legt als informelles Planungsinstrument die Planungsabsichten der Kreisstadt Neunkirchen für die nächsten fünf Jahre dar. Das Konzept ist auf Fortschreibung ausgelegt, da sich die Rahmenbedingungen des Handels immer rascher ändern. Die Kreisstadt Neunkirchen gibt allen beteiligten Akteuren hiermit ein wichtiges Instrument zur Schaffung von mehr Planungssicherheit an die Hand.

Neunkirchen, im November 2015

Kreisstadt Neunkirchen
Oberbürgermeister Jürgen Fried

1 Aufgabenstellung und Methodik

1.1 Hintergrund und Zielsetzung

Der Einzelhandel erlebt derzeit bundesweit einen raschen und tiefgreifenden Wandel. Auch in der Kreisstadt Neunkirchen war der Einzelhandel in den letzten zwei Dekaden einem tiefgreifenden Strukturwandel ausgesetzt. Bis in die 1970er Jahre hat Neunkirchen seine Funktion als Mittelzentrum bezüglich der Versorgung der Bevölkerung mit Waren nur unzulänglich wahrgenommen. Mit der Stilllegung und dem weitgehenden Abriss des Eisenwerks und der Errichtung des Saarpark-Centers auf Teilen des ehemaligen Hüttengeländes wandelte sich Neunkirchen von der Hüttenstadt zur Einkaufsstadt für das mittlere Saarland.

Strukturwandel zur Einkaufsstadt

In den letzten 25 Jahren konnte Neunkirchen diese Funktion stetig weiter ausbauen. Der Prozess des Strukturwandels wurde durch umfassende Stadtmarketingaktivitäten begleitet, die zu einer Belebung und Attraktivierung der Innenstadt und einer Verbesserung des Images der Kreisstadt Neunkirchen beigetragen haben.

Seit der letzten Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Kreisstadt Neunkirchen im Jahr 2011 hat sich die Einzelhandelslandschaft in Neunkirchen weiter gewandelt. Die wichtigste Veränderung und Anlass für die Fortschreibung des Konzepts ist die 2015 sich eröffnende Chance für Neunkirchen, nach dem Verlust von real,- im Saarparkcenter und Walmart in der Kirkeler Straße wieder ein der Funktion und Größe eines Mittelzentrums angemessenes SB-Warenhaus in Innenstadtnähe anzusiedeln. Hierfür müssen im Rahmen eines Raumordnungsverfahrens die planerischen Voraussetzungen geschaffen werden, zu denen auch die Anpassung des Einzelhandelskonzepts an die neue Situation gehört.

Veränderungen in Neunkirchen

Darüber hinaus hat sich die Einzelhandelsstruktur im Umland der Kreisstadt Neunkirchen weiter gewandelt. Nach der Europagalérie in Saarbrücken (Eröffnung im Oktober 2010) hat 2014 auch in der City von Kaiserslautern eine neue Einkaufsgalerie („K in Lautern“) am Standort des ehemaligen Karstadt-Warenhauses eröffnet. 2015 wurden die zwischenzeitlich gestoppten Planungen für ein neues Shopping-Center in der Innenstadt von Homburg mit einem neuen Investor und hohen Realisierungschancen wieder aufgenommen, das Raumordnungsverfahren hierfür ist positiv beschieden worden, und derzeit (August 2015) befindet sich der Bebauungsplan in der Offenlegung.

Veränderungen im Umland

Hierdurch entstanden und entstehen mehrere 10.000 m² neuer, moderner Einkaufszentren mit innenstadtrelevanten Angeboten im Einzugsbereich von Neunkirchen. Es besteht die Gefahr, dass dadurch Kaufkraft aus dem Einzugsbereich von Neunkirchen zu Lasten der Geschäfte in Neunkirchen abgezogen wird.

Gefahr des Kaufkraftverlusts

Die Aussagen des 2011/2012 durch isoplan-Marktforschung erarbeiteten Einzelhandelsgutachtens für Neunkirchen¹ gelten im Grundsatz weiterhin, müssen jedoch auf die im Einzelnen geänderte Situation angepasst werden. Neben einer Aktualisierung der allgemeinen Aussagen des Einzelhandelskonzepts von 2011 behandelt die vorliegende Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzepts den Bedarf für die Neuansiedlung eines SB-Warenhauses und beschreibt und begründet die aufgrund der sich neu ergebenden Chancen geänderten Planungsabsichten der Kreisstadt Neunkirchen bezüglich des Einzelhandels.

Einzelhandelsgutachten

Das Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Neunkirchen ist ein informelles Planungsinstrument. Es umfasst eine Quantifizierung des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs in der Kreisstadt Neunkirchen, formuliert eine Einzelhandelsstrategie als Leitlinie für die Flächennutzungsplanung und gibt Entscheidungshilfen zur Steuerung der Verortung neuer Einzelhandelsvorhaben im Stadtgebiet.

Einzelhandelskonzept

1.2 Aufbau und Methodik

Untersuchungsgebiet

Das Untersuchungsgebiet des Einzelhandelskonzepts erstreckt sich über das gesamte Einzugsgebiet des Mittelzentrums Neunkirchen und umfasst somit mehrere Maßstabsebenen: Zum einen die Kreisstadt Neunkirchen mit ihrem gesamten Einzelhandel, zum anderen die Innenstadt der Kreisstadt Neunkirchen und schließlich das Umland der Kreisstadt Neunkirchen, aus dem die Einwohner regelmäßig oder gelegentlich zum Einkaufen nach Neunkirchen fahren.

Maßstabsebenen

Methodisch basiert das Konzept auf der Analyse relevanter Sekundärdaten und ergänzenden empirischen Erhebungen in der Kreisstadt Neunkirchen und Umgebung. Im Rahmen der Fortschreibung wurden folgende Analysen durchgeführt:

Analyse der relevanten Rahmenbedingungen (Kap. 2):

1. Lage und regionale Einordnung;
2. Analyse der Bevölkerungsentwicklung in der Vergangenheit und Trendaussagen zur künftigen Bevölkerungsentwicklung;
3. Kurzdarstellung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen;
4. Darstellung übergeordneter Trends im Einzelhandel

Sekundäranalysen

¹ isoplan-Marktforschung: Einzelhandelsgutachten für die Kreisstadt Neunkirchen, 26. März 2012

Bestandsanalyse des Einzelhandels in der Kreisstadt Neunkirchen (Kap. 3):

1. Aktualisierung der Analyse der Angebotsseite (Kap. 3.1):

Vollerhebung des Einzelhandelsangebots in der City Neunkirchen und ausgewählter Standorte im Stadtgebiet durch das Büro Markt+Standort im Sommer 2015 (Verkaufsfläche nach Sortimenten), ergänzende Erhebungen durch isoplan-Mitarbeiter in den sonstigen Lagen Neunkirchens sowie des großflächigen Einzelhandels im Umland (Internetrecherche)

Abschätzung des Gesamtumsatzes des Einzelhandels in der Kreisstadt Neunkirchen nach Warengruppen und Ortsteilen anhand der Ergebnisse der Einzelhandelserhebung und warengruppenspezifischer Sekundärdaten zu durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz pro m² Verkaufsfläche). Für die wichtigsten Filialketten lagen dabei individuelle Angaben zur mittleren Flächenproduktivität vor; für die restlichen Geschäfte wurden branchentypische Mittelwerte angesetzt.²

2. Analyse der Nachfrageseite (Kap. 3.2):

Abgrenzung des Einzugsgebiets des Einzelhandels in Neunkirchen auf der Basis eigener empirischer Erhebungen (Übernahme der Ergebnisse von 2011/2012);

Aktualisierung der Sekundäranalyse der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet der Kreisstadt nach Warengruppen (Quelle: GfK Nürnberg 2014);

Aktualisierung der Berechnung der warengruppenspezifischen Kaufkraftbindung und der Kaufkraftzu- oder -abflüsse.

3. Erweiterungspotenzial des Einzelhandels in Neunkirchen (Kap. 3.3):

Analyse des Erweiterungspotenzials auf der Grundlage der ermittelten Kaufkraftbindung in den einzelnen Warengruppen;

Darstellung möglicher zukünftiger Entwicklungen der Einzelhandelsstruktur in Neunkirchen

4. Analyse der aktuellen räumlichen Einzelhandelsstruktur nach folgender Standorttypologie (Kap. 3.3.2):

- City (Zentraler Versorgungsbereich)

² Quellen: BBE-Handelsberatung: Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, München 2013; EHI Retail Institute: EHI Handelsdaten aktuell 2015, Köln 2015

- Fachmarktzentren
- Solitärstandorte
- Nebenzentren (Zentrale Versorgungsbereiche)
- Nahversorgungsstandorte
- Sonstige Einzelhandelsstandorte.

Räumliches Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen (Kap. 4):

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. Darstellung übergeordneter Entwicklungsziele und Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung der Kreisstadt Neunkirchen in Abstimmung mit dem Rat und der Verwaltung (Kap. 4.1) | <i>Ziele</i> |
| 2. Darstellung möglicher Entwicklungsszenarien (Kap. 4.2) | |
| 3. Strategie zur räumlichen Umsetzung der Ziele im Mittelzentrum Neunkirchen inklusive Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen, Nahversorgungsstandorten und nicht integrierten Standorten (Kap. 4.3); | <i>Räumliche Strategie</i> |
| 4. Darstellung möglicher Instrumente und Handlungsoptionen zur planungsrechtlichen Umsetzung (Kap. 4.4). | <i>Umsetzung</i> |

Anhang (Kap. 5)

1. Darstellung aktueller Einzelhandelsvorhaben in der Kreisstadt Neunkirchen und ihrer möglichen Auswirkungen auf den Einzelhandelsbestand (Vorhaben Globus SB-Warenhaus)
2. Zusammenfassung der Vorgaben der Landesplanung für die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel
3. Plan: Räumliches Einzelhandelskonzept.

2 Rahmenbedingungen des Einzelhandels

2.1 Regionale Rahmenbedingungen

Die 45.770 Einwohner zählende Kreisstadt Neunkirchen liegt im Südosten des gleichnamigen Landkreises.³ Sie grenzt im Westen an die Gemeinde Schiffweiler und die Stadt Friedrichsthal, im Norden an die Stadt Ottweiler, im Osten an die Stadt Bexbach und im Süden an die Gemeinden Kirkel und Spiesen-Elversberg.

Lage

Die Kreisstadt Neunkirchen wird in der zentralörtlichen Hierarchie der saarländischen Landesplanung als Mittelzentrum eingestuft. Ihr mittelzentraler Verflechtungsbereich umfasst neben der Kreisstadt selbst die Gemeinden Schiffweiler, Merchweiler und Illingen sowie die Stadt Ottweiler.

Mittelzentrum

Abbildung 1: Zentralörtliche Gliederung des Saarlandes



Quelle: Verflechtungsbereiche: Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt Siedlung; Darstellung: isoplan-Marktforschung

³ Strand: 30.09.2014, Quelle: Statistisches Amt Saarland

Die Kreisstadt Neunkirchen gliedert sich in die zehn Stadtteile Innenstadt, Furch, Hangard, Heinitz, Kohlhof, Ludwigsthal, Münchwies, Sinnerthal, Wellersweiler und Wiebelskirchen.

Stadtteile

Der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteil Innenstadt übernimmt zahlreiche zentralörtliche Funktionen für die Gesamtstadt und den mittelzentralen Verflechtungsbereich (Verwaltung, Schulen, Krankenhäuser, Amtsgericht, Freizeit- und Sporteinrichtungen, Einzelhandel und Dienstleister).

Die überörtliche Versorgung wird derzeit durch Fachmarktzentren und Solitärstandorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ergänzt. Die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung wird durch mehrere Nebenzentren in den Stadtteilen und durch Nahversorgungsbereiche in den Wohngebieten ergänzt (siehe Kapitel 3.3.2).

Die Kreisstadt Neunkirchen ist über die Bundesautobahn A6, die die deutsch-französische Grenze bei Saarbrücken mit der tschechisch-deutschen Grenze bei Waidhaus verbindet, sowie die A8 / B10, die von der deutsch-luxemburgischen Grenze bei Perl bis zur österreichisch-deutschen Grenze bei Salzburg verläuft, in alle Himmelsrichtungen gut an das deutsche Fernstraßennetz angebunden. Die westlich der Innenstadt verlaufende B 41 erschließt den Raum Ottweiler - St. Wendel - Nohfelden. Es bestehen zahlreiche direkte Straßenverbindungen zu den Nachbarkommunen: Friedrichsthal (L 125), Schiffweiler (L 129), Ottweiler (L 124), Bexbach (L 115) und Kirkel (L 113). Über die L 115 und die L 114/L 119 ist die Kreisstadt Neunkirchen zudem gut an das Mittelzentrum Homburg angebunden.

Straßenanbindung

Die Nähe zur Autobahn und die direkte Anbindung über die Westspange unter Umgehung der Wohngebiete bedeutet für die Innenstadt eine hervorragende Verkehrsanbindung sowohl für den Individual- als auch für den öffentlichen Personennahverkehr. Hiervon profitieren Handel und Dienstleister in der Innenstadt und an der Westspange in hohem Maße. Die gute Anbindung an die Nachbarkommunen bedeutet für das Mittelzentrum Neunkirchen eine schnelle Erreichbarkeit und somit bei entsprechendem Angebot eine deutliche Stärkung seiner Funktion. Die hohe Mobilität der Bevölkerung im Einzugsbereich bringt andererseits für einige innerstädtische Straßen eine starke Verkehrsbelastung mit sich (betroffen sind insbesondere Hüttenberg-, Markt- und Hohlstraße sowie die südliche Langenstrich- und Marienstraße).

Sehr gute Verkehrsanbindung der City

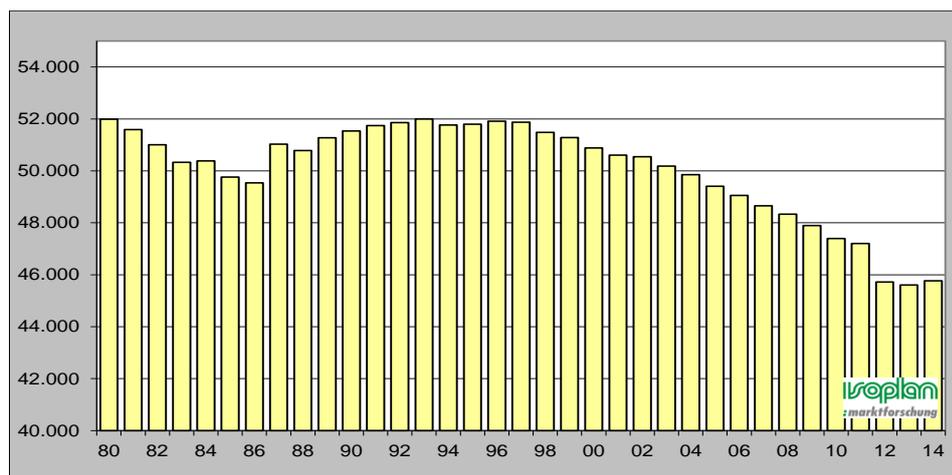
2.2 Bevölkerungsentwicklung

Die Bevölkerung der Kreisstadt Neunkirchen ging seit Mitte der 90er Jahre zurück. Wurden 1996 noch knapp 52.000 Einwohner gezählt, so fiel die Einwohnerzahl 2004 unter die Marke 50.000 auf zuletzt 45.770 Einwohner.⁴ Der Rückgang bis 2011 ist zu etwa zwei Dritteln auf negative Geburtensalden (durchschnittliches jährliches Geburtendefizit von über 200) und zu einem Drittel auf Wanderungsverluste zurückzuführen.

*rückläufige
Einwohnerzahl*

Aufgrund der Ergebnisse des Zensus von 2011 hat das Statistische Amt des Saarlandes die offiziellen Einwohnerzahlen ab 2012 nach unten korrigiert. Seitdem stagniert die Einwohnerzahl aufgrund steigender Zuwanderung und eines positiven Wanderungssaldos. So konnte 2014 erstmals das weiterhin hohe Geburtendefizit kompensiert werden. Ob dieser Trend mittelfristig anhalten wird, ist derzeit kaum vorhersagbar.

Abbildung 2: Entwicklung der Einwohnerzahl in der Kreisstadt Neunkirchen



Quelle: Statistisches Amt Saarland, Stand jeweils am 31.12., außer für 2014: Stand 30.09. Sprung im Jahre 2012 durch zensusbedingte Korrekturen.

Bevölkerungsvorausberechnung 2030

Die künftige Bevölkerungsentwicklung der Stadt Neunkirchen wird durch die natürliche Bevölkerungsentwicklung (Geburten und Sterbefälle) und die Wanderungsbewegungen (Zu- und Fortzüge) bestimmt. Eine Einschätzung der Wanderungsbewegungen der Bevölkerung ist immer etwas vage, in der aktuellen Zuwanderungsphase durch Flüchtlinge aber ganz besonders schwierig. Die natürliche Bevölkerungsentwicklung ohne Berücksichtigung der Wanderungen kann dagegen relativ genau vorausberechnet werden, da sich das generative Verhalten der Bevölkerung und die Mortalität nur langsam ändern.

*Parameter der
Bevölkerungsvorausbe-
rechnung*

⁴ Quelle: Statistisches Amt Saarland, Stand: 30.09.2014

Basierend auf den Meldedaten der Kreisstadt Neunkirchen vom 31.12.2014 (46.858 Einwohner) nach 100 Altersjahren und Geschlecht sowie den Fruchtbarkeitskennziffern und den Sterbetafeln des Saarlandes wurde eine aktuelle kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung mit drei Szenarien erstellt.⁵ Für alle drei Varianten wurden folgende Annahmen getroffen:

Für die Berechnung wurden die Fruchtbarkeits- und Sterbekennziffern des Saarlandes der letzten vier Jahre anhand der tatsächlichen Geburten und Sterbezahlen in Neunkirchen angepasst und für den Berechnungszeitraum als konstant angenommen.

Von 2015 bis 2018 wird die Stadt Neunkirchen rund 1.250 Flüchtlinge aufnehmen, danach gibt es im Saldo keine Zuflüsse mehr durch Flüchtlinge. Herleitung: Bis zum Oktober sind im Jahr 2015 rund 300 Flüchtlinge in der Stadt Neunkirchen untergebracht worden. Die Stadt rechnet damit, dass es bis zum Ende des Jahres insgesamt etwa 500 Flüchtlinge sein werden, die allein 2015 zugewandert sind. In der folgenden Bevölkerungsvorausberechnung wird davon ausgegangen, dass sich das Ausmaß der Zuwanderung durch Flüchtlinge in den nächsten Jahren stetig reduzieren wird und im Jahr 2019 schließlich im Saldo keine Zuwanderung durch Flüchtlinge mehr erfolgt. Bis dahin wird die natürliche Bevölkerungsfortschreibung jährlich um die angenommene Anzahl an zugewanderten Flüchtlingen ergänzt.⁶ Die durchschnittliche Bevölkerungsstruktur der Flüchtlinge wurde dabei berücksichtigt.

Die drei Szenarien der Bevölkerungsvorausberechnung unterscheiden sich durch die Annahme des Wanderungssaldos:

In der Status-quo-Prognose mit der natürlichen Bevölkerungsentwicklung ohne Wanderungsbewegungen verliert die Stadt Neunkirchen bis zum Jahr 2030 knapp 5.200 Einwohner, was einen Rückgang der Einwohnerzahl von 11 % bedeutet. Somit würden 2030 noch knapp 41.660 Einwohner in der Stadt Neunkirchen leben. Im Jahr 2020 wären es noch 45.235, was einen Rückgang von 1.623 oder 3,5 % bedeutet.

ohne Wanderungseinflüsse

Bei Variante B wurden zusätzlich 2 Promille Wanderungsverlust über alle Altersklassen angenommen. Bis 2020 würde sich der Bevölkerungsrückgang somit auf 4,6 % bzw. 2.170 Einwohner erhöhen. Im Jahr 2030 hat die Stadt Neunkirchen in diesem Szenario nur noch

2 Promille Wanderungsverlust

⁵ Die Einwohnerdaten des Statistischen Landesamtes weichen aufgrund anderer Fortschreibungsmethoden von denen des Meldeamtes der Stadt Neunkirchen ab. Sie lagen jedoch nicht in der notwendigen Differenzierung nach 100 Altersklassen vor.

⁶ Zuwanderungsannahmen: 2015: 500, 2016: 375, 2017: 250, 2018: 125; 2019: 0

40.333 Einwohner. Das bedeutet im Vergleich zu 2014 einen Rückgang um 6.525 Einwohner bzw. rund 14 %.

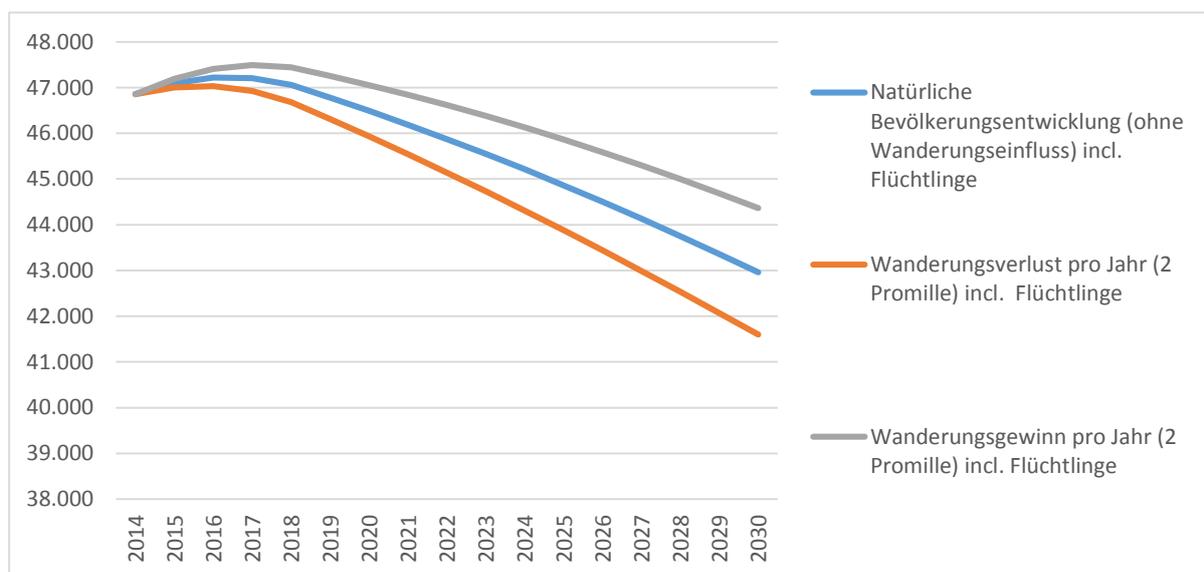
Szenario C setzt einen jährlichen Wanderungsgewinn von 2 Promille über alle Altersklassen an. Unter dieser Annahme sinkt die Einwohnerzahl laut Modellrechnung bis 2030 nur um 8,2 % oder knapp 3.840 auf 43.021. Im Jahr 2020 beträgt die Einwohnerzahl noch knapp 45.790 Einwohner, was im Vergleich zu 2014 einem Rückgang von 2,3 % entspricht.

2 Promille Wanderungsgewinn

Unter den aufgezeigten Voraussetzungen wird die Stadt Neunkirchen also trotz starker Zuwanderung durch Flüchtlinge bis 2020 zwischen 1.100 und 1.600 und bis zum Jahr 2030 sogar 3.850 bis 5.200 Einwohner verlieren. Sollte der Flüchtlingszustrom nicht die angenommenen Ausmaße erreichen, müssen die Annahmen zu deren Zuwanderung entsprechend reduziert werden. Insgesamt sind in der Bevölkerungsvorausberechnung viele positive Annahmen getroffen worden, so dass den Planern Variante A und B deutlich wahrscheinlicher erscheinen als Variante C.

Variante C sehr optimistisch

Abbildung 3: Bevölkerungsvorausberechnung Kreisstadt Neunkirchen 2030



Quelle: bis 2008: Statistisches Landesamt, ab 2009: isoplan-Prognosemodell

Veränderung der Altersstruktur

Mindestens ebenso wichtig für die Auslastung der Einzelhandelseinrichtungen und für neu entstehende Bedarfe ist die Veränderung der Altersstruktur. Während die Zahl der Kinder und Jugendlichen sowie der Erwerbsbevölkerung absolut und relativ zurückgehen wird, nimmt der Anteil der Menschen im Rentenalter zu. Dieser Prozess macht sich im Einkaufsverhalten der Bürger bemerkbar.

Alterung der Bevölkerung

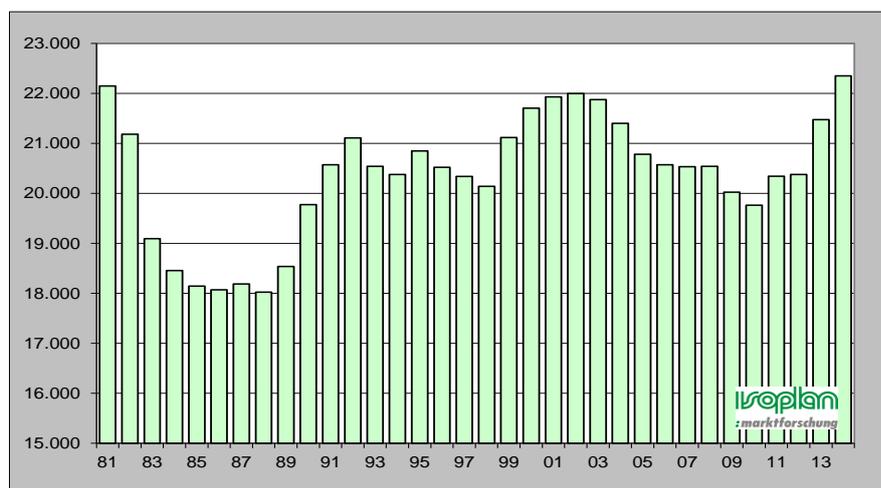
2.3 Wirtschaft und Beschäftigung

Beschäftigung

In der Kreisstadt Neunkirchen kam es nach dem den Niedergang der Montanindustrie in den siebziger Jahren und der Schließung des Eisenwerks 1982 zunächst zu einem beträchtlichen Beschäftigungsverlust. Bis 2002 wurde mit 22.000 SVB jedoch fast wieder das Beschäftigungsniveau von 1981 erreicht. Die Arbeitsplatzverluste der 80er Jahre konnten durch die Schaffung neuer Arbeitsplätze fast vollständig kompensiert werden. Zwischen 2003 und 2010 kam es allerdings erneut zu deutlichen Arbeitsplatzverlusten, die deutlich stärker als im Kreis- und Landesschnitt ausfielen. Seit 2011 hat sich der Arbeitsmarkt in Neunkirchen deutlich erholt, sodass 2014 die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten den Wert von 1981 erstmals wieder übersteigt.

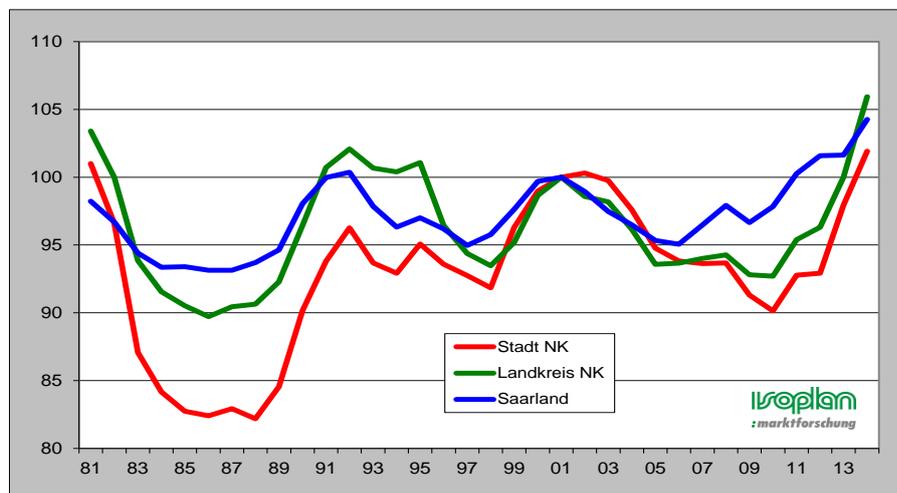
Strukturwandel

Abbildung 4: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Neunkirchen



Quelle: Statistisches Amt Saarland, Stand jeweils zum 30.6.

Abbildung 5: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Neunkirchen im Vergleich



Index: 2001 = 100. Quelle: Statistisches Amt Saarland, Stand jeweils 30.6.

Konjunkturschwankungen haben sich in Neunkirchen aufgrund der industriellen Struktur stärker auf den Arbeitsmarkt ausgewirkt als im Kreis- oder Landesmittel. Diese langjährige Erfahrung hat sich auch in den letzten Jahren wieder bestätigt, als 2009 - ausgelöst durch die Finanzkrise - die Zahl der Beschäftigten in Neunkirchen überdurchschnittlich stark gesunken ist. Ab 2010 hat der Arbeitsmarkt in Neunkirchen - deutlich stärker als im Landesmittel - von der zwischenzeitlich einsetzenden wirtschaftlichen Erholung profitiert.

starke Konjunkturabhängigkeit der Beschäftigung

Arbeitslosigkeit

Zwar ist die Zahl der Arbeitslosen in der Kreisstadt Neunkirchen in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen (von rund 3.700 im Jahr 2005 auf 3.022 im Juni 2015). Der Kern des Arbeitsmarktproblems, die verfestigte Langzeitarbeitslosigkeit, wurde damit jedoch nicht gelöst. Von den 3.022 Arbeitslosen waren 82 % (und damit ein deutlich höherer Prozentsatz als im Kreis und im Landesmittel) über ein Jahr ohne Beschäftigung (Rechtskreis SGB II / „Hartz IV-Empfänger“), nur 18 % gehörten zum Rechtskreis SGB III und bezogen Regelarbeitslosengeld.

Struktur der Arbeitslosigkeit

Mit einer anhaltend hohen Arbeitslosenrate⁷ von 66 Arbeitslosen je 1.000 Einwohnern sieht sich die Kreisstadt Neunkirchen als klassische „Arbeiterstadt“ seit langem stärker als das Saarland (36 Arbeitslose je 1.000 Einwohner) und stärker als andere saarländische Mittelstädte mit der Problematik der Arbeitslosigkeit vor allem sozial schwacher und schwer vermittelbarer Bevölkerungsgruppen konfrontiert.

regionaler Vergleich

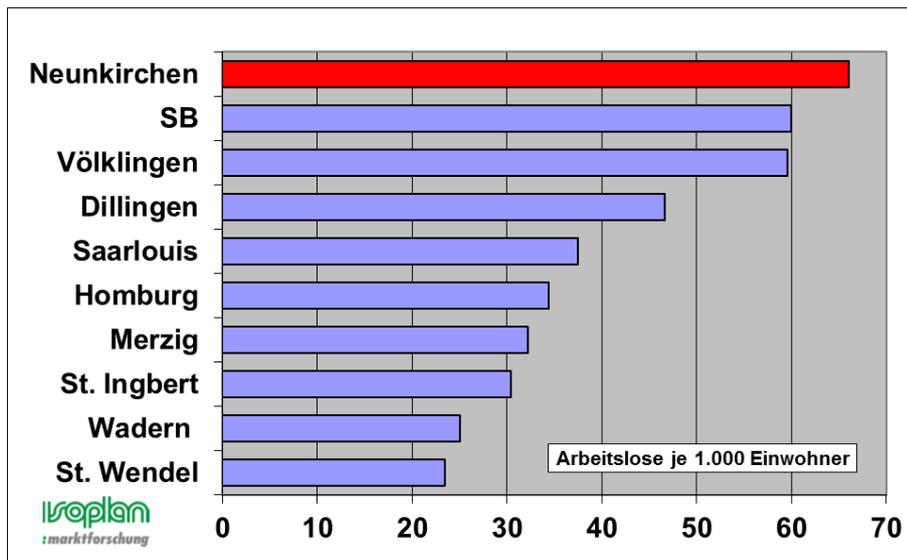
Tabelle 1: Arbeitslose in Neunkirchen im Vergleich

Gebietseinheit	Einwohner 30.9.2014	Arbeitslose (30.6.2015)			Verteilung (Zeilen-%)			ALO/ 1.000 Einwohner
		ALG I (SGB III)	ALG II (SGB II)	gesamt	ALG I (SGB III)	ALG II (SGB II)	gesamt	
Stadt Neunkirchen	45.770	559	2.463	3.022	18%	82%	100%	66,0
Landkreis Neunkirchen	133.130	1.334	4.207	5.541	24%	76%	100%	41,6
Saarland	989.308	9.239	26.799	36.038	26%	74%	100%	36,4

ALG I = Arbeitslosengeld I (Rechtskreis SGB III), ALG II = Arbeitslosengeld II (Rechtskreis SGB II). Quelle: Arbeitsmarktdaten: Bundesagentur für Arbeit, Einwohner: Statistisches Amt Saarland.

⁷ Arbeitslose je 1000 Einwohner, nicht zu verwechseln mit der amtlichen Arbeitslosenquote, die die Arbeitslosen im Verhältnis zu den Erwerbspersonen angibt und deshalb höher ausfällt

Abbildung 6: Arbeitslose je 1.000 Einwohner



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Statistisches Amt Saarland und eigene Berechnungen, Stand: Einwohner: 30.09.2014; Arbeitslose: 30.06.2015.

Fazit

Mit 22.348 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen am Arbeitsort ist Neunkirchen mehr denn je ein wichtiger Beschäftigungsschwerpunkt für die Region und ein Einpendlerschwerpunkt. Davon kann der Einzelhandel in der Stadt profitieren, wenn Arbeitspendler Einkäufe am Arbeitsort tätigen.

Arbeitsplatzschwerpunkt

In vergangenen Krisen war der Arbeitsplatzabbau in Neunkirchen aufgrund der industriellen Ausrichtung regelmäßig stärker als im Landeschnitt, die Erholung fiel oft jedoch auch kräftiger als in den Vergleichsräumen aus. Dieser Trend hat sich für Neunkirchen auch nach der letzten Konjunkturkrise bestätigt. Die Strukturprobleme der Langzeitarbeitslosigkeit sind hingegen noch keineswegs gelöst. Dies hat negative Auswirkungen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner (siehe Kapitel 3.2.3).

Konjunkturabhängigkeit

Neunkirchen verfügt aufgrund seines qualifizierten Arbeitskräftepotenzials und der vorhandenen Reserven an Gewerbeflächen über beträchtliche Wachstumspotenziale, die in den letzten drei Jahren sichtbar ausgeschöpft wurden. Der Einzelhandel bildet mit dem Saarpark-Center wirtschaftlich, städtebaulich und als Arbeitsplatzfaktor einen Schwerpunkt in der Innenstadt von Neunkirchen.

Potenziale

2.4 Trends im stationären Einzelhandel

Der Strukturwandel im Einzelhandel hat sich in den letzten Jahren mit anhaltend hoher Dynamik vollzogen. Eine zunehmende Individualisierung des Nachfrageverhaltens stellt Anbieter vor neue Herausforderungen. Angetrieben durch ein sich wandelndes Nachfrageverhalten entstehen kontinuierlich neue Angebote und Vertriebsformen. Ehemals bedeutende Ketten wie Schlecker oder Praktiker mussten Konkurs anmelden. Dafür drängen neue Ketten mit z.T. innovativen Konzepten auf den Markt wie z.B. der Non-Food-Discounter Action aus den Niederlanden oder das Billig-Textilwarenhäuser Primark.

Die demografische Entwicklung wird mittelfristig nicht nur zu einem Rückgang der insgesamt verfügbaren Kaufkraft führen, sie ist auch verbunden mit einer strukturellen Änderung und Polarisierung der Nachfrage (steigender Anteil der Senioren, Zunahme der Zahl kleiner Haushalte, Polarisierung zwischen Discount- und Spitzenqualität, Convenience und Genuss).

Der Anteil des Einzelhandelsumsatzes am privaten Verbrauch ist dabei weiter rückläufig. Betrug er Anfang der neunziger Jahre noch mehr als 40 %, so sind es zurzeit im Bundesschnitt bereits weniger als 30 %. Indessen sind Verbraucher mit steigenden Ausgaben für das Wohnen konfrontiert. Zwar haben sich die Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland zwischen 2006 und 2013 um etwa 15 % erhöht, dennoch konnte der Einzelhandel nur unterproportional von dieser Steigerung profitieren.

Klare Trends sind auch bei der Standortstruktur des Einzelhandels im Stadtgebiet sichtbar. Für moderne Geschäftsformen von Nahversorgern und Fachmärkten mit Verkaufsflächen von über 800 m² finden sich immer seltener geeignete oder wirtschaftlich rentable Standorte in den Ortszentren. So haben sich in den vergangenen beiden Jahrzehnten fast flächendeckend Fachmarkttagglomerationen an verkehrsgünstig gelegenen Siedlungsrandlagen gebildet. Nicht zuletzt auch aufgrund der Kundenwünsche nach preiswertem und breitem Angebot sowie ausreichend kostenlosen Parkplätzen in Geschäftsnähe sind es heute vorwiegend Fachmärkte und Discounter an nicht integrierten Lagen, die die aktuelle Einzelhandelsentwicklung prägen (siehe zum Beispiel die Agglomerationen um Hornbach an der Westspange, Kaufland/Media Markt oder die Fachmarktzentren in der Wellesweiler Straße oder an der Alten Ziegelei).

Fachmarkttagglomerationen in Siedlungsrandlagen

Die Fachmärkte, vor allem im Non-Food-Bereich, zählen zu den Marktanteilsgewinnern der letzten Jahre. Ihr Marktanteil am Einzelhandelsumsatz steigt kontinuierlich v. a. auf Kosten der traditionellen Fachgeschäfte. Allerdings werden sich die Fachmärkte zunehmend gesetzlichen Regelungen und Vorschriften stellen müssen. Insgesamt hält der Trend zu agglomerierten Standorten und Einkaufszentren in

Fachmärkte gewinnen Marktanteile

Einkaufszentren weiter auf dem Vormarsch

Deutschland an. Über 50 Jahre nach der Eröffnung des ersten Einkaufszentrums in Deutschland (Main-Taunus-Zentrum, Sulzbach, Taunus) sind diese in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen verbreiteter denn je und erfolgreich.

Konzentrationsprozesse auf der Anbieterseite führen dazu, dass der Einzelhandelsmarkt heute ganz überwiegend von großen Ketten dominiert wird. Die Folge ist oft ein austauschbarer Filialbestand in vielen Einzelhandelslagen.

Besonders deutlich wird dieser Trend im Lebensmitteleinzelhandel. Die Marktanteile der fünf führenden Lebensmittelanbieter belaufen sich in Summe auf knapp 75 % (Jahr 2014). Eine mögliche Übernahme von Tengelmann durch Edeka könnte die Unternehmenskonzentration weiter verstärken. Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel ist von einer Reduzierung der Marktdichte und der Forderung nach großflächigen Verkaufsformen geprägt.

Trends im Lebensmitteleinzelhandel

Zudem nähern sich die Betriebsformen im Lebensmittelhandel an. Inzwischen verzichten nicht mehr alle Lebensmittel-Discounter auf Ambiente und setzen nur auf billige Produkte. Gerade neu und häufig höherwertig gebaute Discounter schließen immer mehr die Lücke zwischen den Discountern und den Vollsortimentern, indem sie auf eine gepflegte Produktpäsentation und eine breitere Produktpalette setzen. Fast alle Discounter haben inzwischen eigene Back-Shops im Vorkassenbereich oder einen SB-Back-Shop im Geschäft integriert.

Durch den Verlust der Nahversorger sind in vielen Orten Deutschlands wichtige Frequenzbringer für die Ortszentren verloren gegangen (kleine Lebensmittelmärkte, Schlecker etc.). Die Wege zum Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs werden für die Bevölkerung länger. Immobile Bevölkerungsgruppen (rund ein Viertel aller Haushalte verfügt nicht über einen PKW) müssen einen Verlust an Lebensqualität, Selbstbestimmtheit und Möglichkeit zur gesellschaftlichen Teilhabe hinnehmen.

Verlust der Nahversorger

In vielen ländlichen Regionen sind mobile Versorgungsfahrzeuge inzwischen die einzigen Angebote, die zumindest punktuell eine fußläufige Nahversorgung sichern können. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung des Internets als Konkurrenz zum stationären Einzelhandel weiter zu.

Versorgungswagen

2.5 Distanzhandel

Distanzhandel, insbesondere Online-Handel, ist die derzeit mit Abstand am stärksten wachsende Form des Handels. Während der traditionelle Versandhandel („Katalogversandhandel“) in Deutschland lange bei ca. 4 – 5 % Anteil am gesamten Handel stagnierte, hat der Distanzhandel vor allem durch das Internet erheblich an Bedeutung gewonnen.

*Online-Handel mit
dynamischem
Wachstum*

Tabelle 2: Anteil Distanzhandel an Umsatz der Branche insgesamt

Warengruppe	2010	2013	Veränderung (%)
Lebensmittelhandel	0,5%	1,0%	100
Arzneimittel	1,5%	2,5%	67
Sanitätshäuser, Orthopädie, med. Fachhandel	14,0%	15,0%	7
Drogerie- und Parfümeriewaren	3,5%	5,2%	49
Bekleidung	11,0%	11,0%	0
Lederwaren	10,0%	11,0%	10
Schuhe	4,0%	4,4%	10
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	12,0%	12,0%	0
Möbel, Küchen	4,0%	4,0%	0
Glas, Geschenkartikel, Haushaltswaren	7,5%	10,0%	33
Elektronik, Elektro, EDV, Foto	12,0%	12,0%	0
Leuchten und Zubehör	k.A.	12,0%	
Brillen, Optik	2,5%	3,0%	20
Uhren und Schmuck	8,0%	9,5%	19
Bücher	15,0%	19,0%	27
Zeitungen, Zeitschriften	k.A.	k.A.	
Papier, Schreibwaren, Bürobedarf	14,0%	14,0%	0
Spielwaren/Musikinstrumente	6,5%	7,0%	8
Sport- und Campingartikel	9,0%	10,0%	11
Fahrräder und Zubehör	7,5%	9,3%	24
Autoteile und -zubehör	2,5%	5,0%	100
Bad und Sanitär, Installationsmaterial	k.A.	1,5%	
Bau-/ Heimwerkermarkt (ohne Gartenabteilung)	4,0%	5,0%	25
Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge	2,0%	3,0%	50
Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen	1,0%	2,0%	100
Zooartikel, Tiere	1,0%	1,5%	50
Schnittblumen	1,0%	k.A.	
Baby- und Kinderausstattung	12,0%	15,0%	25

Quelle: BBE Handelsberatung: Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, München, 2013

In den letzten Jahren zeigte der Online-Handel in Deutschland ein äußerst dynamisches Wachstum mit einem Umsatzanstieg von 27 % allein im Jahr 2012.⁸ Einzelne Player, allen voran „Amazon“ oder

⁸ D. Morschett, Distanzhandel – Online-Shops u.a. Formen, in: Handbuch Handel, S. 375 – 398, S. 377

„Zalando“, erzielten bereits kurz nach Gründung beträchtliche Umsätze. 2012 erreichte der Online-Handel 6,5 % Anteil am Einzelhandelsumsatz (gesamter Distanzhandel 9 %). Für 2013 wurde in Deutschland ein E-Commerce-Umsatz von 8 % des Einzelhandelsumsatzes vorausgesagt.⁹ Allerdings ist der Anteil sehr branchenabhängig. Bei Elektrowaren ist er beispielsweise überdurchschnittlich hoch, was zu einer Reduktion der stationären Verkaufsfläche bei den Anbietern führt. In Neunkirchen wurde in den vergangenen Jahren mit ProMarkt einer von zwei großflächigen Elektronikfachmärkten geschlossen.

Aktuellen Untersuchungen zufolge wird sich der gegenwärtige Anteil des Internethandels am gesamten Einzelhandelsumsatz von 9 % bis zum Jahr 2025 auf rund 15 % erhöhen. Dabei werden den Sortimentsgruppen Lebensmittel sowie Gesundheit und Körperpflege die höchsten Wachstumstendenzen zugesprochen, allerdings ausgehend von einem derzeitig niedrigen Niveau.

⁹ D. Morschett, Online Handel vs. Stationärer Handel, Pure Player vs. Multichannel. Wer wird langfristig dominieren?, in: J. Zentes u.a. (Hrsg.), Retailing and Consumer Goods Marketing Mai 2013, S. 2. Siehe hierzu auch: M. Jahn/ GfK (Hrsg.), Online versus stationär? Lieber Komplementär, Nürnberg 2013, S. 3 und S. 7.

3 Bestandsanalyse des Einzelhandels

3.1 Einzelhandelsangebot

3.1.1 Verkaufsflächen nach Warengruppen

Grundlage dieses Einzelhandelskonzeptes ist eine aktuelle Vollerhebung des gesamten Einzelhandels im engeren Sinne differenziert nach Lage und Sortimenten.¹⁰ Markt und Standort hat für eine Auswirkungsanalyse eines geplanten SB-Warenhauses im Sommer 2015 alle Geschäfte im Zentralen Versorgungsbereich (ZVB) und die für die geplante Ansiedlung relevanten Märkte im restlichen Stadtgebiet erhoben. Isoplan hat die Erhebung im August 2015 für die Gesamtstadt vervollständigt. Insgesamt wurden in der Kreisstadt Neunkirchen 359 Einzelhandelsgeschäfte mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 130.200 m² erfasst. Dazu kommen noch die bald eröffnenden Märkte Netto in der Kuchenbergstraße und Woolworth in der Bliespromenade. Mit diesen beiden Märkten hat Neunkirchen eine Gesamtverkaufsfläche von etwa 132.200 m² in 361 Geschäften.¹¹

Begehung

Die durchschnittliche Verkaufsfläche je Geschäft beträgt rund 361 m² und ist somit rund 10 m² höher als vor vier Jahren. Trotz des Anstiegs liegt sie aber immer noch deutlich unter dem Vergleichswert des saarländischen Mittelzentrums Homburg (386 m²).¹²

Die Verkaufsflächendichte der Kreisstadt Neunkirchen beträgt 2,9 m² je Einwohner. Dieser Wert liegt deutlich über dem bundesdeutschen Mittel von 1,4 bis 1,5 m², aber leicht unter der Verkaufsflächendichte von Homburg (3,1 m² Verkaufsfläche je Einwohner).¹³ Die Verkaufsflächendichte belegt die hohe Zentralität des Mittelzentrums Neunkirchen.

Die Verkaufsflächen der Kreisstadt Neunkirchen sind in der Innenstadt konzentriert. Mit ca. 109.200 m² befinden sich rund 83 % der Gesamtverkaufsfläche der Stadt im Stadtteil Innenstadt. In Wellersweiler wurden 14.500 m² (11 % der Verkaufsflächen der Stadt) und in Wiebelskirchen 6.400 m² Verkaufsfläche (5 %) erhoben. Das Einzelhandelsangebot im Stadtteil Furpach hat eine Gesamtverkaufsfläche von rund 1.375 m². Die Einzelhandelsausstattung von Hangard (400 m²), Sinnerthal (200 m²), Kohlhof (70 m²) und Münchwies (30 m²) ist

83% im Stadtteil Innenstadt

¹⁰ einschl. Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien, Tankstellenshops, Apotheken, jedoch ohne Handel mit Kraftfahrzeugen

¹¹ In der nachfolgenden Analyse werden der Netto-Markt in der Kuchenbergstr. und der Woolworth in der Bliespromenade in den Bestand mit eingerechnet

¹² Quelle: eigene Erhebungen in Homburg (9/2014)

¹³ Quelle: eigene Erhebungen

unterdurchschnittlich. In Heinitz und Ludwigsthal existiert gar kein Einzelhandelsangebot mehr.

Auf rund 33.800 m² oder 26 % der Gesamtverkaufsfläche der Kreisstadt Neunkirchen werden Waren des periodischen Bedarfs angeboten. Damit ist das Angebot an periodischem Bedarf seit 2011 um 13 % angestiegen. Mehr als 26.750 m² (79 % der Verkaufsfläche des periodischen Bedarfs) werden der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ zugeordnet.

Etwa 98.400 m² oder rund 74 % der Gesamtverkaufsfläche in der Kreisstadt Neunkirchen zählen zu den Warengruppen des aperiodischen Bedarfs. Mit knapp 28.200 m² Verkaufsfläche nimmt die Warengruppe „Bekleidung“ den höchsten Anteil (21 %) der Gesamtverkaufsfläche ein. Die Warengruppen „Baumarktspezifisches Sortiment“ und „Einrichtungsbedarf“ sind mit rund 19.400 m² und 18.950 m² bzw. 15 % und 14 % der Gesamtfläche ebenfalls Angebotsschwerpunkte der Kreisstadt Neunkirchen.

Tabelle 3: Verkaufsflächen nach Warengruppen und Ortsteilen

Warengruppe	Neunkirchen-Innenstadt	Wellesweiler	Furpach	Kohlhof	Sinnerthal	Wiebelskirchen	Hangard	Münchwies	Stadt Neunkirchen
1. Lebensmittel / NuG	15.780	4.923	1.046	0	0	4.609	235	30	26.624
2. Gesundheits- und Körperpflege	6.181	399	168	0	0	428	14	0	7.190
Summe periodischer Bedarf	21.961	5.322	1.214	0	0	5.038	249	30	33.814
3. Bekleidung	27.354	502	0	0	0	221	108	0	28.184
4. Schuhe, Lederwaren	4.278	36	0	0	0	0	0	0	4.314
5. Einrichtungsbedarf	12.170	6.689	11	0	0	80	0	0	18.950
6. Hausrat, Glas, Porzellan	3.356	521	21	15	0	103	8	0	4.023
7. Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	2.186	11	0	0	0	47	0	0	2.243
8. Unterhaltungselektronik	1.811	6	0	0	0	78	0	0	1.895
9. Informationstechnologie	678	0	0	0	0	0	0	0	678
10. Telekommunikation	754	0	0	0	0	0	0	0	754
11. Foto, Optik	891	0	17	0	0	0	0	0	908
12. Uhren, Schmuck	1.473	41	0	0	0	60	0	0	1.574
13. Bücher, Schreibwaren	2.516	136	86	0	0	132	26	0	2.895
14. Spielwaren, Hobbys	3.168	22	0	0	0	19	0	0	3.208
15. Sportartikel	8.360	77	0	0	0	390	0	0	8.827
16. Baumarktspezifisches Sortiment	17.715	1.135	27	55	200	253	4	0	19.390
17. Baby- und Kinderartikel	539	0	0	0	0	0	0	0	539
Summe aperiodischer Bedarf	87.250	9.173	161	70	200	1.382	146	0	98.382
Gesamt	109.211	14.495	1.375	70	200	6.420	395	30	132.196
in %	82,6	11,0	1,0	0,1	0,2	4,9	0,3	0,0	100,0

Quelle: Vollerhebung Markt und Standort + isoplan 08/2015 incl. Netto Kuchenbergstr. und Woolworth Bliespromenade. Verkaufsflächen von Geschäften, die Waren aus mehreren Warengruppen führen, wurden den jeweiligen Warengruppen zugeordnet.

Größenstruktur des Einzelhandels
Tabelle 4: Großflächiger Einzelhandel in der Kreisstadt Neunkirchen

Firma	Straße	Stadtteil	Hauptsortiment	VK-Fläche ca. m ²
Obi	Bliesstraße	Innenstadt	Baumarkt	9.700
Kaufhof	Stummstraße	Innenstadt	Bekleidung	9.500
Kaufland	Kirkeler Straße	Innenstadt	Lebensmittel	6.800
Möbel Martin	Rombachstraße	Wellesweiler	Einrichtungsbedarf	6.500
SB Möbel Boss	Am Gneisenauflöz	Innenstadt	Einrichtungsbedarf	5.000
C & A	Stummplatz	Innenstadt	Bekleidung	4.000
Decathlon	Lindenallee	Innenstadt	Sportbedarf	4.000
E-Center	Untere Bliesstraße	Wellesweiler	Lebensmittel	3.300
P & C	Stummplatz	Innenstadt	Bekleidung	3.000
Hammer Heimtextilien	Flotowstraße	Innenstadt	Einrichtungsbedarf	3.000
Media Markt	Kirkeler Straße	Innenstadt	Elektroartikel	2.500
Adler	Bliespromenade	Innenstadt	Bekleidung	2.250
Schnäppchen Paradies	Unterer Markt	Innenstadt	Restposten	2.000
TK maxx	Stummplatz	Innenstadt	Bekleidung	2.000
Müller	Stummplatz	Innenstadt	Drogeriewaren	1.950
Sport Pur	Königsbahnstraße	Innenstadt	Sportbedarf	1.600
REWE	Stummplatz	Innenstadt	Lebensmittel	1.500
Heizung Sanitär Fliesen Reiss	Flotowstraße	Innenstadt	Innenausbau	1.500
H + M	Stummplatz	Innenstadt	Bekleidung	1.500
REWE	Mantes-la-Ville-Platz	Innenstadt	Lebensmittel	1.500
K. Frantz Bad, Sanitär	Spieser Straße	Innenstadt	Innenausbau	1.200
Postenbörse	Wellesweilerstraße	Innenstadt	Restposten	1.200
Dänisches Bettenlager	Am Gneisenauflöz	Innenstadt	Einrichtungsbedarf	1.200
Lidl	Bliesstraße	Innenstadt	Lebensmittel	1.200
Rewe	Wibliostraße	Wiebelskirchen	Lebensmittel	1.150
Aldi	Schillerstraße	Wiebelskirchen	Lebensmittel	1.060
Aldi	Untere Bliesstraße	Wellesweiler	Lebensmittel	1.060
Edeka	Ringstraße	Innenstadt	Lebensmittel	1.050
Netto*	Kuchenbergstr.	Wiebelskirchen	Lebensmittel	1.000
Woolworth*	Bliespromenade	Innenstadt	Bekleidung	1.000
Lidl	Westspange	Innenstadt	Lebensmittel	970
Penny	An der alten Ziegelei	Innenstadt	Lebensmittel	950
Rofu Kinderland	Am Gneisenauflöz	Innenstadt	Spielwaren	900
Wasgau	Kuchenbergstraße	Wiebelskirchen	Lebensmittel	900
Netto	Süduferstraße	Innenstadt	Lebensmittel	815
Lidl	Schillerstraße	Wiebelskirchen	Lebensmittel	800
Aldi	Irrgartenstraße	Innenstadt	Lebensmittel	800
Netto	Untere Bliesstraße	Wellesweiler	Lebensmittel	800
Summe				91.155

Quelle: eigene Erhebung 08/2015

* bevorstehende Eröffnung

Die Grenze zur Großflächigkeit von Einzelhandelseinrichtungen liegt gemäß Baunutzungsverordnung bei 1.200 m² Geschossfläche und gemäß Landesbauordnung und Rechtsprechung¹⁴ bei rund 800 m² Verkaufsfläche.

Großflächigkeit

In der Kreisstadt Neunkirchen bestimmen wenige großflächige Märkte das Einzelhandelsangebot: Mit den beiden bevorstehenden Eröffnungen erfüllen 41 von 361 Geschäften das Kriterium der Großflächigkeit. Sie haben zusammen eine Verkaufsfläche von ca. 91.155 m², was knapp 68 % der Gesamtverkaufsfläche der Stadt entspricht.¹⁵ Die restlichen rund 41.000 m² der Verkaufsfläche verteilen sich auf 320 nicht großflächige Geschäfte.

*Dominanz
großflächiger Märkte*

Ladenleerstände

Im August 2015 wurden im gesamten Stadtgebiet von Neunkirchen 99 leer stehende Ladenlokale identifiziert. Sie haben zusammen eine Verkaufsfläche von rund 21.800 m². Davon entfallen allein etwa 10.180 m² auf 75 Ladenlokale im Stadtteil Innenstadt, aber nur 13 Geschäfte mit 2.155 m² befinden sich im zentralen Versorgungsbe- reich City Mitte. Weitere 14 Leerstände wurden im Stadtteil Wiebels- kirchen erhoben (ca. 950 m²). Die restlichen leer stehenden Ladenlo- kale verteilen sich auf die anderen Stadtteile.

Ladenleerstand

Die Anzahl von Ladenleerständen und das Verhältnis von Leerstand zu genutzter Verkaufsfläche (etwa 14 % der Gesamtverkaufsfläche steht leer) sind überdurchschnittlich hoch, auch wenn nicht jedes leer stehende Ladenlokal vorher vom Einzelhandel genutzt wurde, son- dern zum Teil auch von Gastronomie oder Dienstleistern, und einige leer stehende Ladenlokale langfristig einer Wohnnutzung zugeführt werden.

Die derzeit größte leer stehende Fläche ist der ehemalige Praktiker in Sinnerthal. Mit dem Hornbach an der Westspange und der bevorste- henden Woolworth-Eröffnung an der Bliespromenade werden zwei der größten Leerstände aus der Erhebung 2011 wieder genutzt.

3.1.2 Umsätze nach Warengruppen

Der Umsatz des Einzelhandels in der Kreisstadt Neunkirchen wurde anhand der erhobenen Verkaufsflächen mit Hilfe von Sekundärdaten zu durchschnittlichen Flächenproduktivitäten für 17 Warengruppen er- mittelt. Der Umsatz von Geschäften, die Sortimente aus mehreren Warengruppen führen, wurde dabei anhand der jeweiligen Verkaufs-

*Umsatz nach
Warengruppen und
Stadtteilen*

¹⁴ z.B. Urteil des BVG vom 25.11.2005

¹⁵ Zum Vergleich: In Homburg beträgt der großflächige Verkaufsflächenan- teil 72 %.

flächen auf die verschiedenen Warengruppen aufgeteilt. Dabei wurden nicht nur die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der einzelnen Warengruppen angesetzt, sondern zusätzlich noch Kriterien wie Betreiber, Vertriebsform, Lage und Attraktivität berücksichtigt.

Einzelhandelsumsatz

Der Einzelhandelsumsatz der 361 erhobenen Geschäfte in der Kreisstadt Neunkirchen wurde für 2015 auf 401,1 Mio. € geschätzt.¹⁶ Hier von entfallen 159,8 Mio. € (40 %) auf Waren des periodischen Bedarfs und 241,3 Mio. € (60 %) auf Waren des aperiodischen Bedarfs.

Tabelle 5: Einzelhandelsumsatz 2015 nach Warengruppen und Stadtteilen in Tsd. €

Warengruppe	Neunkirchen-Innenstadt	Wellesweiler	Furpach	Kohlhof	Sinnertal	Wiebelskirchen	Hangard	Münchwies	Stadt Neunkirchen
1. Lebensmittel / NuG	74.899	24.225	4.296	0	0	22.149	1.013	170	126.751
2. Gesundheits- und Körperpflege	27.966	2.019	756	0	0	2.219	57	0	33.017
Summe periodischer Bedarf	102.864	26.243	5.052	0	0	24.368	1.070	170	159.768
3. Bekleidung	79.248	1.050	0	0	0	1.049	324	0	81.670
4. Schuhe, Lederwaren	10.984	112	0	0	0	0	0	0	11.097
5. Einrichtungsbedarf	19.663	8.425	43	0	0	373	0	0	28.504
6. Hausrat, Glas, Porzellan	7.042	1.627	86	53	0	403	24	0	9.234
7. Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	7.110	85	0	0	0	238	0	0	7.433
8. Unterhaltungselektronik	7.008	7	0	0	0	319	0	0	7.334
9. Informationstechnologie	2.832	0	0	0	0	0	0	0	2.832
10. Telekommunikation	3.348	0	0	0	0	0	0	0	3.348
11. Foto, Optik	4.955	0	60	0	0	0	0	0	5.014
12. Uhren, Schmuck	7.865	95	0	0	0	90	0	0	8.050
13. Bücher, Schreibwaren	8.466	555	340	0	0	571	80	0	10.013
14. Spielwaren, Hobbys	7.789	99	0	0	0	129	0	0	8.017
15. Sportartikel	20.035	314	0	0	0	1.253	0	0	21.602
16. Baumarktspezifisches Sortiment	31.631	2.915	111	183	180	1.110	16	0	36.146
17. Baby- und Kinderartikel	1.024	0	0	0	0	0	0	0	1.024
Summe aperiodischer Bedarf	218.999	15.284	639	235	180	5.534	445	0	241.317
Gesamt	321.864	41.528	5.691	235	180	29.903	1.515	170	401.084
in %	80,2	10,4	1,4	0,1	0,0	7,5	0,4	0,0	100,0

Quelle: Begehung Markt und Standort + isoplan 2015. Berechnung: isoplan: Der Umsatz von Geschäften, die mehrere Warengruppen führen, wurde anhand der jeweiligen Verkaufsflächen auf die verschiedenen Warengruppen aufgeteilt.

¹⁶ Die GfK Nürnberg hat den POS-Umsatz der Geschäfte in der Kreisstadt Neunkirchen für 2014 auf 329,9 Mio. € geschätzt. Diese Schätzung liegt u.a. aufgrund abweichender Erhebungszeitpunkte um 16,5 % unter der Schätzung von isoplan-Marktforschung auf der Basis der aktuellen Begehung. Unter anderem berücksichtigt die isoplan-Schätzung bereits den neuen Hornbach an der Westspange und den Netto-Markt in der Süduferstraße.

Entsprechend der Verkaufsflächenverteilung werden die mit Abstand höchsten Umsätze in den Warengruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ und „Bekleidung“ erwirtschaftet. Beide Warengruppen zusammen erzielen mit 126,8 Mio. € („Nahrungs- und Genussmittel“) bzw. 81,7 Mio. € („Bekleidung“) deutlich mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes des Einzelhandels in der Kreisstadt Neunkirchen.

Räumlich ist der Umsatz analog zur Verkaufsfläche auf den Stadtteil Innenstadt konzentriert. Rund 80 % des Gesamtumsatzes der Stadt werden in den Geschäften im Stadtteil Innenstadt erwirtschaftet. In den Stadtteilen Wellesweiler und Wiebelskirchen beträgt der Umsatzanteil 10 % bzw. 8 %. Die Stadtteile Furpach, Hangard und Kohlhof kommen zusammen auf einen Umsatzanteil von rund 2 %.

*Umsatz nach
Stadtteilen*

3.2 Analyse der Nachfrageseite

3.2.1 Einzelhandels-Einzugsbereich

Die Größe des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsstandortes hängt von seiner Attraktivität und Erreichbarkeit im Verhältnis zu Wettbewerbsstandorten ab. Die steigende Mobilität der Bevölkerung hat zu einer sinkenden Bedeutung der Entfernung als Auswahlkriterium für einen Einkaufsort geführt. Stattdessen ist die Fahrzeit zum Einkaufsort zum zentralen Entscheidungskriterium geworden. Hinzu kommen Agglomerationsvorteile von Standorten mit mehreren Märkten, die dem Kunden die Bündelung verschiedener Besorgungen ermöglichen.

Bestimmungsfaktoren

Die Landesplanung hat eine zentralörtliche Ordnung des Saarlandes mit zentralen Orten und zugehörigen Verflechtungsbereichen in den 1990er Jahren u.a. auf der Grundlage der damals festgestellten Einkaufsbeziehungen festgelegt. Die Festlegungen wurden im derzeit gültigen Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“ von 2006 unverändert übernommen. Der landesplanerisch festgelegte mittelzentrale Verflechtungsbereich der Kreisstadt Neunkirchen umfasst danach neben dem eigenen Stadtgebiet die Stadt Ottweiler sowie die Gemeinden Illingen, Merchweiler, Schiffweiler und Spiesen-Elversberg. Darüber hinaus reichende Einkaufsbeziehungen in sonstige Gemeinden des Saarlandes und über die Landesgrenze nach Rheinland-Pfalz wurden bei dieser Festlegung nicht berücksichtigt.

mittelzentraler Verflechtungsbereich

Der trennscharfen Aufteilung des Saarlandes in sich nicht überlappende mittelzentrale Verflechtungsbereiche liegen vereinfachende Annahmen zugrunde, die das wahre Einkaufsverhalten nicht hinreichend genau abbilden. Der *tatsächliche* Einzelhandels-Einzugsbereich der Kreisstadt Neunkirchen reicht weiter als der landesplanerisch festgelegte Verflechtungsbereich. Er überlappt sich mit den Einzelhandels-Einzugsbereichen der benachbarten Mittel- und Oberzentren.

tatsächlicher Einzelhandels-Einzugsbereich

Aus diesem Grund wurde der Einzelhandels-Einzugsbereich der Kreisstadt Neunkirchen mit Hilfe eines empirisch gestützten Rechenmodells abgegrenzt. Das Umland der Kreisstadt wurde dazu in vier Zonen unterschiedlich starker Bindung der Bevölkerung an Neunkirchen aufgeteilt. Die Abgrenzung der Zonen basiert auf den Ergebnissen einer repräsentativen Befragung von mehr als 800 Haushalten in Neunkirchen und seinem Umland zu ihrem Einkaufsverhalten.¹⁷ Die Zonen wurden wie folgt festgelegt:

¹⁷ Detailergebnisse siehe unter: isoplan-Marktforschung: Einzelhandelsgutachten für die Kreisstadt Neunkirchen, März 2012

Abbildung 7: Zonierung des Einzelhandels-Einzugsbereichs der Kreisstadt Neunkirchen



Neunkirchen	Kreisstadt Neunkirchen
Umland Zone 1	Friedrichsthal, Quierschied, Sulzbach/Saar, Eppelborn, Illingen, Merchweiler, Ottweiler, Schiffweiler, Spiesen-Elversberg, Bexbach
Umland Zone 2	Heusweiler, Homburg, Kirkel, St. Ingbert, Marpingen, St. Wendel, Gemeinden im Landkreis Kusel*
Umland Zone 3	Saarbrücken, Kleinblittersdorf, Riegelsberg, Blieskastel, Gersheim, Mandelbachtal, Zweibrücken, Gemeinden in der Westpfalz*

* Zuordnung siehe Fußnote auf der nächsten Seite

Quelle: isoplan Marktforschung, eigene Erhebung

Auf der Grundlage von Angaben der Befragten zu Besuchshäufigkeiten in den Innenstädten und Einkaufszentren des Untersuchungsgebiets wurde der Anteil der Kaufkraft für Waren des aperiodischen Bedarfs berechnet, der aus der jeweiligen Zone im Schnitt in die Kreisstadt Neunkirchen fließt und damit den dort erzielten POS-Umsatz für diese Waren erklärt.¹⁸

Der Berechnung liegt die Annahme zugrunde, dass die Besuchshäufigkeit in den Innenstädten der Mittel- und Oberzentren und den Einkaufszentren mit mittelzentralen Angeboten mit den Ausgaben der Befragten für Waren des aperiodischen Bedarfs korreliert.

Tabelle 6: Herkunft des POS-Umsatzes für Waren des aperiodischen Bedarfs in der Kreisstadt Neunkirchen

Bereich	Einwohner	einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2014				
		davon für Waren des aperiodischen Bedarfs				Verteilung (Spalten-%)
		Stand: 31.12.2013	Mio. €	Mio. €	davon Umsatz in NK	
Anteil (Zeilen-%)	Mio. €					
Neunkirchen	45.770	234	120	43	52,2	22
Umland (Zone 1)	146.215	785	404	30	119,6	50
Umland (Zone 2)	162.631	917	472	8	38,2	16
Umland (Zone 3)	369.305	2.026	1.044	3	29,6	12
Summe	723.921	3.962	2.040	12	240	100

Quellen: Einwohner: Statistische Ämter Saarland und Rheinland-Pfalz;
Kaufkraft: GfK Nürnberg; Zufluss nach Neunkirchen: Eigene Erhebung und Berechnung

¹⁸ Zum Umland (Zone 2) zählen folgende Gemeinden im Landkreis Kusel: Altenkirchen, Börsborn, Breitenbach, Brücken (Pfalz), Dittweiler, Duntzweiler, Frohnhofen, Gries, Ohmbach, Schönenberg-Kübelberg, Waldmohr
Zum Umland (Zone 3) zählen folgende Gemeinden in der Westpfalz: Verbandsgemeinde Zweibrücken-Land; Verbandsgemeinde Kusel; Gemeinden Berschweiler b. Baumholder, Eckersweiler, Fohren-Linden, Mettweiler, Bruchmühlbach-Miesau, Gerhardsbrunn, Hütschenhausen, Lambsborn, Langwieden, Martinshöhe, Glan-Münchweiler, Henschtal, Herschweiler-Pettersheim, Hüffler, Krottelbach, Langenbach, Nanzdietzweiler, Rehweiler, Steinbach am Glan, Wahnwegen, Matzenbach, Quirnbach/Pfalz, Biedershausen, Knopp-Labach, Krähenberg, Maßweiler, Reifenberg, Rieschweiler-Mühlbach, Schmitshausen, Wallhalben, Winterbach (Pfalz)

Das engere Einzelhandels-Einzugsgebiet der Kreisstadt Neunkirchen umfasst die Kreisstadt Neunkirchen selbst und die als „Umland (Zone 1)“ bezeichneten Gemeinden (Eppelborn, Illingen, Merchweiler, Ottweiler, Schiffweiler, Spiesen-Elversberg, Friedrichsthal, Quierschied, Sulzbach/Saar, Bexbach). Dieser Bereich hat rund 192.000 Einwohner und erklärt fast drei Viertel des Umsatzes in der Kreisstadt Neunkirchen mit Waren des aperiodischen Bedarfs.

*engeres
Einzugsgebiet*

Die Umland-Zonen 2 und 3 tragen zu 16 bzw. 12 % zum Umsatz mit Waren des aperiodischen Bedarfs bei. Diese Bereiche mit zusammen rund 532.000 Einwohnern können zum weiteren Einzelhandels-Einzugsbereich der Kreisstadt gezählt werden. Der Anteil der Kaufkraft dieser Städte und Gemeinden, der nach Neunkirchen fließt, liegt jedoch im einstelligen Prozentbereich (8 bzw. 3 %).

*weiteres
Einzugsgebiet*

3.2.2 Waren des periodischen Bedarfs

Der Versorgungsauftrag des Mittelzentrums Neunkirchen für Waren des periodischen Bedarfs reicht nicht im gleichen Maße über die Stadtgrenzen hinaus wie für Waren des aperiodischen Bedarfs. Die umgebenden Grundzentren sollen zumindest die Nahversorgung mit täglichem Bedarf für ihre Bevölkerung sicherstellen. Dieser Versorgungsauftrag findet jedoch seine Grenzen bei Formaten wie SB-Warenhäusern oder Verbrauchermärkten, die aufgrund ihrer großen Sortimentstiefe und -breite auf eine Mindesteinwohnerzahl im Einzugsbereich angewiesen sind, die die der Grundzentren oft überschreitet. Es ist Aufgabe der Mittelzentren, für diese Formate geeignete Standorte anzubieten.

*Aufgabe des Mittel-
zentrums*

Die Bevölkerung der Kreisstadt Neunkirchen verfügte 2014 insgesamt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 118,3 Mio. Euro für Waren des periodischen Bedarfs.¹⁹ Kaufkraftzuflüsse beispielsweise der Arbeitspendler und Wocheneinkäufe der Bevölkerung umliegender Gemeinden beispielsweise im Kaufland-Verbrauchermarkt führen in Neunkirchen jedoch bereits heute zu einer Kaufkraftbindung von 135 % für Waren des periodischen Bedarfs. Diese liegt jedoch deutlich unter der Kaufkraftbindung für Waren des periodischen Bedarfs anderer saarländischer Mittelzentren (Beispiel Homburg: 148 %).

*dennoch leichte
Kaufkraftzuflüsse*

¹⁹ Quelle: GfK Nürnberg

3.2.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung der Kreisstadt Neunkirchen wird für 2014 mit insgesamt 233,7 Mio. € oder 5.111 € pro Kopf angegeben.²⁰ Damit liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Neunkirchen um 9,6 % unter dem Bundesschnitt von 5.657 € je Einwohner (Kaufkraftindex pro Kopf: 90,4 %) und 4,5 % unter dem Schnitt im Saarland von 5.370 € je Einwohner (Kaufkraftindex 94,9 %). Gegenüber 2011 ist - trotz einer Zunahme der Kaufkraft pro Kopf auch in Neunkirchen - die Schere zwischen Neunkirchen und dem Landes- bzw. Bundesschnitt weiter auseinander gegangen.

Kaufkraftvolumen

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Kreisstadt Neunkirchen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft		
	gesamt	pro Kopf	Verteilung
	Mio. €	€	%
1. Nahrungs- und Genussmittel	100,2	2.192	42,9
2. Gesundheits- und Körperpflege	18,1	395	7,7
Summe periodischer Bedarf	118,3	2.588	50,6
3. Bekleidung	17,0	371	7,3
4. Schuhe, Lederwaren	4,4	97	1,9
5. Einrichtungsbedarf	18,0	393	7,7
6. Hausrat, Glas, Porzellan	3,1	68	1,3
7. Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	7,7	167	3,3
8. Unterhaltungselektronik	8,1	177	3,5
9. Informationstechnologie	5,1	111	2,2
10. Telekommunikation	1,8	40	0,8
11. Foto, Optik	4,7	102	2,0
12. Uhren, Schmuck	2,5	56	1,1
13. Bücher, Schreibwaren	9,2	201	3,9
14. Spielwaren, Hobbys	4,6	101	2,0
15. Sportartikel	3,6	79	1,5
16. Baumarktspezifisches Sortiment	24,9	544	10,6
17. Baby- und Kinderartikel	0,7	15	0,3
Summe aperiodischer Bedarf	115,4	2.523	49,4
Gesamt	233,7	5.111	100,0

Quelle: GfK Nürnberg, Stand: 2014

Für Waren des periodischen Bedarfs steht der Bevölkerung Neunkirchens mit 118,3 Mio. € etwas mehr als die Hälfte (50,6 %) der verfügbaren Kaufkraft zur Verfügung, wobei allein knapp 43 % auf „Nahrungs- und Genussmittel“ und ca. 8 % auf „Waren der Gesundheits- und Körperpflege“ entfallen.

*Kaufkraft nach
Warengruppen*

²⁰ Quelle: GfK Nürnberg, Daten zur Sortimentskaufkraft. Die GfK legte den aufgrund des Zensus von 2011 durch das Statistische Amt Saarland korrigierten Einwohnerstand vom 01.01.2013 zugrunde (45.722).

Das Kaufkraftvolumen der Bevölkerung von Neunkirchen für Waren des aperiodischen Bedarfs beträgt 115,4 Mio. €, was rund 49 % der verfügbaren Kaufkraft entspricht. Hiervon wurden allein rund 24,9 Mio. € für „Baumarktspezifisches Sortiment“, 18 Mio. € für „Einrichtungsbedarf“ und 21,1 Mio. € für „Bekleidung“ aufgewendet.²¹

3.2.4 Kaufkraftbindungsquote

Als Kaufkraftbindungsquote einer Stadt wird das Verhältnis aus Point-of-sale-Umsatz des Einzelhandels der Stadt und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Wohnbevölkerung der Stadt bezeichnet. Die Kaufkraftbindungsquote ist ein Maß für die Einzelhandelszentralität. Liegt die Kaufkraftbindungsquote unter 100 %, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Betrachtungsraum ab, liegt der Wert über 100 %, fließt per Saldo Kaufkraft zu.

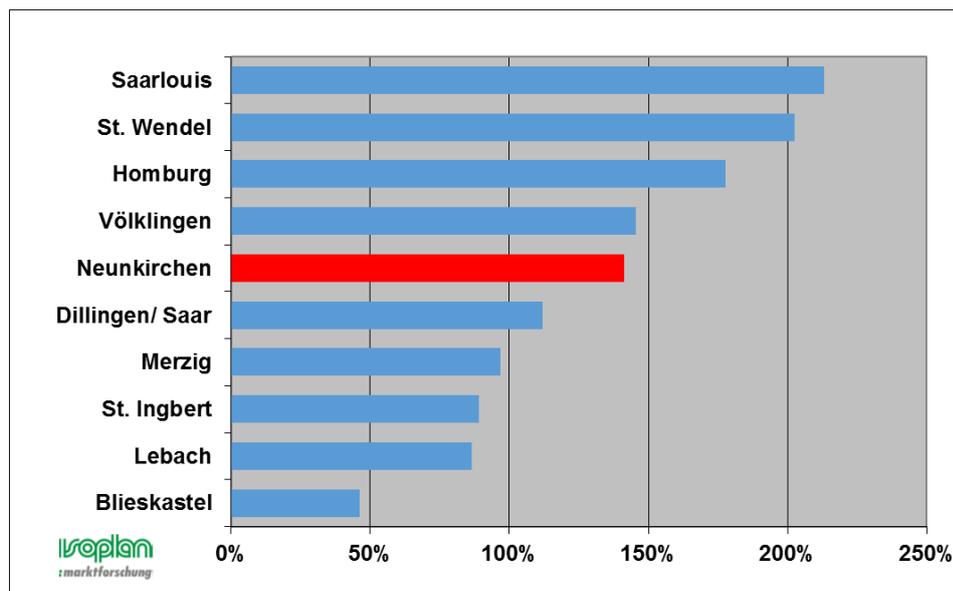
Definition

Die GfK Gesellschaft für Konsumforschung Nürnberg berechnet regelmäßig Schätzungen der Kaufkraftbindungsquoten für alle Städte und Gemeinden ab 10.000 Einwohnern. Diese können zu Vergleichen von Neunkirchen mit den anderen saarländischen Mittel- und Oberzentren herangezogen werden.

Danach haben die Einwohner der Kreisstadt Neunkirchen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 233,7 Mio. €. Unter Verwendung der Umsatzschätzung der GfK Nürnberg von 329,9 Mio. € aus dem Jahr 2014 errechnet sich eine Kaufkraftbindungsquote von 141 %.

Kaufkraftbindung in Neunkirchen

Abbildung 8: Kaufkraftbindungsquoten der saarländischen Mittelzentren laut GfK



Quelle: GfK Nürnberg 2014 und eigene Berechnung.

²¹ Quelle: GfK Nürnberg 2014

Dem steht ein von isoplan aufgrund der Begehung geschätzter Point-of-sale-Umsatz von 401,1 Mio. € in den Geschäften der Kreisstadt Neunkirchen gegenüber. isoplan verwendet seit vielen Jahren die nach Warengruppen und Sortimenten differenzierten Kaufkraftdaten der GfK, die sich im Großen und Ganzen bewährt haben. Isoplan und Markt und Standort haben allerdings für 2015 unabhängig voneinander einen deutlich höheren Gesamtumsatz für den Einzelhandel in Neunkirchen ermittelt als die GfK. In den folgenden Kapiteln wird deshalb auf eigene Umsatzschätzungen zurückgegriffen.

Höherer Umsatz bei eigener Erhebung als bei GfK

Dementsprechend hat Neunkirchen per Saldo einen Kaufkraftzufluss von 167,4 Mio. € und eine Kaufkraftbindungsquote von 171 %. Damit liegt Neunkirchen leicht über dem Mittelwert aller saarländischen Mittelzentren von 131 %.²²

In den Warengruppen des periodischen Bedarfs hat die Kreisstadt Neunkirchen Kaufkraftzuflüsse in Höhe von 41,4 Mio. €. Während die Kaufkraftbindungsquote in der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ mit 126 % in einer mittleren Größenordnung für ein saarländisches Mittelzentrum liegt, hat Neunkirchen in der Warengruppe „Gesundheits- und Körperpflege“ mit 183 % einen größeren Einzugsbereich.

periodischer Bedarf

Die Warengruppen des aperiodischen Bedarfs sind differenzierter zu betrachten: Auch hier wird in fast allen Warengruppen eine Kaufkraftbindung von mehr als 100 % erreicht, was bedeutet, dass per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in die Stadt fließt.

aperiodischer Bedarf

Eine Ausnahme bilden einige Warengruppen der Technik (siehe Tabelle 8 Warengruppe 7. bis 9.). Aufgrund der zunehmenden Bedeutung des Internethandels, die im Zusammenhang mit der Schließung des ProMarktes im Saarpark-Center steht, kann der aktuelle Einzelhandelsbestand in der Stadt Neunkirchen im Saldo nicht die gesamte Kaufkraft der Einwohner der Kreisstadt binden.

²² Quelle: GfK Nürnberg 2014

Tabelle 8: Kaufkraftbindung nach Warengruppen in der Kreisstadt Neunkirchen

Warengruppe	POS-Umsatz* (Mio. €)	Kaufkraft (Mio. €)	Kaufkraftbindungsquote (%)	Kaufkraftsaldo (Mio. €)
1. Lebensmittel / NuG	126,8	100,2	126,4	26,51
2. Gesundheits- und Körperpflege	33,0	18,1	182,6	14,94
Summe periodischer Bedarf	159,8	118,3	135,0	41,44
3. Bekleidung	81,7	17,0	481,2	64,70
4. Schuhe, Lederwaren	11,1	4,4	250,7	6,67
5. Einrichtungsbedarf	28,5	18,0	158,5	10,51
6. Hausrat, Glas, Porzellan	9,2	3,1	298,8	6,14
7. Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	7,4	7,7	97,1	-0,22
8. Unterhaltungselektronik	7,3	8,1	90,5	-0,77
9. Informationstechnologie	2,8	5,1	55,7	-2,25
10. Telekommunikation	3,3	1,8	181,9	1,51
11. Foto, Optik	5,0	4,7	107,4	0,35
12. Uhren, Schmuck	8,1	2,5	316,0	5,50
13. Bücher, Schreibwaren	10,0	9,2	108,8	0,81
14. Spielwaren, Hobbys	8,0	4,6	172,9	3,38
15. Sportartikel	21,6	3,6	598,3	17,99
16. Baumarktspezifisches Sortiment	36,1	24,9	145,2	11,26
17. Baby- und Kinderartikel	1,0	0,7	152,9	0,35
Summe aperiodischer Bedarf	241,3	115,4	209,2	125,94
Gesamt	401,1	233,7	171,6	167,39

*Umsatz am *Point of Sale* nach Warengruppen

Quelle: GfK (Kaufkraft) und Erhebungen (Markt und Standort + isoplan). Umsatz, Kaufkraftbindungsquote, Kaufkraftsaldo: eigene Berechnungen, Stand: 2015

Kaufkraftbindung im mittelzentralen Verflechtungsbereich

Im mittelzentralen Verflechtungsbereich der Kreisstadt Neunkirchen stand nach Angaben der GfK Nürnberg im Jahr 2014 einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Bevölkerung von 615,1 Mio. Euro ein POS-Umsatz von 547,9 Mio. Euro gegenüber. Per Saldo flossen rund 67,2 Mio. Euro oder 11 % der Kaufkraft in andere Verflechtungsbereiche ab. An erster Stelle ist das Oberzentrum Saarbrücken als Ziel der Kaufkraftabflüsse zu nennen, weiterhin die benachbarten Mittelzentren (St. Ingbert, Homburg, St. Wendel, Saarlouis).²³

Abflüsse aus dem mittelzentralen Verflechtungsbereich

Die Umsatzschätzung der eigenen Erhebung für den Einzelhandel in der Kreisstadt Neunkirchen übersteigt die Angaben der GfK. Aufgrund der besseren Vergleichbarkeit werden bei der Betrachtung des mittelzentralen Verflechtungsbereiches die GfK-Daten verwendet.

²³ Sekundärdaten zu Umsätzen der Gemeinden im Verflechtungsbereich Neunkirchens nach Warengruppen lagen nicht vor; eine warengruppenspezifische Berechnung der Kaufkraftbindung im mittelzentralen Verflechtungsbereich der Kreisstadt konnte daher nicht erstellt werden.

**Tabelle 9: Kaufkraftbindung im mittelzentralen Verflechtungsbe-
reich der Kreisstadt Neunkirchen**

Stadt/Gemeinde	einzel- handels- relevante Kaufkraft	Kaufkraft- index pro Kopf	POS-Umsatz	Kaufkraft- bindungs- quote	Kaufkraft- saldo
	Mio. €	% des Bun- desmittels	Mio. €	%	Mio. €
Neunkirchen	233,7	90,4	329,9	141,2	96,2
Ottweiler	80,3	96,4	30,0	37,4	-50,3
Spiesen-Elversberg	73,4	97,3	38,8	52,9	-34,6
Schiffweiler	82,0	91,5	62,8	76,6	-19,2
Merchweiler	53,2	92,8	44,6	83,8	-8,6
Illingen	92,5	97,5	41,8	45,2	-50,7
Summe	615,1	95,1	547,9	89,1	-67,2

Quelle: GfK-Nürnberg und eigene Berechnungen, Stand 2014

3.3 Entwicklungspotenzial des Einzelhandels

Tabelle 9 zeigt eine Bedarfslücke von rund 67 Mio. € Kaufkraft, die aus dem mittelzentralen Verflechtungsbereich von Neunkirchen abfließen. Angesichts dieses Abflusses von 11 % der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in andere Verflechtungsbereiche werden für die Entwicklung des Einzelhandels in der Kreisstadt Neunkirchen noch erhebliche Potenziale gesehen.

Bedarf

Entwicklungspotenziale

Betrachtet man die Kaufkraftbindung in den Grenzen der Kreisstadt Neunkirchen, erzielt der Einzelhandel nur in einigen Warengruppen der Technik keine Kaufkraftzuflüsse. Die Kaufkraftbindungen der einzelnen Warengruppen bewegen in völlig unterschiedlichen Größenordnungen.

Bei der Entwicklung des Einzelhandelsangebots in der Kreisstadt Neunkirchen geht es um das Schließen der festgestellten Bedarfslücke und um eine bessere Positionierung im Wettbewerb mit den benachbarten Mittel- und Oberzentren.

bessere Positionierung im Wettbewerb

Ziel der Einzelhandelsentwicklungspolitik der Kreisstadt Neunkirchen ist vor diesem Hintergrund, die qualitativen und quantitativen Wettbewerbsnachteile gegenüber konkurrierenden Mittelzentren durch gezielte Ausweitungen ihres Einzelhandelsangebots zu überwinden. Dies gilt sowohl für den periodischen Bedarf wie auch für den aperiodischen Bedarf.

3.3.1 Waren des periodischen Bedarfs

Aufgrund ihrer mittelzentralen Anziehungskraft erzielt die Kreisstadt Neunkirchen sowohl für Nahrungs- und Genussmittel als auch für Waren der Gesundheits- und Körperpflege per Saldo Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland. Diese sind in der Warengruppe jedoch nicht mit den Werten von Saarlouis, Völklingen, Homburg oder St. Wendel vergleichbar. Neunkirchen fehlt im Gegensatz zu den genannten Städten als einziger Kreisstadt im Saarland ein großes SB-Warenhaus mit einem qualitativ angemessenen breiten und tiefen mittelzentralen Angebot. Der Verbrauchermarkt Kaufland kann diese Funktion sowohl qualitativ wie auch quantitativ nicht ausfüllen.

Darüber hinaus ist die Nahversorgung der Stadtteile höchst unterschiedlich. Durch neue Ansiedlungen (Netto Kuchenbergstraße und Süduferstraße) konnte die Nahversorgung punktuell verbessert werden. Eine weitere Ausweitung des Angebots für Waren des periodischen Bedarfs in Neunkirchen sollte nicht nur der Steigerung der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland dienen, sondern dort, wo es möglich und ökonomisch tragfähig ist, auch einer Verbesserung der

Verbesserung der Nahversorgung

wohnnahen Grundversorgung in den verbleibenden unterversorgten Wohngebieten in den einzelnen Stadtteilen.

In einigen unterversorgten Bereichen der Kreisstadt Neunkirchen ist eine stationäre wohnungsnah Versorgung mit Waren des periodischen Bedarfs aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte und -zahl unter den heutigen betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht mehr möglich. Hier muss über andere Lösungen zur Versorgung der immobilen Bevölkerung nachgedacht werden (Lieferservice, Nachbarschaftshilfe, ambulanter Handel, Kombination von verschiedenen Dienstleistungen und Handel in kleinen Formaten, usw.).

Im Einzelhandelskonzept von 2011 wurden Potenziale für neue Geschäfte berechnet. Die damaligen Berechnungen zeigten Potenziale für je einen Supermarkt zur Nahversorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren in der Größenordnung von 600 bis 800 m² in den Stadtteilen Furchach, Hangard, Kohlhof, Ludwigsthal, Wiebelskirchen und Münchwies auf. In allen anderen Stadtteilen war das vorhandene Kaufkraftpotenzial nicht groß genug.

Es zeigte sich, dass diese Größenordnung heute bei den bekannten Betreibern nicht mehr gefragt ist. Von den angedachten Vorhaben wurde einzig in Wiebelskirchen ein neuer Markt realisiert, welcher nun die Nahversorgung im Bereich zwischen City und Ortskern von Wiebelskirchen verbessert. Die anderen Vorschläge konnten nicht realisiert werden.

3.3.2 Waren des aperiodischen Bedarfs

Die Berechnung der Kaufkraftbindung im mittelzentralen Verflechtungsbereich Neunkirchens zeigt folgende Erweiterungspotenziale für Waren des aperiodischen Bedarfs:

Erweiterungspotenzial besteht vor allem in den in Kapitel 3.2.4 aufgeführten Warengruppen mit Kaufkraftabflüssen. In den Warengruppen Elektro-Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie fließen in Summe rund 3,2 Mio. € in das Umland bzw. das Internet ab.

Zudem besteht in den Warengruppen mit geringen Kaufkraftbindungsquoten wie Foto, Optik (108 %) sowie Bücher und Schreibwaren (109 %) Erweiterungspotenzial. Selbst in den Warengruppen bau-marktspezifisches Sortiment, Baby-/ Kinderartikel und Einrichtungsbedarf sind die Kaufkraftbindungen mit 145 bis 159 % für ein Mittelzentrum vergleichsweise niedrig. Um das Erweiterungspotenzial in den einzelnen Warengruppen zu quantifizieren, sind im Einzelfall aktuelle Erhebungen aller Wettbewerber im Einzugsbereich Neunkirchens durchzuführen.

*Warengruppen
Quantifizierung im
Einzelfall*

3.4 Räumliche Zentrenstruktur

3.4.1 Typisierung von Einzelhandelsstandorten

Zur Darstellung der räumlichen Einzelhandelsstruktur Neunkirchens wurden die Einzelhandelsstandorte nach Lage und funktionalen Merkmalen typisiert und sieben unterschiedlichen Standorttypen zugeordnet. Tabelle 10 zeigt deren räumliche Verteilung:

Standorttypen

Tabelle 10: Typisierung der Einzelhandelsstandorte in der Kreisstadt Neunkirchen

Standorttyp	Lage in Stadtteil	Charakterisierung
City Zentraler Versorgungsbereich i.S. v. § 11 (3) BauNVO	Neunkirchen-Innenstadt	integrierte Lage mit großer Sortimentsbreite und -tiefe Schwerpunkt auf innenstadtrelevanten und mittelzentralen Sortimenten inhabergeführte Fachgeschäfte, Filialisten, Waren- und Kaufhäuser sowie Fachmärkte mit z.T. spezialisierten und/oder hochwertigen Sortimenten Hauptzentrum mit großem Einzugsgebiet über die Grenzen der Stadt hinaus Ballung weiterer Funktionen (Dienstleistung, Kultur etc.) stabile Geschäftslagen
City-Randbereich	Neunkirchen-Innenstadt	überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte, geringer Anteil Filialisten geringere Einzelhandelsdichte als in der City Häufung von Ladenleerständen
Nebenzentren Zentrale Versorgungsbereiche i.S. v. § 11 (3) BauNVO	Oberer Markt Wiebelskirchen Furpach	zentraler Versorgungsbereich zur Versorgung des eigenen Stadtteils bzw. Quartiers ergänzende Versorgungsfunktion zur City räumliche Agglomeration an integrierten Standorten Zentrenrelevante Sortimente Fachgeschäfte, Discounter, Vollsortimenter, Fachmärkte, auch großflächig (REWE, Wasgau, Aldi)
Fachmarktzentren	Innenstadt (Randlagen), Wellesweiler	nicht integrierte Lage überwiegend Fachmärkte mit preisorientierten Angeboten und Selbstbedienung Mischung aus zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten, sowohl täglicher als auch aperiodischer Bedarf Expansionstendenz
Solitärstandorte	Innenstadt Wellesweiler	großflächige Einzelmärkte überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente (Möbel, Baumarkt, Sonderposten u.ä.) nicht integrierte, verkehrsgünstige Lage an Ausfallstraßen Trend: stabil; teilweise Trend zur Fachmarktzentrumsbildung
Nahversorgungsstandorte i. S. v. § 11 (3) BauNVO schützenswert	Innenstadt (Mantes-la-Ville-Platz; Ring-/Süduferstr.) Wiebelskirchen (Schillerstr.; Kuchenbergstr.) Hangard Münchwies	Schwerpunkt auf Nahversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Waren der Gesundheits- und Körperpflege; Zeitungen/Zeitschriften; Blumen) keine sonstigen zentrenrelevanten Waren in Wohngebiet integrierte Lage auch großflächige Angebotsformen
Sonstige Einzelhandelsstandorte	Innenstadt Wiebelskirchen Kohlhof	vereinzelt den o.g. Kategorien nicht zuordenbare Einzelhandelsstandorte außerhalb der genannten Zentren

Tabelle 11: Verkaufsfläche nach Standorttypen

Standorttyp	Verkaufsfläche	Anteil in %
City (Zentraler Versorgungsbereich)	53.465	40,4
Fachmarktzentren	47.056	35,6
Solitärstandorte	8.900	6,7
Nebenzentren (ZVBs)	7.185	5,4
sonstige Nahversorgungsstandorte	6.150	4,7
Sonstige Standorte	9.440	7,1
Summe Kreisstadt Neunkirchen	132.196	100,0

Quelle: Eigene Erhebung (8/2015) und Berechnung

Im Hinblick auf die zukünftige Beurteilung der Verträglichkeit geplanter Einzelhandelseinrichtungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO, d.h. der Frage, ob neu beantragte Einrichtungen des Einzelhandels als „zentrenschädlich“ einzustufen sind, wurde bereits 2011 eine klare Abgrenzung der existierenden zentralen Versorgungsbereiche in der Kreisstadt Neunkirchen vorgenommen und 2015 verifiziert.

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Der Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen genießt nach BauGB, BauNVO und Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“ einen besonderen Schutz.²⁴ Der Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ wird in diesen Quellen nicht abschließend definiert. Die Rechtsprechung gibt jedoch mittlerweile einen eindeutigen Rahmen für die Begriffsdefinition:

Definition

„Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde - ggf. auch nur eines Teils des Gemeindegebiets - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind.“²⁵

Ein „zentraler Versorgungsbereich“ umfasst demnach den Bereich, in dem Handel, Dienstleister, Verwaltungen und sonstige zentralörtliche Einrichtungen konzentriert sind und gegenüber der Wohnfunktion eine übergeordnete Rolle spielen.

Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist (Stadtteilzentrum), kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den

Stadtteilzentren

²⁴ §§ 2 (2), 5 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB; § 11 (3) BauNVO; Kap. 2.5.2 / Ziel 45 LEP Siedlung Saarland

²⁵ BVerwG, Urteile 4 C1.08 und 4 C2.08 vom 17.12.2009

unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.²⁶

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich macht diesen allein jedoch noch nicht zu einem „zentralen“ Versorgungsbereich. *Nicht* als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen sind nach dem BVerwG-Urteilen von 2009 weiterhin:²⁷

Abgrenzung zu sonstigen Standorttypen

- Standortbereiche mit nur noch rudimentärem Einzelhandelsbesatz, der keine Zentralität im Sinne der Kernaussagen des BVerwG-Urteils ausübt
- eindeutig nicht integrierte Fachmarktlagen
- isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen.

Der gesetzliche Schutz zentraler Versorgungsbereiche erfordert deren exakte (parzellenscharfe) Abgrenzung. Der Gesetzgeber hat keine Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche benannt. Abgrenzungskriterien können jedoch aus der Rechtsprechung und der Kommentierung des BauGB hergeleitet werden. Danach ist ein zentraler Versorgungsbereich ein Bereich mit einer breiten Palette von Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten ohne wesentliche Unterbrechungen. Grundstücke, die mit dem zentralen Versorgungsbereich durch die vorhandenen Nutzungen unmittelbar verknüpft sind, können von diesem nicht abgetrennt werden. Eine Unterbrechung von 50 m stellt keine Zäsur dar.²⁸

Rechtsprechung

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche liegt nicht im Ermessen des Planers, sondern hat sich an objektiv nachweisbaren Nutzungen zu orientieren. Für das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Anlehnung an die Kernaussagen des BVerwG-Urteils, weiterer Urteile²⁹ und der Kommentierungen des BauGB³⁰ die konkrete Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche daher anhand der folgenden städtebaulichen und funktionalen Kriterien vorgenommen:

verwendete Abgrenzungskriterien

²⁶ ebenda

²⁷ ebenda

²⁸ BVerwG 4 B 5.09, Beschluss vom 12.02.2009

²⁹ insbesondere OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 6. November 2008, Az. 10 A 1512/07

³⁰ z.B. Spannowsky/Uechtritz: BauGB Kommentar 2014, S. 632f

- städtebaulich integrierte Lage im Zentrum der Stadt oder eines Stadtteils
- einheitliche städtebauliche und räumliche Struktur ohne Zäsuren
- besondere Gestaltung des öffentlichen Raums
- hohe Dichte von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen mit einem über den ZVB hinausgehenden Einzugsbereich (Erdgeschossnutzung < 50% Wohnnutzung)
- Magnetbetriebe, die eine hohe Kundenfrequenz hervorrufen
- fußläufige Erreichbarkeit
- entsprechende Festsetzung in der Bauleitplanung.

Flächen für den Gemeinbedarf sind nicht notwendigerweise auf eine Lage in zentralen Versorgungsbereichen angewiesen, können aber hinzugerechnet werden, wenn sie innerhalb des so abgegrenzten Bereichs liegen.

In Neunkirchen können zwei Typen zentraler Versorgungsbereiche mit unterschiedlicher Reichweite unterschieden werden:

Typen zentraler Versorgungsbereiche

Hauptzentrum: Innenstadt von Neunkirchen mit einem mittelzentralen Einzugsbereich

Nebenzentren (Stadtteilzentren): Bereich „Oberer Markt“ im Stadtteil Neunkirchen-Innenstadt sowie die Ortskerne von Wiebelskirchen und Furchach mit lokaler und teilstädtischer Bedeutung, einem Schwerpunkt auf der Nahversorgung und ergänzenden Sortimenten/Dienstleistungen (siehe Pläne in den folgenden Abschnitten). Die anderen Stadtteile verfügen nicht über ein ausreichendes Einzelhandelsangebot, das die Ausweisung weiterer zentraler Versorgungsbereiche gerechtfertigt erscheinen ließe.

3.4.2 City Neunkirchen

Die Kreisstadt Neunkirchen hat in den letzten drei Dekaden mit ihrer Stadtentwicklungspolitik den räumlichen Strukturwandel der Innenstadt von einer lang gestreckten Bandstruktur zu einer kompakten City vorangetrieben. Mit der Ansiedlung des Saarparkcenters am Stummplatz erfuhr das Zentrum eine erhebliche Aufwertung, während die Randbereiche (obere Bahnhofstraße, Hüttenberg südlich Marienplatz) an Bedeutung verloren.

Zentraler Versorgungsbereich City

Der zentrale Versorgungsbereich in der City Neunkirchen, in dem bei der Erdgeschossnutzung ganz überwiegend Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe dominieren, umfasst heute das folgende Gebiet (vgl. Abbildung 9):

- Untere Bahnhofstraße (Lindenallee bis Wilhelmstraße)
- Bliespromenade, Lübbener Platz
- Lindenallee zwischen Decathlon und ehem. Fa. Ruffing
- Stummplatz mit Pasteur-, Hebbel- und Stummstraße einschl. Saarpark-Center
- Gustav-Regler-Straße mit Wasserturm und Gasgebläsehalle
- Unterer Markt
- Hüttenbergstraße zwischen Unterem Markt und Marienplatz.

Das Saarpark-Center ist mit seinen rund 28.000 m² Einzelhandelsverkaufsfläche in über 100 Einzelhandelsgeschäften (vor allem Filialisten) zusammen mit dem benachbarten und über einen Übergang angeschlossenen Kaufhof-Warenhaus der zentrale Anziehungspunkt der Neunkircher City. Der Bereich rund um den Kaufhof und das Saarpark-Center bildet den Mittelpunkt des zentralen Versorgungsbereiches. Durch den 2011 eröffneten Sportartikel-fachmarkt „Decathlon“ wurde die City nach Westen bis an die Gustav-Regler-Straße erweitert.

In der Hüttenberg- und Bahnhofstraße am Rand der City dominieren vorwiegend inhabergeführte Geschäfte. Mit der Entfernung zum Saarpark-Center nehmen die Dichte zentraler Einrichtungen und die Attraktivität der Geschäfte ab. In den Randbereichen der City häufen sich Ladenleerstände, nördlich der Wilhelmstraße und südlich des Marienplatzes überwiegt die Wohnnutzung.

Die Kreisstadt Neunkirchen hat umfangreiche Anstrengungen zu einer Aufwertung der zentrumsnahen Randbereiche der City unternommen. Der Einkaufsstandort rund um den Lübbener Platz wurde durch eine Erneuerung des Straßenbelags und der Möblierung in den Bereichen Bliespromenade und Untere Bahnhofstraße erneuert und so der Einkaufsstandort rund um den Lübbener Platz stark attraktiviert.

An der Bliespromenade wird derzeit das leer stehende Gebäude (ehemals Textilkaufhaus Sinn-Leffers) neben dem Bekleidungskaufhaus Adler renoviert. Nach der Fertigstellung eröffnet hier ein Woolworth mit etwa 1000 m².



Saarpark-Center



Lübbener Platz



Decathlon



Untere Bahnhofstraße

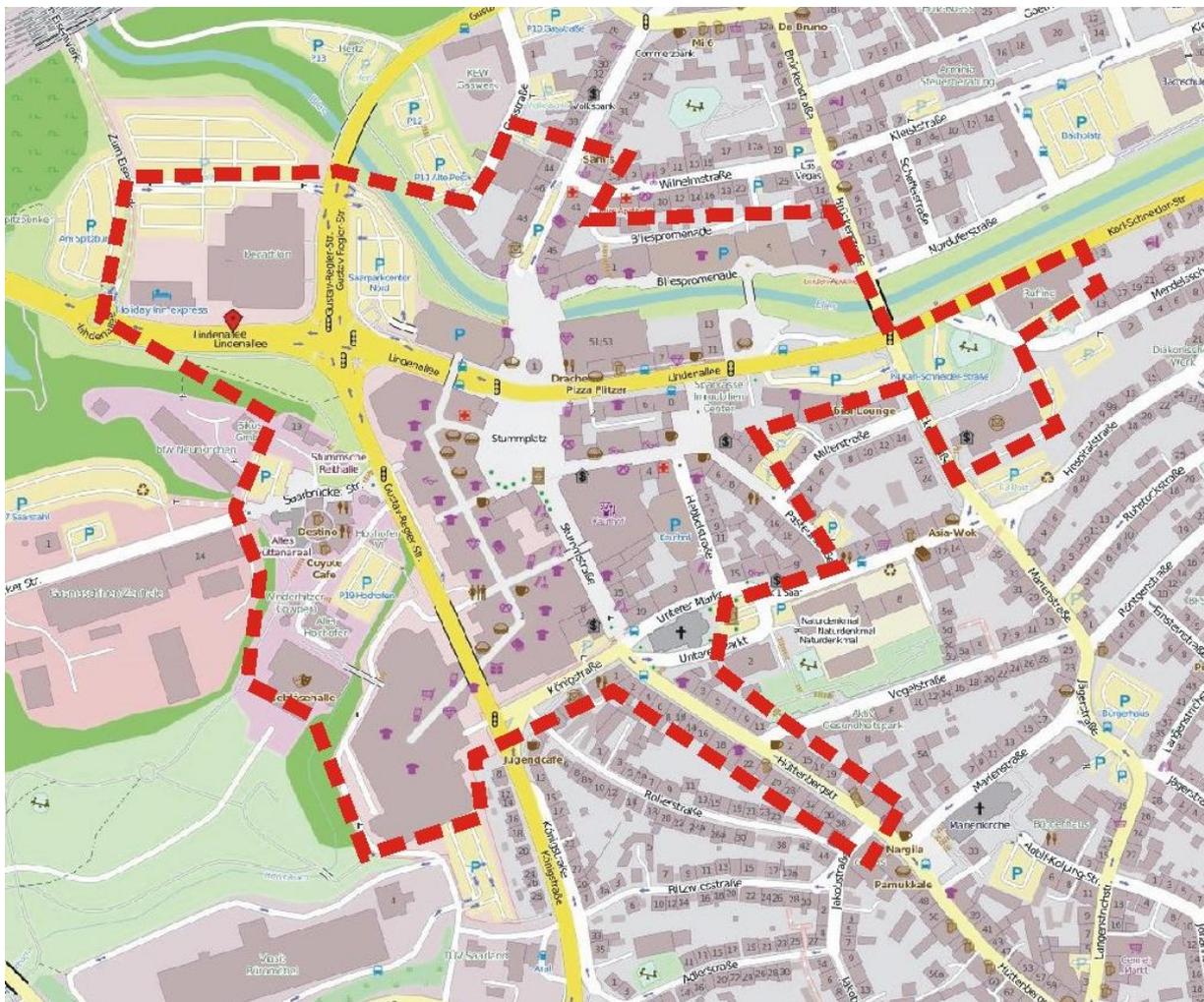


Bliespromenade

Zum Erhebungszeitraum wurden im zentralen Versorgungsbereich von Neunkirchen inklusive dem bald eröffnenden Woolworth 182 Einzelhandelseinrichtungen betrieben, was rund 50 % der Gesamtanzahl der Geschäfte der Kreisstadt entspricht. Auf einer Verkaufsfläche von rund 53.500 m² wird ein Jahresumsatz von 172,5 Mio. Euro erzielt. Branchenschwerpunkt mit über der Hälfte der Verkaufsfläche sind die Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren. 59 Geschäfte führten „Bekleidung“ als Hauptsortiment, 13 weitere Schuhe und Lederwaren. 43 % des Einzelhandelsumsatzes im ZVB werden mit Bekleidung erzielt, mit Schuhen und Lederwaren weitere 6 %.

Einzelhandelsnutzung in der City

Abbildung 9: Zentraler Versorgungsbereich in der City Neunkirchen



Plangrundlage: © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC BY-SA, www.openstreetmap.org und www.creativecommons.org. Plan unmaßstäblich verkleinert.

Neben den Geschäften mit mittelzentralem Warenangebot gibt es im zentralen Versorgungsbereich in Neunkirchen 40 Geschäfte, die im Hauptsortiment Waren des periodischen Bedarfs führen, darunter 24 „Nahrungs- und Genussmittel“ mit einer Verkaufsfläche von rund

periodischer Bedarf

3.200 m² und Umsätzen von knapp 13,2 Mio. Euro. 16 Geschäfte mit dem Hauptsortiment „Gesundheits- und Körperpflege“ erwirtschafteten auf einer Verkaufsfläche von 4.200 m² rund 21,4 Mio. Euro Umsatz.

Trotz der hohen mittelzentralen Bedeutung der City gab es Mitte 2012 im ZVB 12 leer stehende Ladenlokale mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.150 m². Der größte Teil hiervon entfällt auf das ehemalige Sinn-Leffers-Gebäude in der Bliespromenade, in dem demnächst Woolworth eine Filiale eröffnen wird.

Leerstände

Tabelle 12: Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich City Neunkirchen

Warengruppe	Anzahl Geschäfte (nach Hauptsortiment)	Verkaufsfläche*	Umsatz*
		m ²	Tsd. €
1. Nahrungs- und Genussmittel	24	3.237	13.190
2. Gesundheits- und Körperpflege	16	4.219	21.394
Summe periodischer Bedarf	40	7.456	34.584
3. Bekleidung	59	24.139	73.442
4. Schuhe, Lederwaren	13	4.054	10.546
5. Einrichtungsbedarf	6	2.571	5.315
6. Hausrat, Glas, Porzellan	10	1.978	4.635
7. Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	1	525	1.417
8. Unterhaltungselektronik	3	260	1.049
9. Informationstechnologie	1	40	212
10. Telekommunikation	13	437	2.080
11. Foto, Optik	8	681	4.142
12. Uhren, Schmuck	9	1.340	7.688
13. Bücher, Schreibwaren	10	1.704	6.368
14. Spielwaren, Hobbys	0	1.542	4.479
15. Sportartikel	4	6.200	14.839
16. Baumarktspezifisches Sortiment	5	476	1.382
17. Baby- und Kinderartikel	0	64	304
Summe aperiodischer Bedarf	142	46.009	137.897
Gesamt	182	53.465	172.482
Anteil von Gesamtstadt in %	50,4	40,4	43,0

Quelle: Begehung Markt und Standort + isoplan, Berechnung: isoplan.

*Der Umsatz von Geschäften, die mehrere Warengruppen führen, wurde anhand der jeweiligen Verkaufsflächen auf die verschiedenen Warengruppen aufgeteilt.

3.4.3 Nebenzentren

In der Kreisstadt Neunkirchen gibt es drei Nebenzentren, in denen zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt wurden:

- Oberer Markt (Stadtteil Innenstadt)
- Ortskernen von Wiebelskirchen
- Ortskern von Furpach.

Zentraler Versorgungsbereich Wiebelskirchen

Im Ortskern von Wiebelskirchen besteht das Nebenzentrum aus 14 Geschäften mit einer Gesamtverkaufsfläche von über 3.000 m². Neben zwei Lebensmittel-Vollsortimentern (REWE und Wasgau) gibt es hier zwei Bäcker, zwei Apotheken, einen Metzger, einen Blumenladen, ein Fahrradgeschäft sowie mehrere Bekleidungsgeschäfte. Neben dem REWE-Markt in der Wibilostraße sind der Marktplatz mit Stadtbücherei und Sparkasse und der Wasgau-Markt die wichtigsten Anlaufpunkte.

Der zentrale Versorgungsbereich im Zentrum von Wiebelskirchen erstreckt sich von der Blies im Norden über die Wibilostraße und die Kuchenbergstraße bis zur Bexbacher Straße. Hinzu kommen der Ostteil der Keplerstraße und der Wasgau-Markt westlich der Kuchenbergstraße. Abgrenzungskriterium ist die vorhandene Nutzungsdichte der Erdgeschosses für Einzelhandel und Dienstleistungen in Relation zur Wohnnutzung.

Zentraler Versorgungsbereich

Die derzeit untergenutzte Fläche rund um den Festplatz wird als potenzielle Erweiterungsfläche für Einzelhandel vorgesehen.

Erweiterungsfläche



Marktbereich Wiebelskirchen



REWE Wibilostraße

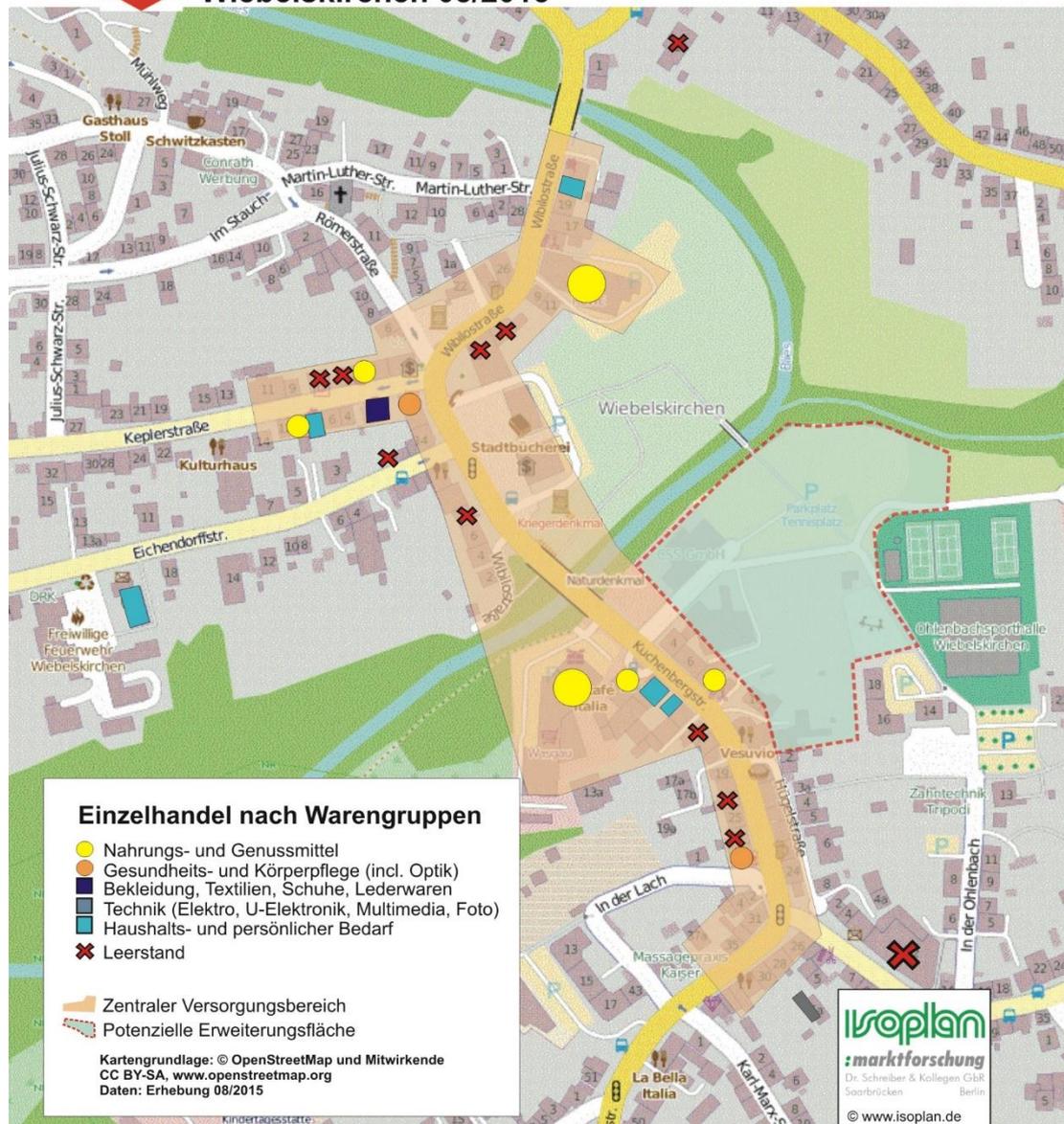


Wasgau Kuchenbergstraße

Abbildung 10: Zentraler Versorgungsbereich Wiebelskirchen



**Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich
Wiebelskirchen 08/2015**



Zentraler Versorgungsbereich Furpach

Im Stadtteil Furpach bilden die vorhandenen Einzelhandelsgeschäfte ebenfalls ein kleines Nebenzentrum. Ein Vollsortimenter, eine Drogerie, zwei Bäcker, ein Lottoladen, eine Tankstelle sowie eine Apotheke sind hier der aktuelle Einzelhandelsbestand.

*kleines
Nebenzentrum*

Im Stadtteil Furpach erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich zwischen Limbacher Straße und Sebachstraße / Karcherstraße entlang der Ludwigsthaler Straße. Der Kindergarten in der Sebachstraße und das Geschäft in der Ludwigsthaler Straße 4 bilden die nördliche Grenze, das Hotel und Cafe südlich der Limbacher Straße die südliche Grenze des ZVB.

*räumliche
Ausdehnung*

Der Ruffing-Lebensmittelvollversorger und -Getränkemarkt im Kohlhofweg ist als einziger Lebensmittelmarkt für die örtliche Nahversorgung in den Stadtteilen Furpach, Kohlhof und Ludwigsthal von großer Bedeutung. Die Sparkasse und eine Volksbank sowie ein Drogeriegeschäft mit verschiedenen ergänzenden Sortimenten sind weitere Angebote im ZVB Furpach.

*Lebensmittel-Nah-
versorgung*

Östlich des Lebensmittelmarktes Ruffing schließt sich eine derzeit ungenutzte Fläche im Eigentum der Stadt an, die als potenzielle Erweiterungsfläche für den zentralen Versorgungsbereich zur Verfügung steht.

Erweiterungsfläche



Furpach: Ruffing-Lebensmittelmarkt



Ruffing-Getränkemarkt

Abbildung 11: Zentraler Versorgungsbereich Furpach



Plangrundlage: © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC BY-SA, www.openstreetmap.org und www.creativecommons.org. Plan unmaßstäblich verkleinert.

Zentraler Versorgungsbereich Oberstadt

Im Stadtteil Innenstadt gibt es südlich der City ein Nebenzentrum im Bereich Oberer Markt im Umfeld des Rathauses mit insgesamt 19 Geschäften, die durch verschiedene Dienstleister und zentrale Funktionen (Rathaus) ergänzt werden. Ein Aldi-Discounter und ein Markt für südländische Lebensmittel sichern die wohnungsnah Grundversorgung für die umgebenden Wohngebiete. Das Angebot des Nebenzentrums reicht über Waren des täglichen Bedarfs hinaus. Neben zwei Bäckern und einem Blumenladen gibt es am Oberen Markt u.a. auch ein Einrichtungsgeschäft sowie Tabak- und Elektroangebot. Die folgende Abbildung zeigt die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Oberer Markt.

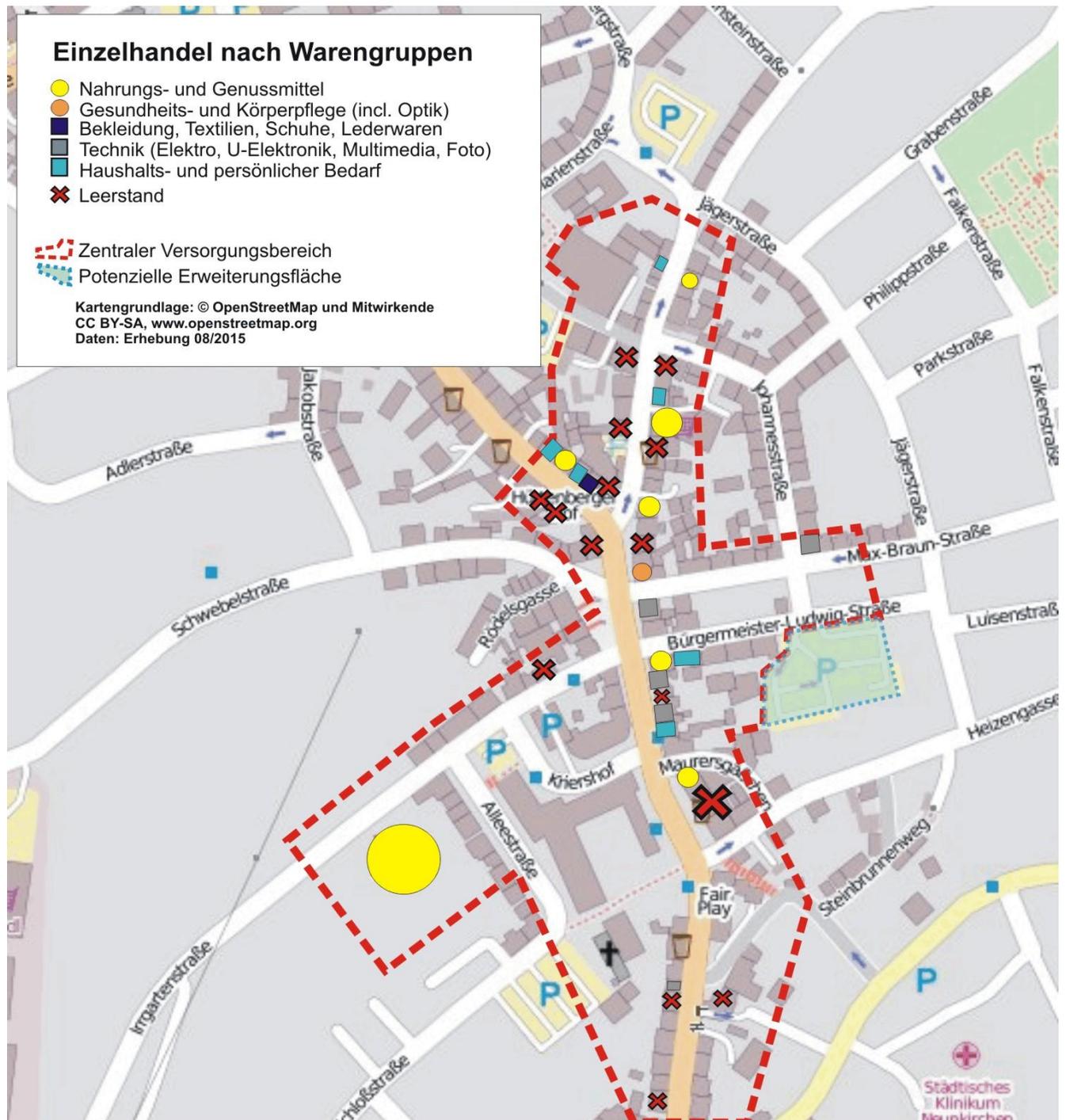
Ausstattung

zentraler Versorgungsbereich

Trotz zahlreicher Anstrengungen zur gestalterischen Aufwertung gibt es nach wie vor viele Ladenleerstände im Umfeld des Oberen Marktes. Im August 2015 wurden in dem abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich 16 leer stehende Ladengeschäfte erfasst. 2015 wurde der WASGAU-Markt am Oberen Markt geschlossen.

Leerstände

Abbildung 12: Zentraler Versorgungsbereich Oberer Markt



Plangrundlage: © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC BY-SA, www.openstreetmap.org und www.creativecommons.org. Plan unmaßstäblich verkleinert.

3.4.4 Nahversorgungsstandorte

Die Lebensmittelmärkte in den oben beschriebenen zentralen Versorgungsbereichen und Fachmarktzentren reichen nicht aus, um für die gesamte Wohnbevölkerung Neunkirchens eine wohnungsnah Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Waren der Körper- und Gesundheitspflege) zu gewährleisten. Darüber hinaus gibt es „Nahversorgungsstandorte“, das sind Lebensmittelgeschäfte ab einer Verkaufsfläche von 200 m², die außerhalb der oben dargestellten zentralen Versorgungsbereiche und Fachmarktzentren liegen.

*wohnungsnah
Grundversorgung mit
täglichem Bedarf*

Insgesamt gab es im August 2015 in der Kreisstadt Neunkirchen zwanzig größere Lebensmittelmärkte (ab 450 m² Verkaufsfläche), zwei kleinere Lebensmittelgeschäfte (200 - 250 m²) und einen Getränkefachmarkt (400 m²). Setzt man einen Radius von 600 Metern als Grenze für die fußläufige Erreichbarkeit dieser Märkte an, wird ein Großteil der bebauten Flächen der Stadtteile Furpach, Hangard, Innenstadt, Wellesweiler und Wiebelskirchen durch mindestens einen fußläufig erreichbaren Lebensmittelmarkt versorgt. Insgesamt leben rund drei Viertel der Einwohner der Kreisstadt Neunkirchen in fußläufiger Nähe eines vollwertigen Nahversorgungsangebotes.

*fußläufige
Erreichbarkeit*

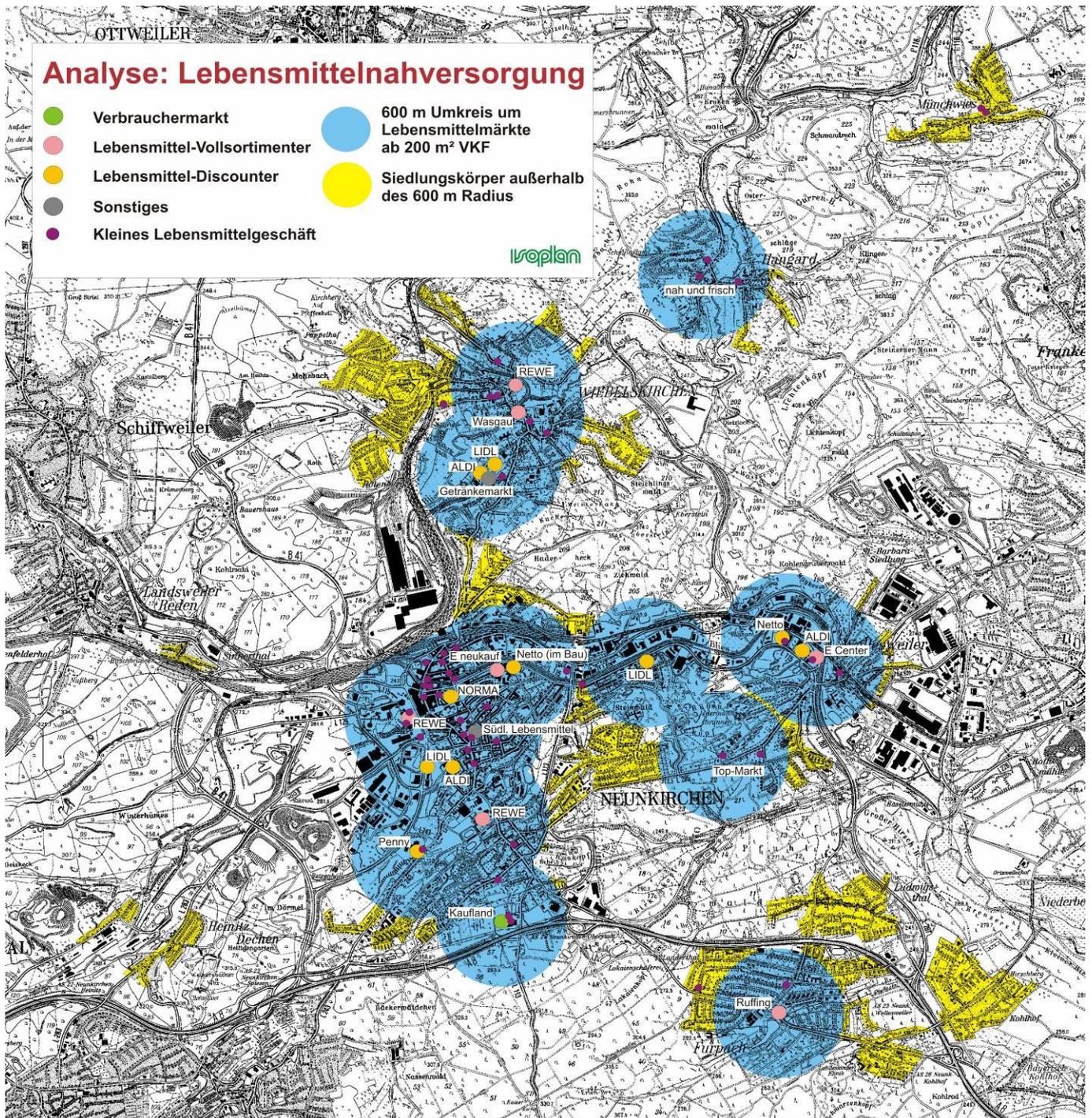
Die in Abbildung 13 gelb dargestellten Wohngebiete verfügen nicht über einen Lebensmittelmarkt in fußläufiger Entfernung. Betroffen sind Wohngebiete am Rand von Wiebelskirchen, Teile von Wellesweiler und Teile des Stadtteils Innenstadt („Vogelsiedlung“ um den Storchenplatz; Wohnquartiere nördlich der Eisenbahn und die südlichen Wohnbereiche). In den Stadtteilen Heinitz, Ludwigsthal, Kohlhof, Sinnerthal und Münchwies gibt es keine Lebensmittelmärkte. Die rudimentäre Grundversorgung in Münchwies umfasst lediglich einen Bäcker und einen Metzger. Der nächste größere Lebensmittelmarkt findet sich im Ortsteil Frankenholz der Nachbarstadt Bexbach (E-Aktivmarkt). In Sinnerthal gibt es nach der Schließung des Baumarktes auch die ehemals mit an diesem Standort angesiedelten Nahversorgungsgeschäfte nicht mehr. In den Stadtteilen Heinitz, Kohlhof und Ludwigsthal fehlen ebenfalls entsprechende Nahversorgungsangebote. Die nächsten Lebensmittelmärkte liegen in folgenden Orten:

*Lücken in der wohn-
nahen Versorgung*

Tabelle 13: Nächste Nahversorgungsstandorte für unterversorgte Stadtteile

Stadtteil	nächster Nahversorgungsstandort
Ludwigsthal	Furpach
Kohlhof	Furpach
Sinnerthal	Landsweiler-Reden und Innenstadt von Neunkirchen
Heinitz	Spiesen-Elversberg und Innenstadt Neunkirchen
Münchwies	Frankenholz (Stadt Bexbach)

Abbildung 13: Lebensmittelnahversorgung in der Kreisstadt Neunkirchen



Quelle: Erhebung 08/2015, Kartengrundlage: TK25, Landesamt für Kataster-, Vermessungs- und Kartenwesen

Zwei Nahversorger für die umliegenden Wohngebiete befinden sich im Stadtteil Innenstadt in der Ringstraße (NETTO Süduferstraße; Lebensmittel-Vollsortimenter Kunzler). Der wohnnahen Nahversorgung des südlichen Innenstadtbereichs dient ein REWE-Vollsortimenter am Standort des ehemaligen Hallenbades am Mantes-La-Ville-Platz. Da-

*Nahversorger in der
Innenstadt*

neben gibt es entlang der Zweibrücker Straße und deren Querstraßen einen Blumenladen und einen Bäcker. Der ehemalige Lebensmittel-Discounter (Penny) in der Hohlstraße steht nach wie vor leer.



E aktiv Markt an der Ringstraße



Leerstand Penny Hohlstraße

Zwischen Innenstadt und Wiebelskirchen wird 2015 eine Lücke durch einen NETTO-Markt geschlossen (Kuchenbergstr. / Ecke Wilhelm-Heinrich-Str.). Im Stadtteil Wiebelskirchen bilden in der Schillerstraße zwei Lebensmittel-Discounter (Aldi und Lidl) zusammen mit einem Getränkemarkt einen weiteren Nahversorgungsstandort außerhalb des Ortskerns. Sie dienen der örtlichen Nahversorgung der umgebenden Wohnbebauung, werden aber auch von Bewohnern des weiteren Umfeldes angefahren.

Wiebelskirchen



Aldi Schillerstraße



LIDL Schillerstraße

Der Nahversorgungsstandort in Hangard besteht aus einem kleinen Lebensmittelmarkt („nah und frisch“) mit rund 200 m² Verkaufsfläche, zwei Bäckern, einem Lottoladen und einem Bekleidungsgeschäft. Die Geschäfte sind nicht in einem engen räumlichen Zusammenhang angeordnet, so dass nicht von einem zentralen Versorgungsbereich gesprochen werden kann.

Hangard

Ein kleiner Lebensmittelmarkt („Top-Markt“) versorgt das Wohngebiet Wellesweiler-Süd (Rosenstraße) mit seinen Geschosswohnungsbauten und den umliegenden Ein- und Zweifamilienhäusern.

Wellesweiler

3.4.5 Fachmarktzentren und Solitärstandorte

Über ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche der Kreisstadt Neunkirchen befindet sich in fünf Fachmarktzentren in nicht integrierten Lagen. Dort werden auch zentrenrelevante Waren angeboten. Insgesamt haben die fünf Standorte eine Verkaufsfläche von rund 46.900 m², das entspricht 36 % der gesamten Verkaufsfläche in der Kreisstadt Neunkirchen. Im Vergleich zu anderen Mittelstädten des Saarlandes ist dieser Anteil aufgrund des zentral gelegenen Saarpark-Centers und der auch darüber hinaus verkaufsflächenstarken City vergleichsweise moderat.

36% der Verkaufsfläche in Fachmarktzentren

Die größte nicht integrierte Fachmarkttagglomeration der Kreisstadt Neunkirchen befindet sich in der Bliesstraße. Das Fachmarktzentrum an der Bliesstraße im Stadtteil Innenstadt besteht aus einem Baumarkt (Obi) und 10 weiteren Fachmärkten mit den Schwerpunkten Bekleidung (KIK, Takko, Vögele), Lebensmittel (Lidl), Drogeriewaren (dm), Tierbedarf (HeimTier Zentrum), Dekoration (Dekoparadies), Autbedarf (Reifen Shop und Autoteile Brück) sowie einem Fachmarkt für Babybedarf. Zusammen haben die Märkte eine Gesamtverkaufsfläche von über 15.200 m².

Bliesstraße

Die Gesamtverkaufsfläche im Gewerbegebiet „Am Gneisenauflöz“ an der Westspange beträgt über 12.700 m² und verteilt sich auf zwölf Märkte. Neben einem Möbelfachmarkt (Möbel Boss) und einem Einrichtungsmarkt (Dänisches Bettenlager) gehören ein Matratzen-Discounter (Conrad) und ein Küchenmöbelgeschäft (Schmitt) zum Angebot an diesem Standort.

Am Gneisenauflöz



Fachmarktzentrum Westspange / Gneisenauflöz



Dänisches Bettenlager



Rofu Kinderland



Würth, Matratzen Conrad

Ein Fachmarkt für Sportzubehör (Sport Pur), ein Lebensmittel-Discounter (Lidl), ein Feinkostladen (Jacopini), ein Spielzeugfachmarkt (Rofu-Kinderland) sowie drei weitere Märkte mit baumarktspezifischem Angebot vervollständigen das Angebot am Standort Gneisenaufloz.

Das drittgrößte Fachmarktzentrum mit insgesamt rund 9.500 m² Verkaufsfläche liegt im Stadtteil Innenstadt an einem nicht integrierten Standort an der Kirkeler Straße. Es setzt sich aus einem Verbrauchermarkt (Kaufland), einem Elektrofachmarkt (Media Markt) sowie drei kleinen ergänzenden Geschäften (Bäcker, Metzger, Lottoladen) zusammen. Die Agglomeration hat insgesamt rund 9.500 m² Verkaufsfläche. Ende 2015 wird dort darüber hinaus ein Fachmarkt für Pferdezubehör mit eröffnet.

Kirkeler Straße

Das Fachmarktzentrum an der Unteren Bliesstraße in Wellesweiler besteht aus sechs Fachmärkten und einigen kleinen Geschäften. Ein großer Lebensmittel-Vollsortimenter und zwei Lebensmittel-Discounter sowie je ein Fachmarkt für Autoteile, Tierbedarf und Bekleidung machen den Großteil der rund 6.700 m² Gesamtverkaufsfläche des Standortes aus. Abgerundet wird das Angebot an der Bliesstraße von zwei Bäckern, einem Tankstellenshop, einem Lottoladen und einem Blumengeschäft.

Untere Bliesstraße

An der Alten Ziegelei besteht das Fachmarktzentrum aus vier Fachmärkten und einem Bäcker mit zusammen rund 2.900 m² Verkaufsfläche. Neben einem Lebensmittel-Discounter (Penny) werden hier in zwei Märkten Bekleidung (NKD und KIK) und in einem Discounter preiswerte Waren aller Art (TEDI) angeboten. Der Branchenschwerpunkt liegt hier auf der Nahversorgung.

An der alten Ziegelei



E-Center Wellesweiler, Untere Bliessstraße



Fachmarktzentrum An der alten Ziegelei

In der Kreisstadt Neunkirchen gibt es nach der Schließung des Baumarktes „Max Bahr“ (ehemals Praktiker) in Sinnerthal derzeit noch zwei Solitärstandorte in nicht integrierten Lagen der Stadtteile Wellesweiler (Möbelmarkt Möbel Martin mit rund 6.500 m² in der Rombachstraße) und Innenstadt (Fachmarkt für Heizungs- und Sanitärbedarf mit rund 1.200 m² in der Spieser Straße). Die Märkte in Stadtrandlage bieten nicht zentrenrelevante Warensortimente an.

Solitärstandorte

3.4.6 Sonstige Einzelhandelsstandorte

Im Stadtgebiet verteilt gibt es einige weitere Einzelhandelsstandorte, die in keine der oben beschriebenen Standortkategorien passen. Hierbei handelt es sich überwiegend um Anbieter nicht zentrenrelevanter Waren, die teilweise im Zusammenhang mit Handwerksbetrieben stehen. Diese „sonstigen Standorte“ liegen zum Teil in Gewerbegebieten, abseits der Zentren in besiedelten Gebieten oder zum Teil isoliert als Solitärstandorte.

nicht typisierbare Standorte



Restpostenbörse Wellesweiler Straße

Die Restpostenbörse in der Wellesweiler Straße ist ein Sonderfall. Hier werden unter anderem auch zentrenrelevante Waren angeboten. Dieser im unteren Preissegment angesiedelte Markt ordnet sich mit

Restpostenbörse

seinem unattraktiven Erscheinungsbild räumlich nicht in die City oder ein Nebenzentrum ein.

Im Gewerbegebiet in der Wellesweiler Straße gibt es zwei großflächige Fachmärkte und zwei Fachgeschäfte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten aus den Warengruppen Baumarkt- bzw. Einrichtungsbedarf. Ergänzt wird der Standort durch einen Lotto-Laden. Zusammen haben sie eine Verkaufsfläche von rund 4.000 m².

Gewerbegebiet Wellesweiler Straße

Zahlreiche Geschäfte im Stadtteil Innenstadt stehen in keinem räumlichen Zusammenhang mit dem zentralen Versorgungsbereich. Sie befinden sich zum Großteil im City-Randbereich in der Hüttenbergstraße oder nördlich des zentralen Versorgungsbereichs, zum Teil aber auch isoliert in den besiedelten Innenstadtlagen.

Innenstadt

Neun isolierte Geschäfte im Bereich Kuchenbergstraße (Wiebelskirchen) mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 400 m² ergänzen das Angebot des bestehenden, räumlich nicht angrenzenden Nebenzentrums in Wiebelskirchen mit Sortimenten der Nahversorgung sowie Fahrrad- und Autobedarf.

Wiebelskirchen

In Wellesweiler gibt es nur noch vereinzelte Einzelhandelsgeschäfte im alten Ortskern (u.a. ein Bäcker und ein Getränkegeschäft), die durch weitere Geschäfte entlang der Bürgermeister-Regitz-Straße ergänzt werden. Schließlich befinden sich im Stadtteil Kohlhof noch zwei Blumengeschäfte.

Wellesweiler, Kohlhof

4 Räumliches Einzelhandelskonzept

4.1 Ziele der Stadtentwicklung für den Einzelhandel

Vor dem Hintergrund der in den Kapiteln 2 bis 5 dargestellten Rahmenbedingungen, der Struktur von Angebots- und Nachfrageseite und der sich daraus ergebenden Potenziale für den Einzelhandel hat sich die Kreisstadt Neunkirchen die folgenden Ziele der Einzelhandelsentwicklung gesetzt:

Oberziel

Oberziel

- Erhalt und Festigung der landesplanerisch festgelegten mittelzentralen Funktion

Strategische Ziele:

Strategische Ziele

- Stärkung der Einzelhandelsfunktion der City durch Konzentration zentrenrelevanter mittelzentraler Angebote in der City und Füllung von Leerständen
- qualitative und quantitative Ausweitung des mittelzentralen Angebots an Waren des periodischen Bedarfs durch Ansiedlung eines SB-Warenhauses
- Begrenzung sonstiger neuer großflächiger Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorrangig auf nicht-zentrenrelevante Sortimente
- Sicherung der wohnnahen Grundversorgung in den Wohngebieten und Stadtteilen

Die Ziele werden in den folgenden Abschnitten begründet.

4.1.1 Stärkung der mittelzentralen Funktion

Die Kreisstadt Neunkirchen hat als Mittelzentrum einen Versorgungsauftrag für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs zu erfüllen. Die Stadt kann und will nicht direkt in den Wettbewerb einzelner Unternehmen untereinander eingreifen. Ihre Planungsabsicht ist es vielmehr, durch eine gezielte und koordinierte räumliche und quantitative Steuerung die planerischen Grundlagen für den Erhalt und die Stärkung eines insgesamt attraktiven mittelzentralen Einzelhandelsangebots zu schaffen.

Planungsabsicht

Die Kreisstadt Neunkirchen nimmt als Mittelzentrum eine regional bedeutende Position im nordöstlichen Saarland ein. Dafür hält sie mittelzentrale Angebote aus den Bereichen Verwaltung, Dienstleistung und

Existenzgrundlage der Stadt

Einzelhandel für die Einwohner der Stadt und das Umland vor und ist zudem ein wichtiger Arbeitsplatzstandort. Nach der Schließung des Eisenwerks konnte die Kreisstadt Neunkirchen ihre mittelzentrale Funktion als Einkaufsstadt durch die radikale Umstrukturierung der Innenstadt und die Ansiedlung des Saarpark-Centers im neu geschaffenen Stadtzentrum vor mehr als 25 Jahren begründen. Neunkirchen entwickelte sich damit neben Saarlouis zur bedeutendsten Einkaufsstadt im Saarland nach dem Oberzentrum Saarbrücken.

Durch den massiven Ausbau von Wettbewerbsstandorten ist diese Position zunehmend gefährdet. Zum einen beschneiden bereits fertig gestellte und geplante Einkaufszentren in den Innenstädten benachbarter Mittel- und Oberzentren den Einzugsbereich Neunkirchens immer mehr. Zum anderen hat der massive Ausbau großflächiger Fachmärkte an überwiegend nicht integrierten Standorten zu einer erheblichen Zunahme des Wettbewerbs geführt.

*zunehmender
Wettbewerb*

Die Kreisstadt Neunkirchen hat - unterstützt durch Land, Bund und EU - in der Vergangenheit erhebliche Mittel in die Festigung der mittelzentralen Funktionen investiert. Eine Verschiebung der zentralörtlichen Ordnung im Saarland zu Ungunsten von Neunkirchen würde die Bemühungen der Vergangenheit konterkarieren und die getätigten Investitionen entwerten. Aus diesem Grund strebt die Kreisstadt Neunkirchen im Wettbewerb mit den benachbarten Mittelzentren den Erhalt und die Festigung ihrer Funktion und Marktposition als Mittelzentrum an.

*Werterhalt von
Investitionen*

4.1.2 Stärkung der Einzelhandelsfunktion der City

Das Ziel der Stärkung der City zieht sich wie ein roter Faden durch die städtebaulichen Konzepte der Kreisstadt Neunkirchen der vergangenen 25 Jahre. Im städtebaulichen Entwicklungskonzept von 2006 wurden Maßnahmen zur Beseitigung von Missständen in den Randbereichen der City erarbeitet.³¹ Die zwischenzeitlich umgesetzten baulichen Aufwertungsmaßnahmen am Lübbener Platz, der Bliespromenade und in der Bahnhofstraße haben die City nachhaltig aufgewertet. In der letzten Fortschreibung des Integrierten Entwicklungskonzepts Soziale Stadt für die Innenstadt Neunkirchen³² vom Mai 2011 wurde unter anderem die Stärkung der lokalen Ökonomie als Ziel für das Programmgebiet Innenstadt festgelegt.

*langfristig verfolgtes
Ziel*

³¹ isoplan Institut / Lück+Otto GmbH: Städtebauliches Entwicklungskonzept Neunkirchen 2010 / 2020, Teil C: Teilräumliche Konzepte, Saarbrücken 2006, S. 34ff.

³² isoplan-Marktforschung: Integriertes Entwicklungskonzept Soziale Stadt Innenstadt Neunkirchen, Saarbrücken 2011

Die Kreisstadt Neunkirchen hat - anders als andere Mittelzentren in Südwestdeutschland - in den letzten 25 Jahren vorrangig die Funktion der Innenstadt ausgebaut und gestärkt. So stellt der Einzelhandel in der City heute über 40 % der gesamten Verkaufsfläche Neunkirchens. Die Entwicklung wurde unterstützt durch umfangreiche Investitionen in die Verkehrsanbindung und in die Aufwertung des öffentlichen Raums in der City. Dadurch hat die City von Neunkirchen heute im Vergleich zu benachbarten Mittelzentren bezüglich mittelzentraler Waren des aperiodischen Bedarfs eine starke Marktposition.

Investitionen in die City

Standortvorteile der City Neunkirchens sind im Vergleich zu anderen Innenstädten die hervorragende Verkehrsanbindung und das umfangreiche Parkplatzangebot. Damit verbindet die City die Vorteile von Innenstädten mit denen nicht integrierter Einkaufszentren. Die Ansiedlung des großflächigen Sportfachmarktes Decathlon in der City hat gezeigt, dass der Standort City Neunkirchen nicht nur aus städtebaulichen Erwägungen, sondern auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht anstrebenswert ist. Die Ballung innenstadtrelevanter Angebote bringt allen Einzelhandelsbetrieben in der City Agglomerationsvorteile, die sie an Solitärstandorten nicht hätten. Zudem trägt die Konzentration des Einzelhandels am Standort Innenstadt zur Vermeidung unnötiger Verkehre und damit zum Schutz des Klimas bei.

Standortvorteile der City

Die Innenstadtstandorte sind insbesondere für Einzelhandelsnutzungen geeignet, die

innenstädtische Einzelhandelsnutzungen

- viele Innenstadtbesucher anziehen (hohe Besucherfrequenz),
- sich mit ihren Flächenansprüchen bei den örtlichen Gegebenheiten realisieren lassen (Integrationsfähigkeit),
- spezialisierte Waren anbieten, nach denen trotzdem eine große Nachfrage besteht und deren Betriebe demzufolge ein größeres Einzugsgebiet aufweisen (Einzelhandelszentralität),
- häufig im Zusammenhang mit anderen Einzelhandelseinrichtungen oder Innenstadtnutzungen besucht werden (Kopplungsaffinität),
- Waren anbieten, zu deren Transport nicht regelmäßig der private PKW erforderlich ist (Transporthäufigkeit / Handlichkeit des Sortiments).

4.1.3 Ansiedlung eines SB-Warenhauses

Obwohl ein Focus der Einzelhandelsentwicklung in Neunkirchen auf der Innenstadt liegt, gibt es Formate, die sich nicht sinnvoll in der Innenstadt realisieren lassen. Zum mittelzentralen Angebot der Kreisstädte im Saarland gehört ein SB-Warenhaus mit einem breiten und tiefen Angebot an Waren des periodischen (vorrangig) und aperiodischen (nachrangig) Bedarfs. Diese SB-Warenhäuser führen eine

breite Auswahl an Artikeln jeweils aus mehreren Preissegmenten, die eine Verkaufsfläche in der Größenordnung von 10.000 m² oder mehr und ein Einzugsgebiet von der Größe des mittelzentralen Einzugsbereichs Neunkirchens erfordern. In Grundzentren lassen sich vergleichbar große SB-Warenhäuser mit einem qualitativ und quantitativ entsprechenden Angebot nur in Ausnahmefällen betreiben.

In den vergangenen Jahrzehnten gab es verschiedene Versuche in dieser Richtung sowohl an integrierten wie auch an nicht integrierten Standorten (z.B. real,- im Saarpark-Center; Walmart an der Kirkeler Straße). Beide genannten SB-Warenhäuser mussten jedoch aus betriebsinternen oder wirtschaftlichen Gründen schließen. Am Walmart-Standort wurde auf deutlich kleinerer Verkaufsfläche der discountorientierte Verbrauchermarkt Kaufland eröffnet, der jedoch bei weitem nicht die oben beschriebenen qualitativen Anforderungen an ein SB-Warenhaus erfüllt.

Die Bemühungen der Stadt um adäquaten Ersatz der weggefallenen SB-Warenhäuser fruchtete lange Zeit nicht. 2015 hat sich jedoch die Chance ergeben, ein Globus-SB-Warenhaus in Neunkirchen anzusiedeln. Damit würde die seit mehreren Jahren bestehende Lücke geschlossen, die mittelzentrale Bedeutung der Kreisstadt deutlich gestärkt und das Angebot an Waren vor allem des periodischen Bedarfs stark aufgewertet.

Das Vorhaben ist derzeit in der Planungsphase. In Kapitel 5 werden anhand der Ergebnisse der zwischenzeitlich vorliegenden Wirkungsanalyse für das Vorhaben die für das Einzelhandelskonzept relevanten Vor- und Nachteile aufgezeigt. Aus Sicht der Stadt überwiegen die Vorteile die entstehenden Nachteile bei Weitem, so dass die Ansiedlung des SB-Warenhauses in den Zielekatalog des Einzelhandelskonzepts aufgenommen wurde.

4.1.4 Begrenzung sonstiger neuer großflächiger Einzelhandelsansiedlungen

Nachdem es gelungen ist, für den größten Leerstand in der City (ehemaliges Kaufhaus Sinn-Leffers) eine neue Einzelhandelsnutzung zu finden, sind die Ansiedlungsmöglichkeiten für großflächigen Einzelhandel in der City praktisch erschöpft. Nicht zuletzt aus diesem Grund verfolgt die Kreisstadt Neunkirchen neben der weiteren Stärkung der City das neue Ziel der Ansiedlung eines für ein Mittelzentrum qualitativ und quantitativ angemessenen SB-Warenhauses. Hier wird - im Gegensatz zu dem mehr als ausreichend vorhandenen Angebot an Fachmärkten mit discountorientierten Sortimenten - seit der Schließung von real,- in der City eine Angebotslücke gesehen.

*Erweiterungsflächen
in der City*

Waren des periodischen Bedarfs und zentrenrelevante Waren sollen vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen sowie in dem neuen SB-Warenhaus angeboten werden.

Der unkontrollierte Ausbau weiterer Fachmarktstandorte würde diese vorrangigen Ziele (Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und Ansiedlung eines qualitativ und quantitativ angemessenen SB-Warenhauses) konterkarieren. Aus diesem Grund sollen sonstige neue großflächige Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorrangig auf nicht-zentrenrelevante Sortimente begrenzt werden.

4.1.5 Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung

Zur Sicherung der Daseinsgrundfunktionen gehört die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen und des periodischen Bedarfs. Ein Teil der Bevölkerung ist nicht motorisiert und ist daher auf eine wohnungsnaher Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs angewiesen. Mit zunehmender Alterung der Bevölkerung wird der immobile Anteil der Bevölkerung zunehmen.

Daseinsgrundfunktion Versorgung ...

Rund drei Viertel der besiedelten Stadtfläche sind derzeit durch Lebensmittelmärkte in fußläufiger Entfernung versorgt. Kleinere Lebensmittelgeschäfte, Bäckereien und Metzgereien bieten eine Grundversorgung in Münchwies und Hangard. Teile des Stadtgebiets verfügen jedoch nicht über eine Lebensmittelversorgung in fußläufiger Nähe (siehe Abbildung 13).

... nicht überall gewährleistet

Eine wohnungsnaher Grundversorgung ist gerade für den zunehmenden Teil der Bevölkerung, der nicht motorisiert ist, ein wesentlicher Standortfaktor für die Auswahl des Wohnortes. Um eine hohe Wohnqualität im gesamten Stadtgebiet zu erhalten, hat sich die Kreisstadt Neunkirchen zum Ziel gesetzt, durch eine geeignete Steuerung des Flächenangebots in allen Stadtteilen die Voraussetzungen für eine möglichst wohnungsnaher Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu schaffen.

Nahversorgung sichert Wohnqualität

Ziel der Stadtentwicklungsstrategie der Kreisstadt Neunkirchen ist vor diesem Hintergrund zum Einen der Erhalt lebensfähiger Nebenzentren in Wiebelskirchen und Furpach und zum Anderen die möglichst flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit wohnnahen Nahversorgungseinrichtungen für Waren des täglichen und periodischen Bedarfs in den übrigen Wohngebieten.

räumliche Verteilung

Wie in der Innenstadt wird dazu eine Konzentration von Einrichtungen der Grundversorgung in den Stadtteilzentren angestrebt, um zu einem Abbau städtebaulicher Missstände durch eine funktionale Auf-

Konzentration in Stadtteilzentren

wertung der Ortskerne beizutragen und positive Agglomerationseffekte für die Betreiber zu erzielen. Die Stärkung der Nebenzentren soll dabei weder zu einer unangemessenen und die Innenstadt schädigenden Ausweitung mittelzentraler Angebote noch zu einer Gefährdung der noch vorhandenen wohnungsnahen Nahversorgung führen.

Die oftmals straßendorfartige Siedlungsstruktur der Stadtteile Neunkirchens mit einem hohen Eigenheimanteil und einer für eine Stadt niedrigen Bevölkerungsdichte hat zur Folge, dass nicht in allen Wohngebieten genügend Mantelbevölkerung zum wirtschaftlich tragfähigen Betrieb eines Lebensmittelmarktes in fußläufiger Entfernung um potenzielle Standorte herum wohnt. Teile der Wohnsiedlungen lassen sich also mit stationären Einzelhandelseinrichtungen unter heutigen Marktbedingungen nicht fußläufig erreichbar versorgen.

Für den zunehmenden Teil der Bevölkerung, der nicht mehr mobil ist und außerhalb der Reichweite der Innenstadt oder der Nebenzentren wohnt, müssen neue Lösungen der Versorgung gefunden werden. Zum einen sollte dort, wo es möglich und wirtschaftlich tragfähig ist, eine wohnungsnah fußläufig erreichbare Nahversorgung erhalten werden. Zum anderen wird die ambulante Versorgung (Verkaufswagen, Bestellhotlines, Familien- und Nachbarschaftshilfe) für Wohnbereiche, in denen eine stationäre Versorgung nicht mehr aufrecht erhalten werden kann, bereits fehlt und/oder wirtschaftlich nicht tragfähig ist, an Bedeutung gewinnen.

4.2 Entwicklungsszenarien

Die Entwicklung des Einzelhandels in Neunkirchen hängt von übergeordneten Trends, der Entwicklung der Wettbewerbsstandorte und den kommunalen Rahmenbedingungen ab. Die Stadt kann die räumliche Entwicklung des Einzelhandels durch ihre Bauleitplanung steuern. Folgende Entwicklungsszenarien sind in den kommenden Jahren denkbar:

*denkbare
Entwicklungen*

4.2.1 Restriktives Szenario

Restriktive Politik zum Schutz des Bestands ohne Veränderungen, Verlagerungen oder Ausweisung neuer Einzelhandelsstandorte

*Restriktives
Szenario*

Der Einzelhandelsstandort Neunkirchen ist einem erheblichen Wettbewerbsdruck von benachbarten Mittel- und Oberzentren ausgesetzt. Bei einer Festschreibung des Status Quo ergeben sich ungünstige Entwicklungsperspektiven. Die konkurrierenden Ober- und Mittelzentren steigern durch neue Einkaufszentren (Homburg, Kaiserslautern) oder Verkaufsflächenerweiterungen (Saarbrücken, St. Ingbert) ihre

steigender Wettbewerbsdruck

Attraktivität. Gleichzeitig wächst der Marktanteil des Internethandels insbesondere für die Branchen Technik/Elektronik, Bücher, Bekleidung und Schuhe. Ohne eine zusätzliche Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots in Neunkirchen ist davon auszugehen, dass Kunden zunehmend in benachbarte Zentren und den Online-Handel abwandern werden. Dies würde wahrscheinlich insbesondere jüngere Käuferschichten betreffen.

Das Einzelhandelsangebot muss alle fünf bis zehn Jahre grundlegend modernisiert werden, wenn es langfristig seine Attraktivität und Anziehungskraft auf Kunden behalten soll.³³ Während die City der Kreisstadt Neunkirchen durch umfangreiche Aufwertungen der Geschäfte und im öffentlichen Raum als Einkaufsschwerpunkt mit der Entwicklung Schritt halten konnte, fehlt Neunkirchen im Gegensatz zu allen anderen Kreisstädten im Saarland seit der Schließung von real-, im Saarparkcenter ein attraktives SB-Warenhaus.

*nachlassende
Attraktivität*

Eine restriktive Einzelhandelspolitik würde keine Veränderungen oder Neuansiedlungen zulassen. Dies würde gerade im Bereich des periodischen Bedarfs, wo viele Kunden ein- oder mehrmals im Monat zu Großeinkäufen in SB-Warenhäuser fahren, zu einer zunehmenden Abwanderung von Kunden in attraktivere Einkaufsstandorte führen. Diese Kunden wären auch für andere Einkäufe in Neunkirchen verloren, da es häufig zu Koppelkäufen in SB-Warenhäusern und anderen Geschäften der besuchten Stadt kommt. Dies würde wiederum aufgrund der fehlenden Kopplungseffekte mit der Innenstadt die Gefahr sinkender Umsätze in Neunkirchen und weiterer Geschäftsschließungen in Neunkirchen mit sich bringen. Es bestünde die Gefahr, dass Neunkirchen langfristig von attraktiveren Mittel- und Oberzentren „überholt“ würde.

Bewertung

4.2.2 Deregulierung

Verzicht auf eine Regulierung der Einzelhandelsansiedlung im Stadtgebiet

Im „Laissez-faire“-Szenario würde die Stadt mit ihrer Bauleitplanung den Marktkräften freien Lauf lassen und auf eine Regulierung und räumliche Steuerung der Einzelhandelsansiedlung verzichten. Dem hohen Ansiedlungsdruck von Investoren und Betreibern an nicht oder teilintegrierten Standorten würde jederzeit nachgegeben.

Freies Kräftespiel

Mit hoher Wahrscheinlichkeit würde diese Politik des Verzichts auf die kommunale Planungshoheit zu einer weiteren Konzentration von

*wahrscheinliche
Folgen*

³³ Sonae Sierra et al. (Hrsg.), Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland. Center-Erfolgscheck, empirische Untersuchung, Düsseldorf/ Ludwigsburg 2011, S. 27ff.

großflächigen (Fach-)Märkten aller Art unter Ausnutzung vorhandener Agglomerationsvorteile an verkehrsgünstig gelegenen Standorten in Randzonen der Innenstadt außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs führen. Möglicherweise würden anstelle von Gewerbebetrieben in Industrie- und Gewerbegebieten zusätzliche Einzelhandelsangebote entstehen.

Der Verdrängungswettbewerb würde zunehmen, und Standortvorteile in den Zentren würden zurückgehen. Folge wären mit hoher Wahrscheinlichkeit Betriebsaufgaben und -verlagerungen an die peripheren Standorte. Dies hätte eine Schwächung der Zentren und der wohnungsnahen Versorgung in den übrigen Stadtteilen mit allen damit verbundenen negativen städtebaulichen Auswirkungen (v.a. Leerstände, Versorgungslücken, Zunahme des motorisierten Individualverkehrs) zur Folge. In letzter Konsequenz würde dieses Szenario zu einer Ausdünnung der Angebotsvielfalt, der Dominanz einiger weniger mächtiger Betreiber und weniger Planungs- und Investitionssicherheit für die meisten Marktbeteiligten führen. Zudem wären Klagen von Nachbarkommunen wegen negativer Auswirkungen von Neuan siedlungen auf deren zentrale Versorgungsbereiche nicht ausgeschlossen.

Bewertung

4.2.3 Moderater Ausbau

Moderater Ausbau des mittelzentralen Einzelhandelsangebots und räumliche Steuerung im Rahmen der Möglichkeiten der kommunalen Planungshoheit

realistisches Szenario

Eine stagnierende Einzelhandelsausstattung ist insgesamt als nicht zukunftsfruchtig einzustufen. Eine „laissez-faire-Politik“ führt ebenfalls nicht zu der erwünschten räumlichen Ordnung des Einzelhandelsangebots. Das dritte Szenario entspricht den Zielsetzungen der Kreisstadt Neunkirchen unter Vermeidung der negativen Aspekte des restriktiven bzw. des deregulierten Szenarios. Es sieht eine raumordnerisch verträgliche Erweiterung des Einzelhandelsangebots zur Stärkung und qualitativen Aufwertung der mittelzentralen Funktion der Stadt sowie eine räumliche Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Stadtgebiet vor. Zugleich sollen planerische Maßnahmen mit dem Ziel der Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung mit Waren des periodischen Bedarfs in den Stadtteilen ergriffen werden, wo noch Lücken bestehen und wirtschaftlich tragfähige Lösungen möglich sind.

Vermeidung der Nachteile der anderen Szenarien

Diese aktiv steuernde Vorgehensweise nimmt die Chancen einer räumlichen Optimierung der Einzelhandelsstruktur der Kreisstadt Neunkirchen wahr, ohne die Gefahr eines zentralörtlichen Bedeutungsverlusts zu bergen. Sie stellt das bevorzugte Szenario der Kreisstadt Neunkirchen dar. Die Strategie soll zugleich für alle Marktteil-

*Bewertung:
bevorzugtes Szenario*

nehmer transparent gemacht und durch die Bauleitplanung rechtssicher umgesetzt werden, um damit Anreize für Investoren zu setzen, im Sinne der Planungsziele der Stadt zu agieren.

4.3 Einzelhandelsstrategie

Das oben dargestellte Szenario 3 ist am besten geeignet, die in Kapitel 4.1 dargestellten Ziele der Kreisstadt Neunkirchen zur Einzelhandelsentwicklung zu erreichen. Zur Umsetzung dieser Ziele wird das Stadtgebiet in Zonen eingeteilt, in denen jeweils unterschiedliche Einzelhandelsnutzungen zulässig und nicht zulässig sind (siehe Abbildung 22 in Anhang 5.3):

aktive Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

1. City mit Kernzone und Randbereichen
2. Innenstadtgürtel
3. SB-Warenhaus
4. Fachmarktzentren
5. Nebenzentren
6. Nahversorgungsstandorte
7. restliches Stadtgebiet.

4.3.1 City

Kernzone der Innenstadt

Ein Großteil der mittelzentralen Einrichtungen der Kreisstadt Neunkirchen befindet sich in der City. Gerade in der Warengruppe „Bekleidung“ hat Neunkirchen in der City ein breites Angebot mit großer Bedeutung auch für die Bevölkerung im Umland der Stadt. Erst durch die räumliche Konzentration eines vielfältigen Angebots mit einem dem mittelzentralen Auftrag gerecht werdenden Mindestumfang an Verkaufsflächen entsteht in der City ein Agglomerationsvorteil für alle dort ansässigen Einzelhandelseinrichtungen, der erhalten und gestärkt werden soll. Aus dem Ziel der Kreisstadt Neunkirchen, ihre mittelzentrale Funktion zu erhalten und zu stärken, resultiert direkt der strategische Ansatz, neue Einzelhandelsansiedlungen prioritär in die City zu lenken und das ungehemmte Wachstum von Fachmärkten in nicht integrierten Lagen, die Kaufkraft aus der City abziehen, einzudämmen.

Agglomerationsvorteile

neue Einzelhandelsansiedlungen prioritär in der City

Wie Untersuchungen im Rahmen des Raumordnungsverfahrens zur Ansiedlung eines SB-Warenhauses gezeigt haben, lässt sich ein SB-Warenhaus jedoch räumlich in der City mit vertretbarem Aufwand nicht realisieren.³⁴

³⁴ FIRU mbH: Standortalternativenprüfung für die Ansiedlung eines Globus-SB-Warenhauses in der Stadt Neunkirchen, 2015

City-Randlagen

In den City-Randlagen in der Bahnhofstraße (nördlich der Wilhelmstraße) und der Hüttenbergstraße (südlich der Vogelstraße) gibt es bereits zahlreiche Ladenleerstände. Auch die Attraktivität der Geschäfte nimmt mit der Entfernung zum Saarpark-Center ab.

Leerstände in Randlagen

Die Stadt hat einige leer stehende Gebäude in der Bahnhofstraße erworben und an einen Investor übertragen, der diese zu Wohngebäuden umbaut und vermarktet. Generell ist in diesen City-Randbereichen keine geschlossene gewerbliche Nutzung der Erdgeschosse mehr zu erreichen. Entwicklungsziel für diesen Bereich ist eine Umnutzung der ehemals gewerblich genutzten Gebäude zu Wohnzwecken. Als Chance für diese Strategie wird der Trend zum Wohnen in der Innenstadt gesehen, der in den letzten Jahren wieder zu beobachten ist.

Wandel zur Wohnnutzung

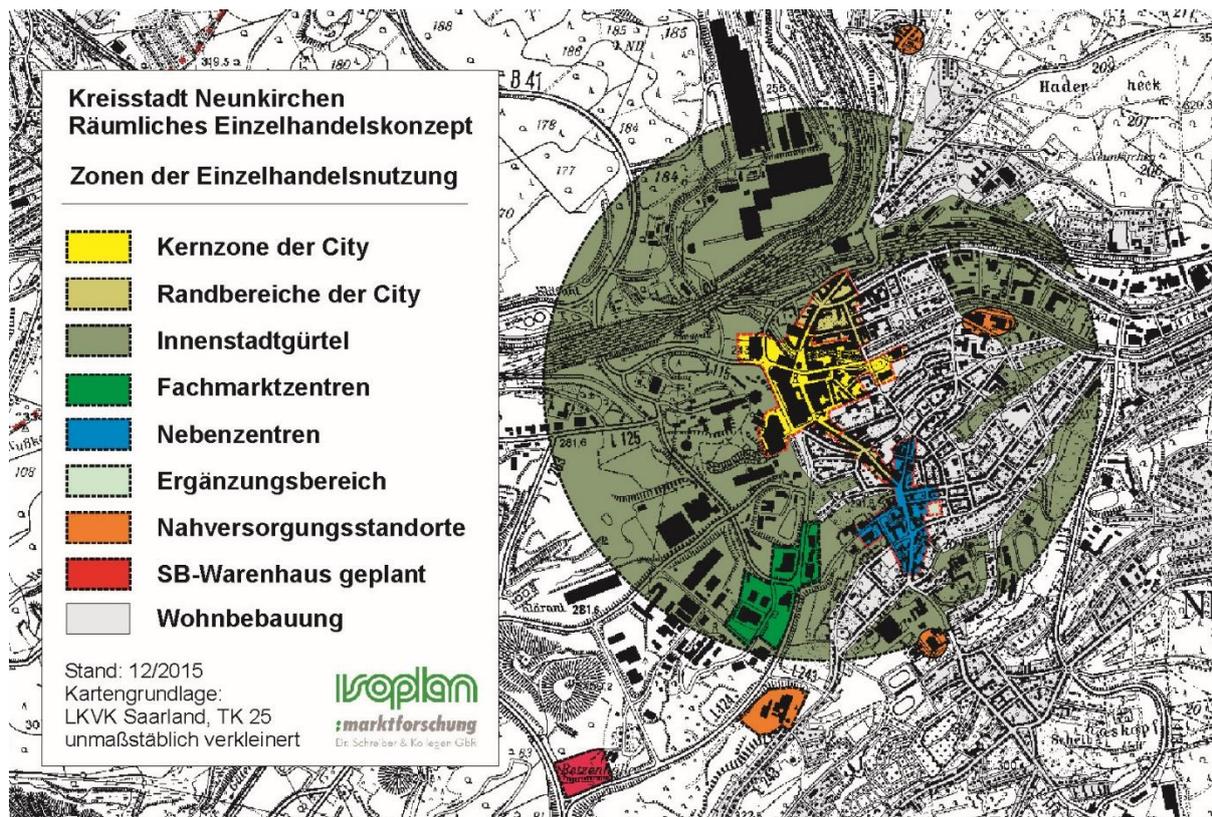
Das Gefälle in der Hüttenbergstraße im Süden der City und die Entfernung zum Einzelhandelschwerpunkt rund um den Stummplatz führen dazu, dass der südliche Teil der Hüttenbergstraße nicht mehr zur City gerechnet werden kann. Obwohl sich nach wenigen 100 Metern mit dem Oberen Markt das nächste Nebenzentrum anschließt, ist auch in der südlichen Hüttenbergstraße die Umwandlung leer stehender Geschäfte zur Wohnnutzung sinnvoll. Im Teilräumlichen Konzept für die Innenstadt wurden Ideen zur städtebaulichen Aufwertung dieses Bereichs entwickelt, die auf eine Attraktivitätssteigerung des Hüttenbergs als Wohnstandort und eine Verringerung des Durchgangsverkehrs zielen.³⁵

Im Westen findet die City ihren Abschluss durch den Sport-Fachmarkt Decathlon an der Straße „Zum Eisenwerk“. Eine weitere Ausdehnung der City nach Westen ist denkbar, derzeit aber nicht vorgesehen. Der Randbereich der City an der östlichen Bliespromenade wird mit dem künftigen Woolworth weiter belebt. Die Gebäude Lindenallee 16 und Karl-Schneider-Str. 1 (ehem. Ruffing) eignen sich für zentrale Nutzungen und werden daher noch zum Zentralen Versorgungsbereich gerechnet.

Randbereiche der City

³⁵ isoplan Institut / Lück+Otto GmbH, a.a.O., S. 23ff.

Abbildung 14: Kernzone der Innenstadt und City-Randlagen



Innenstadtgürtel

Um die Agglomerationsvorteile und die Angebotsvielfalt der City zu erhalten, aber auch aus städtebaulichen Gründen, sollen außerhalb der City und des Nebenzentrums Oberstadt in einem Gürtel im Umkreis von rund 1.000 m um die Kernzone der Innenstadt neue Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten nicht zugelassen werden. Der Gürtel zum Schutz der City reicht im Norden bis zur Bahntrasse, im Osten bis zur Fernstraße, im Süden bis zum Wagwiesental / Ellenfeldstadion und umfasst im Westen die Gewerbe- und Industriegebiete des ehemaligen Eisenwerks (olivgrün markierter Bereich in Abbildung 14).

Schutz der City

*Abgrenzung
Innenstadtgürtel*

Ausgenommen aus der Schutzzone ist das Fachmarktzentrum Gneisenauflöz / Westspange, das Bestandsschutz genießt (s.u.). Weiterhin ausgenommen sind nicht großflächige Nahversorgungsbetriebe in engem räumlichem Zusammenhang mit Wohngebieten. Bestandsschutz genießen die Lebensmittelmärkte am Mantes-La-Ville-Platz und an der Ringstraße / Süduferstraße.

*Ausnahme:
Nahversorgung*

Neue großflächige Ansiedlungsvorhaben sind auf ihre Verträglichkeit mit dem Einzelhandelsbestand zu überprüfen. Dabei steht nicht der Schutz bestimmter Anbieter im Vordergrund, sondern die Erhaltung des vielseitigen Angebotes und die Funktionsfähigkeit der City insgesamt.

*Funktionsfähigkeit
der City schützen*

Handlungsansätze City

Das Saarpark-Center ist nach wie vor das größte Einkaufszentrum im Saarland und damit der zentrale Anker des Neunkircher Einzelhandelsangebotes. Seit der Eröffnung der Europagaleries in Saarbrücken hat das Saarpark-Center bislang nur geringe Umsatzverluste hinnehmen müssen, die zudem nicht allein auf Kaufkraftabflüsse in die Europa-Galerie zurückzuführen sind.

Bedeutung des Saarpark-Centers

Im Februar 2012 wurde aufgrund einer telefonischen Haushaltsbefragung im Einzugsbereich Neunkirchens ermittelt, dass durch geplante Einkaufszentren in Homburg bzw. Kaiserslautern die Anzahl der Besucherkontakte im Saarpark-Center um 10 % bzw. 6 % schrumpfen würde.³⁶

Gefährdung durch Planungen in der Region

Die Umsatzentwicklung nach der Eröffnung der Europa-Galerie hat gezeigt, dass das Saarpark-Center seine Position auch gegenüber neuen Konkurrenzstandorten behaupten kann. Mit jedem neuen Center wird dem Saarpark-Center aber auch ein Teil der Kunden entzogen. Umso wichtiger wird ein aktives Stadtmarketing, das die Stärken der City Neunkirchens (breites Warenangebot mit einem vielseitigen Branchenmix, großes und kostengünstiges Parkplatzangebot) kommuniziert und Schwächen (Leerstände, gestalterische Mängel, Sauberkeit) abbaut. Regelmäßige Events und eine zielgerichtete Vermarktung der entsprechenden Angebote sind wichtig, um die Bedeutung der City Neunkirchens in der Region und damit den Einkaufsstandort Neunkirchen insgesamt zu stärken.

City-Marketing

Bauliche Aufwertungsmaßnahmen am Lübbener Platz, der Bliespromenade und in der Bahnhofstraße haben die City nachhaltig aufgewertet. Die Eröffnung des Woolworth wird zu einer weiteren Belebung der Bliespromenade beitragen und helfen, den randlichen Citystandort wieder zu stabilisieren.

Bauliche Aufwertung der City

Zum Erhalt und zur Stärkung des Einzelhandelsangebots in der City ist die weitere Ausdehnung des großflächigen Einzelhandelsangebots mit zentrenrelevanten Sortimenten des aperiodischen Bedarfs an nicht integrierten Standorten restriktiv zu behandeln. Um positive Agglomerationseffekte mit den bestehenden Geschäften in der City zu erreichen, sind ggf. geplante weitere zentrenrelevante Angebote vorrangig in die City zu lenken. Hiervon ausgenommen sind Maßnahmen zur Ansiedlung eines SB-Warenhauses sowie zur Stärkung der Nebenzentren und der Nahversorgung.

restriktiver Umgang mit nicht integrierten Standorten

³⁶ isoplan-Marktforschung: Einzelhandelsgutachten für die Kreisstadt Neunkirchen, Saarbrücken, März 2012

4.3.2 SB-Warenhaus

Eine Analyse möglicher Standorte für ein neues SB-Warenhaus ergab als geeignetsten realisierbaren Standort die Fläche „Betzenhölle 7“ im Stadtteil Innenstadt nördlich der Einmündung der Westspange (L124) in die B41 (siehe oben, Abbildung 14). Eine Ansiedlung des SB-Warenhauses in der Innenstadt wurde verworfen, da keine geeigneten Flächen der benötigten Größe zur Verfügung stehen.

Der Standort ist durch die B41 und die BAB 8 hervorragend an das überörtliche Einzugsgebiet Neunkirchens angeschlossen. Durch die L 124 / Westspange besteht ebenfalls eine sehr gute Anbindung an die Innenstadt und die angrenzenden Stadtteile Neunkirchens.

Die Entfernung des Standortes zur City beträgt ca. 2 km. Unter Umgehung von Wohngebieten gelangt man mit dem PKW über die Westspange in drei bis vier Minuten zum Parkhaus des Saarpark-Centers und damit in die City. Es ist davon auszugehen, dass zwischen dem geplanten SB-Warenhaus und der City daraufhin positive Koppeleffekte entstehen werden, weil Kunden, die den einen Standort anfahren, auch den anderen besuchen werden. Diese Annahme wird durch die geplante Struktur des SB-Warenhauses gestützt, die sich stärker als bisher auf ein breites und tiefes Lebensmittel- und Drogeriewarenangebot stützt und zentrenrelevante Sortimente des aperiodischen Bedarfs nur ergänzend als Nebensortimente auf rund einem Drittel der geplanten Verkaufsfläche führt (siehe nähere Ausführungen in Kap.5.1).

4.3.3 Nebenzentren

Neben dem zentralen Versorgungsbereich der City gibt es in der Kreisstadt Neunkirchen die folgenden drei weiteren Nebenzentren mit zentralen Versorgungsbereichen, die in zentralen, integrierten Lagen ein mehr oder weniger umfangreiches grundzentrales Waren- und Dienstleistungsangebot über die reine Grundversorgung mit Lebensmitteln hinaus umfassen:

- Nebenzentrum Oberer Markt im Stadtteil Innenstadt
- Ortskern von Furchach
- Ortskern von Wiebelskirchen

Während der Schwerpunkt der Angebote zentrenrelevanter Sortimente des aperiodischen Bedarfs mit mittelzentraler Bedeutung eindeutig in der City liegt, ist das Ziel der Stadtentwicklung für die genannten Nebenzentren der Erhalt der Nahversorgung. Für die Nebenzentren gilt in noch stärkerem Maße als für die City, dass eine räumli-

drei Nebenzentren

Ziel: Erhalt der Nahversorgung

che Konzentration der (begrenzten) Angebote zu Agglomerationsvorteilen für die Anbieter und damit zu einer Sicherung der wohnnahen Versorgung beiträgt. Zugleich werden durch die zentralen Funktionen die Ortskerne bzw. Nebenzentren belebt, und es können städtebauliche Missstände (Leerstände, sanierungsbedürftige Gebäude) durch die Konzentration von Nutzungen behoben werden.

Die vorhandenen Immobilien in den Nebenzentren entsprechen nicht immer den Anforderungen, die Einzelhandelsanbieter heute an wirtschaftlich zu betreibende Standorte stellen. Um Verlagerungen und qualitative Aufwertungen zu ermöglichen und zugleich städtebauliche Missstände abzubauen, werden für die Nebenzentren moderate Erweiterungsflächen der zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen.

Erweiterungsflächen

Abbildung 15: Nebenzentrum Oberstadt

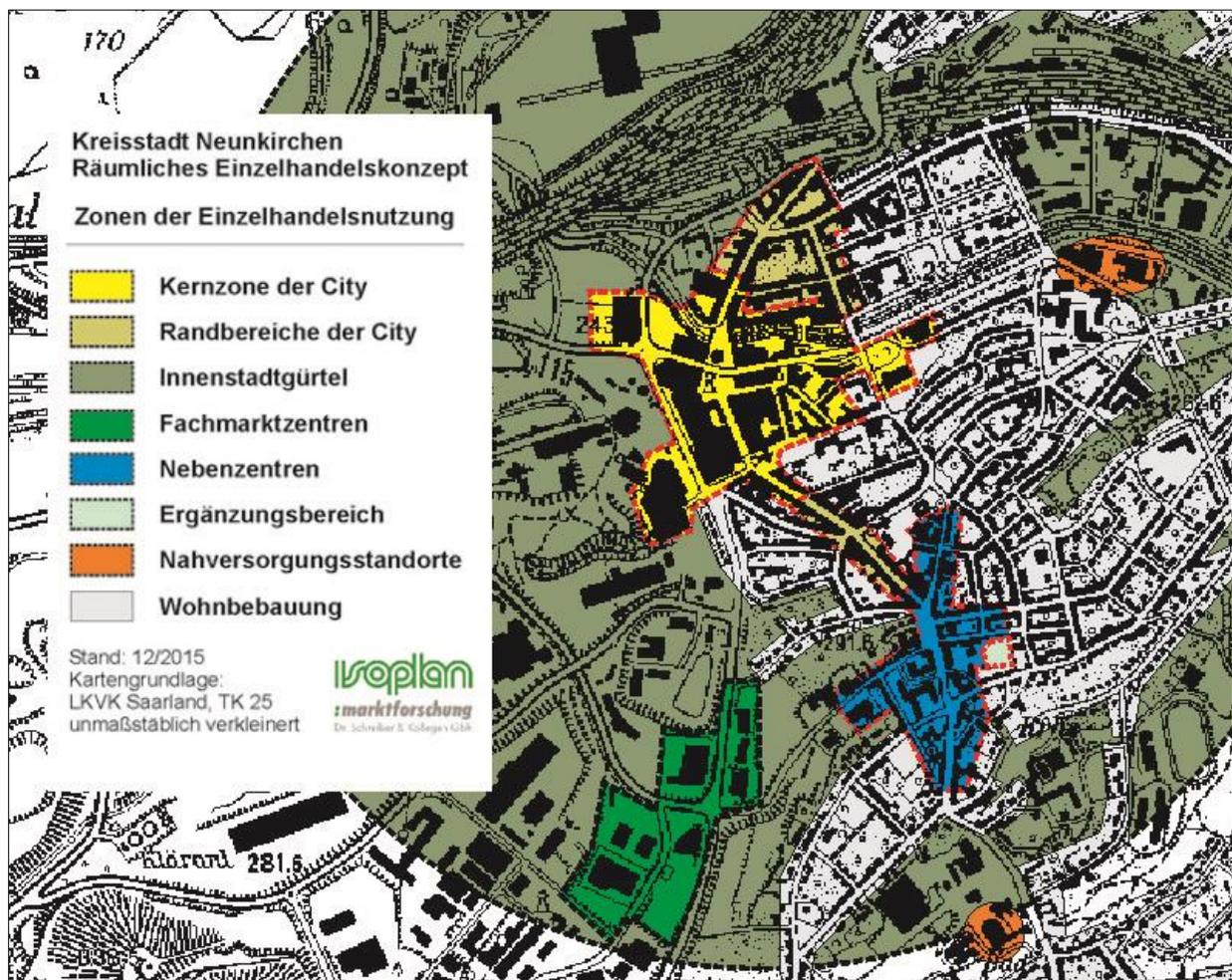


Abbildung 16: Nebenzentrum Wiebelskirchen

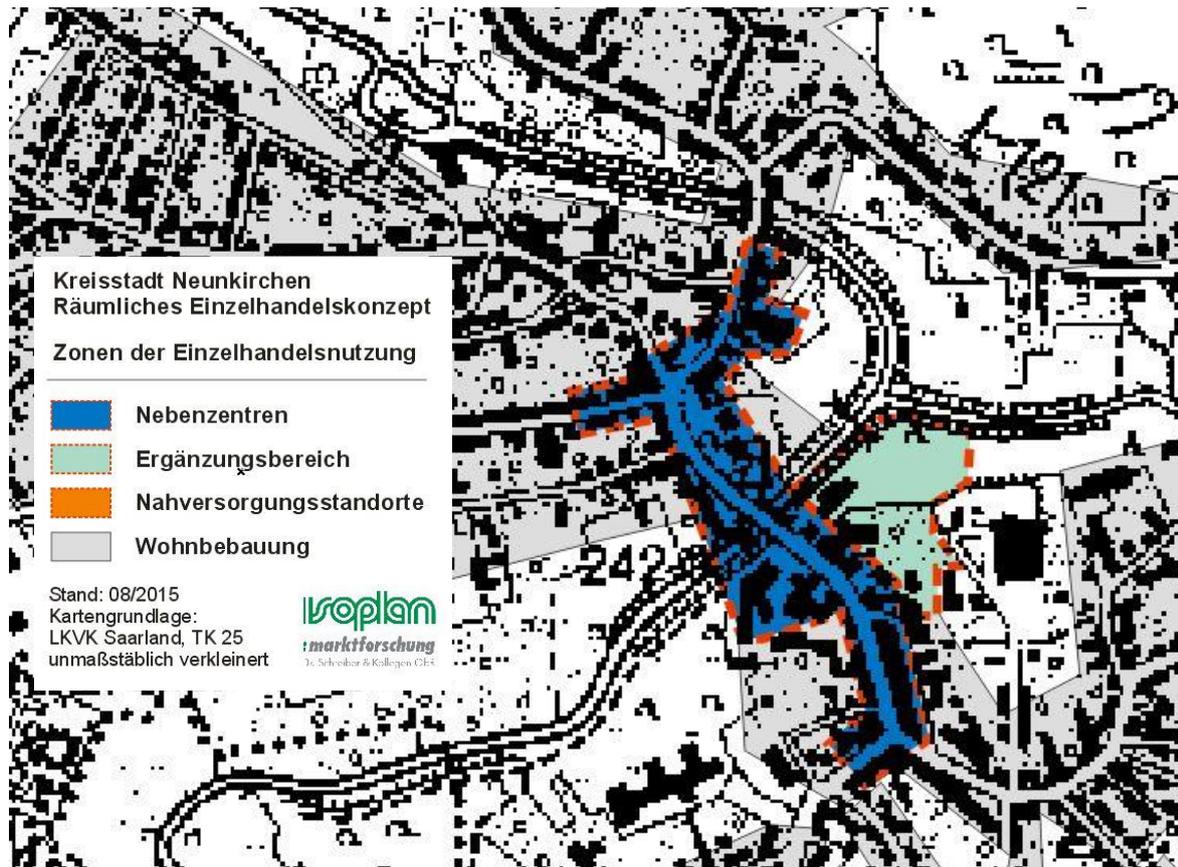
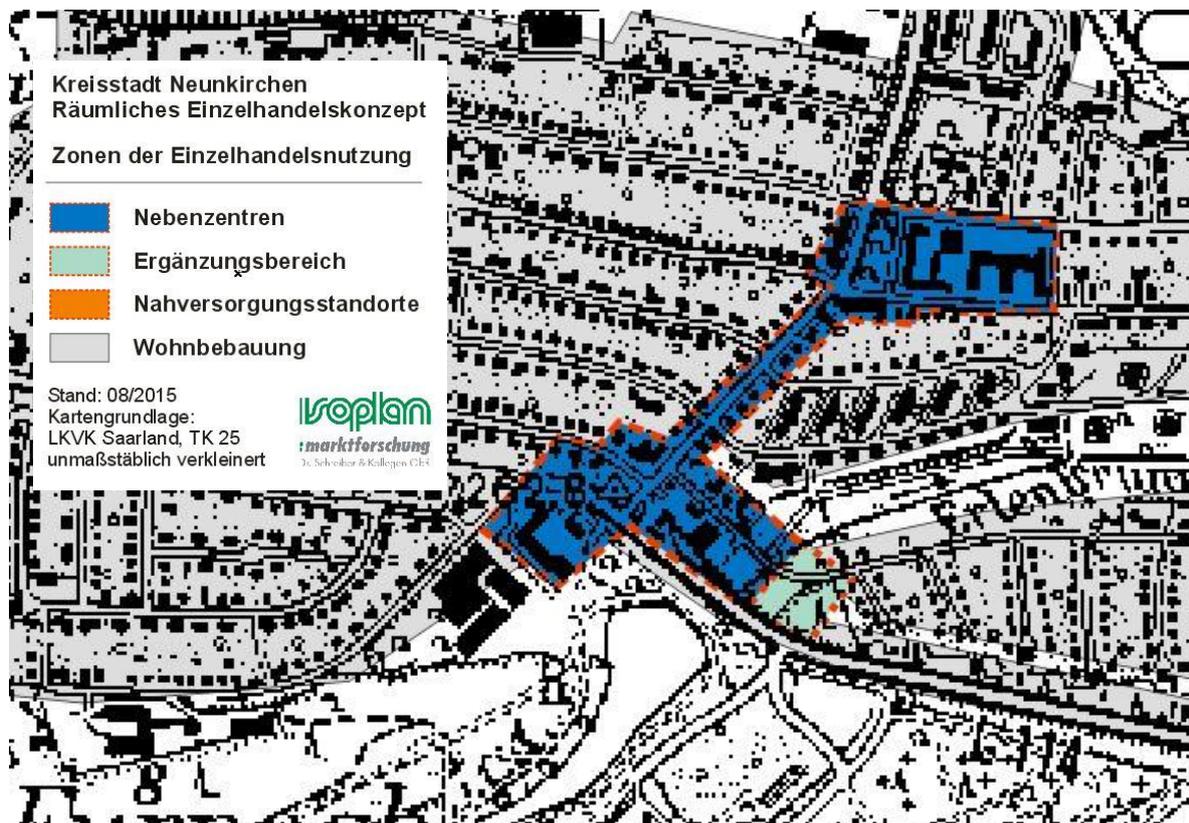


Abbildung 17: Nebenzentrum Furpach



In Furpach schließt sich der Ergänzungsbereich südöstlich an den bestehenden Lebensmittelmarkt an und in Wiebelskirchen umfasst er einen Bereich zwischen Kirchenbergstraße und Sportanlagen (siehe Kap. 3.4.3).

Lokalisierung der Ergänzungsf lächen

Handlungsansätze Nebenzentren

Die Entwicklungsziele für die Warengruppen des periodischen Bedarfs sehen vor allem eine qualitative Aufwertung des Angebots und eine möglichst wohnungsnah Nahversorgung der Wohngebiete in allen Stadtteilen vor.

Strategie für periodischen Bedarf

Die meisten Kunden erwarten eine breite Warenpalette zu möglichst niedrigen Preisen und sind aufgrund der hohen Pkw-Dichte auch bereit, Entfernungen von etlichen Kilometern für einen Großeinkauf zurückzulegen. Dementsprechend haben kleine Anbieter einen hohen Preisdruck. Die Konsequenz aus den Trends im Einzelhandel ist das Verschwinden inhabergeführter Geschäfte und kleiner Lebensmittelmärkte. Heute übliche Lebensmittelmärkte sind erst ab einer Mantelbevölkerung von 3.000 bis 4.000 Einwohnern tragfähig, die Tendenz weist zu noch größeren Einheiten und Einzugsbereichen.

Strategie für periodischen Bedarf

Um trotz der geplanten Ansiedlung eines SB-Warenhauses im Stadtteil Innenstadt die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten, sollen keine weiteren (großflächigen) Lebensmittelmärkte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und bestehender integrierter Nahversorgungsstandorte mit ihren Erweiterungsflächen mehr genehmigt werden.

Um den großflächigen Supermärkten und Discountern für Waren des periodischen Bedarfs die Möglichkeit zur Expansion und Modernisierung einzuräumen, werden Verlagerungen an integrierte Standorte angestrebt, um gezielt die Nebenzentren zu stärken.

Risiken großflächiger Neuansiedlungen

Bei Anträgen auf Erweiterungen des Angebots an gut versorgten Standorten ist deshalb auch immer zu prüfen, ob durch den zunehmenden Wettbewerbsdruck die bestehenden kleinen Nahversorgungsangebote in ansonsten unterversorgten Quartieren oder Stadtteilen gefährdet werden. In diesem Fall ist abzuwägen, ob der Vorteil eines insgesamt erweiterten Angebots einen möglichen Verlust kleinteiliger Versorgungseinrichtungen aufwiegt.

Für nicht wohnungsnah versorgte Wohngebiete sind alternative Versorgungsangebote zu stärken (ambulanter Handel, Versandhandel, Nachbarschaftshilfe).

4.3.4 Fachmarktzentren

Im Stadtgebiet von Neunkirchen gibt es - neben den großflächigen Betrieben in der City - fünf Fachmarktzentren und drei Solitärstandorte mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben in nicht integrierten Lagen, deren Einzugsbereiche z.T. deutlich über die Stadtgrenzen hinausgehen (siehe Kapitel 3.4.5).

nicht integrierte Standorte

In den nicht integrierten Fachmarkttagglomerationen in der Kreisstadt Neunkirchen werden in großflächigen Fachmärkten nicht zentrenrelevante Sortimente (Möbel, Baustoffe, Kraftfahrzeugteile) zur Versorgung des mittelzentralen Verflechtungsbereichs angeboten. Daneben gibt es ein nicht unerhebliches Angebot zentrenrelevanter Sortimente in großflächigen und nicht großflächigen Fachmärkten (Elektro-Fachmarkt, Spielwaren, Bekleidung, Tierbedarf, Haushaltswaren, Lebensmittel).

Sortimentsschwerpunkte

Sie erfüllen zum Teil Nahversorgungsfunktionen für die Stadtteile Wellesweiler und Innenstadt (Untere Bliesstraße, An der Alten Ziegelei, Westspange/Gneisenauflöz, Kirkeler Straße). Insbesondere die Verbrauchermärkte „Kaufland“ an der Kirkeler Straße und „E-Center“ an der Unteren Bliesstraße haben jedoch auch eine deutliche Ausstrahlung über die Stadtgrenze hinweg in die angrenzenden Städte und Gemeinden.

periodischer Bedarf

Als Ergänzungsstandorte zur Versorgung der Bevölkerung mit nicht zentrenrelevanten Waren und mit Waren für Großeinkäufe werden im Wettbewerb der Standorte auch künftig bis zu einem gewissen Grad großflächige Einzelhandelseinrichtungen an nicht integrierten Standorten notwendig bleiben. Wie in den strategischen Grundsätzen des Konzepts formuliert, ist es jedoch vorrangiges Ziel der Stadtentwicklungspolitik der Kreisstadt Neunkirchen, die mittelzentralen Funktionen *in der Innenstadt* zu stärken und zu erhalten.

Fachmarktzentren auch künftig notwendig

Für die Fachmarktzentren und großflächigen Solitärstandorte werden daher folgende Grundsätze festgelegt:

Grundsätze

- Räumlich wird eine Konzentration der Fachmärkte auf die vorhandenen Fachmarktstandorte angestrebt. Es sollen keine neuen weiteren Fachmarktstandorte außerhalb der bestehenden eröffnet werden, sondern Nutzungen bei Bedarf an vorhandenen Fachmarktstandorten arrondiert werden.
- Neuansiedlungen großflächiger Fachmärkte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind auf nicht zentrenrelevante Sortimente zu beschränken (siehe Sortimentsliste in Kapitel 4.4.2).
- Etwaige Neuansiedlungen außerhalb der City sollen prioritär in das Fachmarktzentrum Gneisenauflöz und an die Westspange gelenkt werden. Gründe sind die gute verkehrlich Erschließung

dieses Standortes und mögliche Synergieeffekte mit der City, die von anfahrenden Kunden profitieren kann. Flächen des Gewerbegebiets Boxberg bis hin zur B41 können bei Bedarf als Reservestandort vorgesehen werden (siehe geplantes SB-Warenhaus, Kap. 4.3.2).

Umgang mit den vorhandenen Fachmarktstandorten

- Die folgenden Fachmarktzentren und Solitärstandorte sind für das Einzelhandelsgefüge der Kreisstadt Neunkirchen wichtig. Sie sind durch Bebauungspläne zu sichern, die Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel ausweisen und zulässige Sortimente festsetzen bzw. nicht zulässige Sortimente ausschließen:
 - Am Gneisenauflöz/Westspange
 - Bliesstraße, Innenstadt (Obi)
 - Untere Bliesstraße, Wellesweiler
 - An der Alten Ziegelei
 - Möbel Martin
 - Kirkeler Straße.

erhaltenswerte Fachmarktstandorte

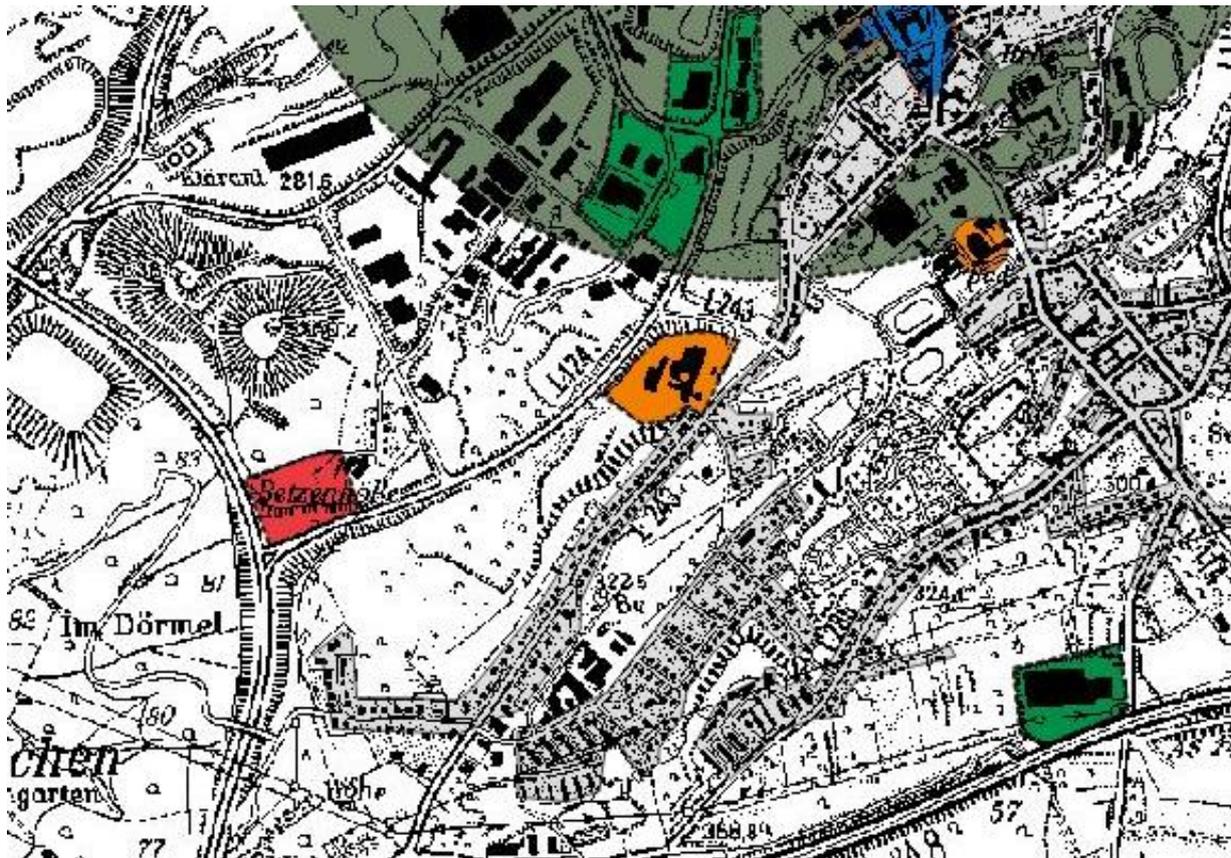
Bestehende Märkte mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten mittel- bis langfristig aus dem Fachmarktzentrum Westspange/Gneisenauflöz in die City verlagert werden. Der Standort ist aufgrund seiner Lage für die Nahversorgung nicht von Bedeutung.

Der Standort Westspange Ecke B41 wurde für die geplante Ansiedlung eines SB-Warenhauses gewählt, da dieses aus dem mittelfernen Einzugsbereich angefahren wird, vom Standort aber dennoch schnell und ohne Belastung von Wohngebieten die City zu erreichen ist. Für weitere großflächige Lebensmittelmärkte in den Fachmarktstandorten besteht kein Bedarf.

Der Standort „An der Alten Ziegelei“ dient in erster Linie der Nahversorgung für die südlichen Wohngebiete des Stadtteils Innenstadt. Der Standort sollte als Nahversorgungsstandort erhalten werden. Sonstige zentrenrelevante Nachnutzungen sind zum Schutz der City auszuschließen. Verkaufsflächenerweiterungen sind nicht sinnvoll für das Einzelhandelsgefüge der Stadt.

An der Alten Ziegelei

Abbildung 18: Betzenhölle, Gneisenaufflöz/Westsponge; An der Alten Ziegelei; Kirkeler Straße



Der Solitärstandort „Möbel Martin“ in Wellesweiler dient der mittelzentralen Versorgung Neunkirchens und seines Einzugsbereichs mit Möbeln und Einrichtungsgegenständen. Der Standort ist erhaltenswert und sollte durch einen Bebauungsplan gesichert werden. Möbel sind nicht als zentrenrelevant anzusehen. Eine potenzielle Schädigung der Zentren erfolgt nur indirekt durch den Verkauf von Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikeln, Heimtextilien, Lampen, Leuchten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten im Nebensortiment. Eine Beschränkung des Umfangs der angebotenen zentrenrelevanten Nebensortimente kann im Rahmen einer B-Planerstellung nur auf dem Verhandlungsweg erreicht werden.

Möbel Martin

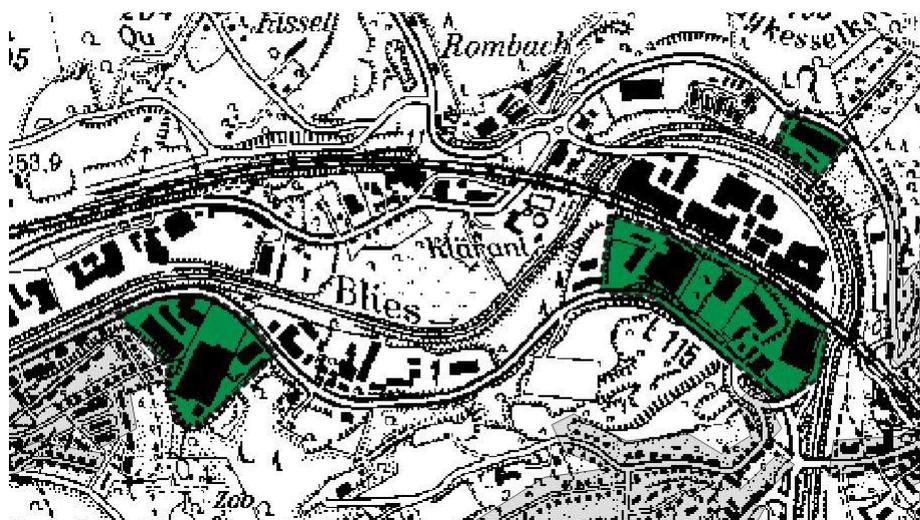
Das Fachmarktzentrum in der Bliesstraße ist nicht in erster Linie auf die Versorgung der unmittelbar angrenzenden Bevölkerung ausgerichtet, sondern vorrangig auf ein mittelzentrales Angebot nicht zentrenrelevanter Sortimente. Diese Funktion soll es auch in Zukunft - ggf. mit geringfügigen Erweiterungen - erfüllen.

Bliesstraße

Das Fachmarktzentrum „Untere Bliesstraße“ im Stadtteil Wellesweiler dient in erster Linie der Versorgung der Bevölkerung der östlichen Wohnbereiche der Kreisstadt Neunkirchen mit Waren des periodischen Bedarfs. Diese Funktion soll erhalten werden.

Untere Bliesstraße

Abbildung 19: Fachmarktzentren Bliesstraße, Untere Bliesstraße, Möbel Martin



Die Einzelhandelsangebote am Standort Kirkeler Straße (MediaMarkt, Kaufland, Pferdefachmarkt, siehe Abbildung 18) sind teilweise zentrenrelevant. In der City waren bei der Ansiedlung jedoch keine geeigneten Flächen vorhanden. Die bestehenden Nutzungen genießen Bestandsschutz. Als Ergänzungen sind ausschließlich nicht zentrenrelevante Nutzungen denkbar; die begrenzte Leistungsfähigkeit der Zufahrtsstraßen und deren Verkehrsknoten begrenzt jedoch eine Erweiterung der Verkaufsflächen am Standort Kirkeler Straße. Mittel- bis langfristig ist eine Verlagerung des zentrenrelevanten Marktes (MediaMarkt) in die Innenstadt wünschenswert. Bei einer etwaigen Nachnutzung sollen nicht zentrenrelevante Sortimente einen Großteil der Fläche einnehmen.

Kirkeler Straße

Der Baumarkt „Max Bahr“ in Sinnerthal wurde im Zuge der Insolvenz der Praktiker-Kette geschlossen. Eine Nachnutzung ist derzeit nicht absehbar. Der Standort genießt über eine begrenzte Zeit Bestandsschutz als Baumarktstandort. Ist diese Zeit abgelaufen, sollte über eine Aufgabe dieses Standortes als Einzelhandelsstandort nachgedacht werden. Dem Verkauf innenstadtrelevanter Sortimente sollten an diesem Standort zum Schutz der City enge Grenzen gesetzt werden. Einer künftigen Nutzung als Fachmarktzentrum für niedrigpreisige Textilien, Haushaltswaren u.ä. (z.B. KIK, TEDI, TAKKO u.ä.) soll entgegengewirkt werden. Der Bebauungsplan soll durch Beschränkungen auf nicht zentrenrelevante Sortimente (siehe Tabelle 15) entsprechend angepasst werden.

Praktiker

Abbildung 20: Ehemaliger Baumarkt „Max Bahr“ in Sinnerthal



Gewebegebiete

In den vorhandenen Industrie- und Gewerbegebieten sollen keine neuen Einzelhandelsnutzungen angesiedelt werden. Eine Ausnahme bildet der Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten, der in direktem Zusammenhang mit Handwerksbetrieben steht. Dabei muss die Handwerksnutzung jeweils im Vordergrund stehen und die Verkaufsfläche im Einzelfall auf 400 m² begrenzt sein. Vorhandene Einzelhandelsbetriebe haben Bestandsschutz, bei Nutzungsänderungen soll jedoch keine neue Einzelhandelsnutzung mehr genehmigt werden.

Industrie- und Gewerbegebiete

Handlungsansätze zur Stärkung des mittelzentralen Angebots

Die Analysen der Angebots- und Nachfrageseite in Neunkirchen haben ergeben, dass es in Neunkirchen ein Erweiterungspotenzial für mittelzentrale Waren gibt. Neuansiedlungen sollten das bisherige Angebot ergänzen und/oder eine den Zielen der Stadtentwicklung zuträglichere Verlagerung bzw. Verdrängung von Einzelhandelsnutzungen aus unerwünschten Standorten forcieren.

Vorrangiges Ziel der Kreisstadt Neunkirchen ist es, ihre mittelzentrale Funktion zu erhalten und auszubauen und die Bedeutung als Einkaufsstadt für das mittlere und nördliche Saarland zu festigen. Zusätzliche Angebote in den Warengruppen mit derzeit vergleichsweise geringen Kaufkraftbindungsquoten tragen zu diesem Ziel bei.

Erweiterung des mittelzentralen Angebots

Die Kreisstadt Neunkirchen nimmt dabei im Wesentlichen eine räumliche Steuerungsaufgabe wahr: Großflächige Anbieter zentrenrelevanter Sortimente (siehe Kapitel 4.4.2) werden in die Innenstadt geleitet, während die nicht integrierten Solitärstandorte und Fachmarktzentren dem Handel mit nicht zentrenrelevanten Waren vorbehalten

Strategie: Räumliche Steuerung großflächiger Ansiedlungen

bleiben. Verlagerungen von Anbietern zentrenrelevanter Sortimente in die City werden unterstützt. Die Folgen von Ansiedlungen oder Verlagerungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche (s.u.) sind im Einzelfall aktuell zu überprüfen.

Trotz des Vorrangs für die City tragen die Einzelhandelsangebote in den nicht integrierten Fachmarktzentren und Solitärstandorten zur Stärkung der mittelzentralen Funktion der Kreisstadt Neunkirchen bei, indem sie bedeutende Kaufkraftströme aus den Nachbargemeinden anziehen. Die Möbelmärkte (Möbel Martin in Wellersweiler und Möbel Boss am Rande des Stadtteils Innenstadt) haben beispielsweise ein Einzugsgebiet, das über die Stadtgrenzen hinaus bis weit in das Umland reicht.

Fachmarktzentren

Zentrenrelevante Sortimente in Fachmarktzentren am Stadtrand ziehen ebenfalls Kaufkraft aus den benachbarten Städten und Gemeinden in das Mittelzentrum, schwächen jedoch die Innenstadt und benachbarte Zentralorte.

Langfristig wird eine Verlagerung der Märkte mit zentrenrelevanten Sortimenten in die Innenstadt, eine Konsolidierung der Angebote mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten an den vorhandenen nicht integrierten Standorten und eine Verlagerung von Nahversorgungsangeboten in wohnungsnah Standorte und Nebenzentren angestrebt.

Verlagerung zentrenrelevanter Angebote

4.3.5 Nahversorgungsstandorte

In Kapitel 3.3.1 wurde festgestellt, dass die bestehenden Nahversorger für die wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung mit Waren des periodischen Bedarfs benötigt werden, einige Wohngebiete jedoch nicht durch Lebensmittelmärkte in fußläufiger Entfernung versorgt sind.

Lücken in der wohnnahen Versorgung

Zur Sicherung und Verbesserung der wohnnahen Versorgung wird folgende räumliche Verteilung von Nahversorgern angestrebt:

- Der großflächige Lebensmittel-Vollsortimenter Edeka in der Ringstraße sowie der Netto-Discounter in der Süduferstraße sind für die Nahversorgung der umliegenden Bevölkerung wichtig. Für eine Erweiterung wird derzeit kein Bedarf gesehen. Der Standort ist durch ein Sondergebiet zu sichern. Der großflächige Vollsortimenter REWE am Mantes-la-Ville-Platz versorgt Wohngebiete im Stadtteil Innenstadt beidseits der Hohlstraße. Der Standort ist durch ein Sondergebiet gesichert.
- Die Lebensmittel- und Getränkemärkte in der Schillerstraße in Wiebelskirchen (Aldi, LIDL, alldrink) tragen zur Nahversorgung der südlichen Wohnlagen des Stadtteils Wiebelskirchen bei. Die

Nahversorger im Stadtteil Innenstadt

Wiebelskirchen

Lage am Westrand der bebauten Ortslage in einer Wohnstraße mit Zufahrt durch ein Wohngebiet ist jedoch ungünstig. Aus städtebaulichen Gesichtspunkten hat der Erhalt des Standortes in der derzeitigen Form und Nutzung keine Priorität. Im Interesse der Stärkung integrierter Lagen wird die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes in das Zentrum von Wiebelskirchen unter Aufgabe des derzeitigen Standortes an der Schillerstraße angestrebt.

- Der neue Netto-Markt an der Kuchenbergstraße verbessert die wohnungsnahе Versorgung in diesem Bereich und schließt eine Lücke. Weiteren Ansiedlungen an diesem Standort sollte jedoch zum Schutz der Zentren entgegengewirkt werden.
- Zwei Geschäfte im Ortskern von Münchwies in integrierter Lage sind für die dortige Nahversorgung von Bedeutung. Eine Erweiterung des Einzelhandelsangebots im Zentrum von Wiebelskirchen ist auf ein Maß zu begrenzen, durch das die Nahversorgung in Münchwies in ihrer Existenz nicht gefährdet wird. Rechnerisch reicht die Mantelbevölkerung von Münchwies für die Ansiedlung eines kleineren Lebensmittelmarktes aus (Typ „nah und gut“, Cap-Markt, Ihre Kette o.ä.). Bislang konnte aufgrund des umfangreichen Angebots in Wellesweiler und Wiebelskirchen jedoch kein Betreiber für den Standort interessiert werden. *Münchwies*
- Die Nahversorgung von Wellesweiler wird dezentral durch die Märkte im Fachmarktzentrum Untere Blièsstraße und durch einen kleinen Lebensmittelmarkt („Top-Markt“) in der Rosenstraße als Nahversorger für den Geschosswohnungsbau in Wellesweiler-Südwest sichergestellt. In der Ortsmitte von Wellesweiler (Homburger Straße) gibt es einzelne kleine inhabergeführte Geschäfte; wegen der Nähe des Fachmarktzentrums Untere Blièsstraße besteht jedoch keine Chance für die Ausbildung eines funktionierenden Nebenzentrums. Derzeit wird kein Regelungsbedarf gesehen. *Wellesweiler*
- Der Stadtteil Hangard verfügt über einen kleinen Nahversorger, darüber hinaus ist keine ausgeprägte Zentrumsbildung festzustellen. Der Nahversorger ist schützenswert. Einer Ausweitung des Lebensmittelangebots in Wiebelskirchen sind zum Schutz der wohnnahen Versorgung in Hangard daher Grenzen zu setzen. *Hangard*
- Der Stadtteil Heinitz verfügt über keine eigene Nahversorgung. Die nächsten Lebensmittelmärkte befinden sich im 2 km entfernten Elversberg. Für die Ansiedlung eines Marktes in Heinitz ist die Mantelbevölkerung zu gering. Sinngemäß das Gleiche gilt für den Stadtteil Sinnerthal, der durch einen wenige 100 Meter entfernten Lebensmittelmarkt in Landsweiler-Reden versorgt wird. *Heinitz, Sinnerthal*

Handlungsansätze zur lückenlosen Nahversorgung

Angesichts der guten Verkehrsanbindung und der umfangreichen Einzelhandelsausstattung Neunkirchens ist es eher unwahrscheinlich, dass neuer kleine oder mittlere Lebensmittelnahversorger zur Schließung von Versorgungslücken eröffnet werden, da der Betrieb kaum noch rentabel möglich ist. Dennoch gibt es verschiedene Ansätze, um eine lückenlose Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu erreichen, die im Einzelfall in Neunkirchen zu prüfen sind:

Ansätze für lückenlose Nahversorgung

Neben dem zunehmenden Wettbewerbsdruck sind das Erreichen der Altersgrenze der Inhaber und die fehlende Nachfolgeregelung der häufigste Anlass zur Geschäftsaufgabe. Für die betroffenen Lebensmittelgeschäfte sind die Zukunftsaussichten zu prüfen (Alter der Betreiber, Zukunftspläne der Hauseigentümer und der Ladenbetreiber, Nachfolgeregelung).

Gründe für Geschäftsaufgaben

Die großen Lebensmittel-Ketten wie REWE oder Edeka setzen neuerdings mit kleineren Marktformaten wie „nahkauf“, „nah und gut“ oder „Cap-Markt“ wieder auf kleinere Betriebsgrößen, die für entsprechende Nebenzentren geeignet wären. Das Modell „CAP-Markt“ funktioniert auch in Ortschaften mit geringer Mantelbevölkerung. In Lebensmittelmärkten mit 200 bis 400 m² Verkaufsfläche werden Behinderte und nicht Behinderte beschäftigt. Durch Lohnkostenzuschüsse lassen sich Personalkosten einsparen, wodurch auch kleinere Märkte wieder in die Rentabilitätszone gelangen können. Das Modell kann aufgrund seiner sozialen Komponente zudem zu einer erhöhten Akzeptanz bei den Kunden führen. Deshalb können die Märkte auch mit kleinen Verkaufsflächen an Standorten betrieben werden, die für große Ketten nicht mehr interessant sind.

Kleine Formate der Lebensmittelketten

Auch eine Versorgung über Verkaufswagen kann in unterversorgten Stadtteilen eine mögliche Variante sein. Für die Bevölkerung ist eine mobile Versorgung besonders interessant, wenn zu bestimmten Terminen in der Woche mehrere Anbieter mit ergänzenden Sortimenten eine Art mobilen Markt im unmittelbaren Wohnumfeld bilden.

Verkaufswagen

Neuerdings gibt es verschiedene Versuche des Versandhandels mit Lebensmitteln, der für unterversorgte Bereiche interessant sein könnte (Beispiel: „Kochzauber“, gekühlter über-Nacht-Versand von Kisten mit frischen Lebensmitteln zum Kochen kompletter Gerichte). Bislang handelt es sich allerdings noch um ausgeprägte Nischenangebote. Falls sich diese Vertriebsform in der Fläche durchsetzen wird, sind mittelfristig erhebliche Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel zu befürchten, zugleich kann dadurch die Versorgung immobiler Bevölkerungsschichten unterstützt werden. Eine quantifizierte Prognose dieser Entwicklung mit raschen Veränderungen ist derzeit jedoch kaum möglich.

Schließlich sind in den entlegenen kleinen Stadtteilen Modelle ehrenamtlich betriebener Nachbarschaftsläden denkbar. Hierzu kann die Stadt leer stehende Ladenlokale erwerben und als Nachbarschaftsläden kostenfrei zur Verfügung stellen, die von engagierten Bürgern des Stadtteils in abwechselnden Schichten für einige Stunden am Tag betrieben werden. Es gibt Unternehmen, die sich auf die Unterstützung solcher Betreiber (Einzelhandels-know-how, Warenlieferung, Buchhaltung, Vermarktung, kostendeckender Betrieb) spezialisiert haben. In einem solchen Modell stehen die Schaffung eines Treffpunktes und die Wiederbelebung der Stadtteilmitte sowie die Einbeziehung der Bevölkerung vor Ort im Mittelpunkt, nicht das Gewinninteresse.

Nachbarschaftsläden

4.3.6 Restliches Stadtgebiet

Für das nicht durch einen der dargestellten Einzelhandelsstandorte erfasste restliche Stadtgebiet werden folgende Regelungen getroffen:

Regelungen für das restliche Stadtgebiet

- Außerhalb der dafür vorgesehenen Einzelhandelsflächen soll grundsätzlich keine Ansiedlung neuer großflächiger Einzelhandelseinrichtungen erfolgen.
- Nicht großflächige Ansiedlungen über 300 m² Verkaufsfläche sind grundsätzlich außerhalb der ausgewiesenen Einzelhandelsstandorte nicht erwünscht, um die Zentren nicht zu schwächen. Die Zulässigkeit kleinflächiger Einzelhandelsnutzungen richtet sich derzeit nach geltenden Bebauungsplänen.
- Die Ansiedlung nicht großflächiger Einzelhandelseinrichtungen zur Verbesserung der Nahversorgung in integrierten Lagen wird grundsätzlich begrüßt.
- Unerwünschte Einzelhandelsnutzungen außerhalb der ausgewiesenen Einzelhandelsstandorte können mit Hilfe eines einfachen Bebauungsplans für das restliche Stadtgebiet ausgeschlossen werden.

4.4 Steuerungsinstrumente zur Umsetzung

Den künftigen Umfang und die räumliche Verortung des Einzelhandelsangebots steuert die Kreisstadt Neunkirchen mit Hilfe der Instrumente der Bauleitplanung (s.u.).

Bestehende genehmigte Einzelhandelseinrichtungen, die den Festlegungen nicht entsprechen, genießen Bestandsschutz. Im Interesse der Schaffung wettbewerbsfähiger Agglomerationen einerseits, der

Vermeidung unnötiger Verkehre und der Entflechtung störender Nutzungen andererseits ist es jedoch planerisches Ziel der Kreisstadt Neunkirchen, diese Standorte langfristig in das räumliche Einzelhandelskonzept einzufügen und für Einzelhandel unerwünschte Standorte anderen, besser geeigneten Nutzungen zuzuführen.

4.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Eine geeignete Grundlage für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Kreisstadt Neunkirchen ist die Ausweisung zentraler Versorgungsbereiche und Ergänzungsflächen für großflächigen Einzelhandel gemäß Kapitel 4.3 sowie die Begrenzung der außerhalb dieser Bereiche zulässigen Einzelhandelsnutzungen mit Hilfe eines einfachen Bebauungsplans für das gesamte Stadtgebiet.

Ausweisung zentraler Versorgungsbereiche

Der Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ ist nicht abschließend gesetzlich geregelt. Das OVG NW hat am 11.12.2006 als erstes deutsches OVG eine Entscheidung zu § 34 Abs. 3 BauGB getroffen. In diesem Urteil wird der Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches wie folgt definiert:

Definition „zentraler Versorgungsbereich“

„Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt.“

Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – ggf. auch nur eines Teils des Gemeindegebietes – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. Das Wort „zentral“ ist nicht rein räumlich sondern vielmehr funktional zu verstehen. So gibt es je nach Lage, Art und Zweckbestimmung unterschiedliche Stufen Zentraler Versorgungsbereiche. Es wird zwischen Innenstadtzentren, Nebenzentren sowie Grund- und Nahversorgungszentren unterschieden.

Voraussetzung: Vorhandene Nutzungen

§9 Abs. (2a) BauGB regelt, dass

„zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Ortsteilen, die im Zusammenhang bebaut sind, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden kann, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können. Die Festsetzungen können dabei für Teile des räumlichen Geltungsbe-

gesetzliche Grundlage für Ausschluss von Nutzungen

reichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgeesehen sein.“

Während der Ausschluss von Nutzungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und der sonstigen, durch einen B-Plan geregelten Bereiche mit einem einfachen B-Plan im vereinfachten Verfahren nach § 13 BauGB erfolgen kann, sollte für die zentralen Versorgungsbereiche ein qualifizierter B-Plan aufgestellt werden, um so eine qualifizierte Feinsteuerung dieser Bereiche der Stadt zu ermöglichen.³⁷

Qualifizierte B-Pläne für ZVBs

Nach § 9 (2a) kann die Stadt einen einfachen B-Plan (§30 Abs.3 BauGB) aufstellen und in diesem den Erhalt bzw. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festsetzen. Verhindert werden sollen neben der Fehlentwicklung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vor allem Ansiedlungen zentrenschädlicher Einrichtungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Voraussetzung für die Erstellung eines solchen B-Plans ist eine städtebauliche Entwicklungskonzeption mit einem integrierten Einzelhandelskonzept.

vereinfachter B-Plan für restliches Stadtgebiet

Überschreiten etwaige künftige Neuansiedlungsvorhaben die Großflächigkeit, ist im Einzelfall nachzuweisen, dass die Versorgungsfunktionen der zentralen Versorgungsbereiche sowohl in der Kreisstadt Neunkirchen als auch der benachbarten Grund- und Mittelzentren nicht unzumutbar beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot Z 45 des Landesentwicklungsplan Siedlung). Die Einhaltung der weiteren Ziele und Grundsätze des LEP Siedlung für großflächigen Einzelhandel sind ebenfalls nachzuweisen.

Vorgehen bei künftigen Vorhaben

4.4.2 Spezifische Sortimentsliste für Neunkirchen

Zentrenrelevante Sortimente haben in der Regel einen geringen Flächenanspruch, sind problemlos zu transportieren, und ihre Nachfrage erfolgt häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen.

³⁷ vgl. Klinge, W.: Bebauungspläne zur Steuerung zentraler Versorgungsbereiche nach § 9 Abs. 2a BauGB und erste Überlegungen zur Anwendung in: Baurecht 5/2008, 770 - 775

Die nicht zentrenrelevanten Sortimente sind dagegen in der Regel flächenintensiv und nicht problemlos ohne PKW zu transportieren.

Die folgende spezifische Liste zentrenrelevanter Sortimente für die City und die oben definierten Nebenzentren von Neunkirchen basiert auf der Sortimentsliste aus dem LEP Siedlung und wurde an das tatsächlich bestehende Einzelhandelsangebot in der City und den Nebenzentren angepasst. Entsprechend der aktuellen Einzelhandelsstruktur in der Kreisstadt wurden einige Warengruppen als nicht zentrenrelevant definiert, die derzeit schon dezentral im Stadtgebiet Neunkirchens angeboten werden.

Vor dem Hintergrund der räumlichen Konzentration des Einzelhandels in der City der Kreisstadt Neunkirchen und den Nebenzentren sowie der Verfügbarkeit von Ergänzungsflächen in den Zentren wurde die folgende Liste zentrenrelevanter Sortimente für die Kreisstadt Neunkirchen festgelegt:

Definition Zentrenrelevanz

Tabelle 14: Zentrenrelevante Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogeriewaren / Kosmetikartikel (inkl. Apotheken)
- Schnittblumen
- Zeitschriften / Schreibwaren
- Schuhe, Bekleidung, Lederwaren
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan
- Papier, Schreibwaren, Büroartikel
- Kunst/Antiquitäten
- Unterhaltungselektronik, Computer, HiFi / Elektroartikel
- Foto/Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel und Teppiche); (Heim-)Textilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Musikalienhandel
- Uhren, Schmuck
- Spielwaren
- Sportartikel
- Fahrräder und Zubehör

Zum Schutz der Funktionsfähigkeit der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche in der Kreisstadt Neunkirchen und des Sonderstandortes SB-Warenhaus sollen Neuansiedlungen **großflächiger** Einzelhandelsbetriebe mit dem Schwerpunkt auf den genannten zentrenrelevanten Sortimenten auf die oben definierten zentralen Versorgungsbereiche und den Sonderstandort SB-Warenhaus beschränkt werden.

räumliche Begrenzung

Bei einer großflächigen Einzelhandelsansiedlung außerhalb der definierten Zentren und des Sonderstandortes SB-Warenhaus darf der Anteil der zentrenrelevanten Nebensortimente eine Verkaufsfläche

von 800 m² und einen Verkaufsflächenanteil von 10 % nicht überschreiten. Zusätzlich muss geprüft werden, ob entsprechende Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten die bestehenden Einzelhandelseinrichtungen in den Zentren nicht unzumutbar beeinträchtigen.

Einzelhandelseinrichtungen für Sortimente, die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs und/oder der Notwendigkeit eines Transportmittels nicht im Zentrum angeboten werden können, dürfen auch an nicht integrierten Standorten außerhalb des ZVB angesiedelt werden. Solche Sortimente sind zum Beispiel:

nicht zentrenrelevante Sortimente

Tabelle 15: Nicht zentrenrelevante Sortimente

- Möbel und Teppiche einschl. Küchenelektrogeräte
- Großelektrowaren
- Tapeten, Bodenbeläge, Farben / Lacke
- Baustoffe, Baumarktmaterial
- Werkzeuge
- Sanitärwaren
- Mofas, Kfz-Zubehör
- Zooartikel, Tiernahrung und Tiere
- Baby- / Kinderartikel
- Gartenbedarf
- Campingartikel
- Reit- /Jagdbedarf

Diese Warengruppen sind vornehmlich in den vorhandenen Fachmarktzentren oder an den Solitärstandorten (siehe Kapitel 3.4.5) anzusiedeln. Sie können aber auch in den Zentren das vorwiegend zentrenrelevante Angebot abrunden.

Überschreiten Neuansiedlungen die Großflächigkeit, ist im Einzelfall nachzuweisen, dass die Versorgungsfunktionen von City und bestehenden Nebenzentren sowie der benachbarten Grund- und Mittelzentren nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Die Einhaltung der weiteren Ziele und Grundsätze des LEP Siedlung für großflächigen Einzelhandel sind ebenfalls nachzuweisen (siehe Kapitel 5.2).

Die Regelungen gelten nur für großflächige Neuansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und des Sondergebiets SB-Warenhaus. Existierende Einzelhandelseinrichtungen genießen Bestandsschutz, auch wenn sie großflächig sind.

Sonderregelung SB-Warenhaus

Wie in Kap. 4.1.3 und 4.3.2 dargelegt, beabsichtigt die Kreisstadt Neunkirchen, bestehende Kaufkraftabflüsse aus dem mittelzentralen Verflechtungsbereich durch die Ansiedlung eines bislang fehlenden

SB-Warenhauses zu kompensieren. Die Verkaufsfläche des geplanten SB-Warenhauses für zentrenrelevante Waren überschreitet 800 m² bzw. 10 % der geplanten Verkaufsfläche. Aus diesem Grund wird für das geplante SB-Warenhaus eine Ausnahme von den Ansiedlungsregeln für großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten gemacht.

Begründung: Zum mittelzentralen Angebot der Kreisstädte im Saarland gehört ein SB-Warenhaus mit einem breiten und tiefen Angebot an Waren des periodischen (vorrangig) und aperiodischen (nachrangig) Bedarfs. Obwohl der Fokus der Einzelhandelsentwicklung in Neunkirchen auf der Innenstadt liegt, lässt sich das Format SB-Warenhaus nicht sinnvoll in der Innenstadt realisieren. Dies zeigte z.B. der Versuch, real,- im Saarpark-Center zu betreiben. Dieses SB-Warenhaus musste aus betriebsinternen und/oder wirtschaftlichen Gründen schließen.

2015 hat sich die Chance ergeben, ein Globus-SB-Warenhaus in Neunkirchen anzusiedeln. Damit soll die seit mehreren Jahren bestehende Lücke geschlossen, die mittelzentrale Bedeutung der Kreisstadt deutlich gestärkt und das Angebot an Waren vor allem des periodischen Bedarfs stark aufgewertet werden. Aus Sicht der Stadt überwiegen die Vorteile die entstehenden Nachteile bei Weitem, so dass die Ansiedlung des SB-Warenhauses in den Zielkatalog des Einzelhandelskonzepts aufgenommen wurde (siehe Kap. 5).

Gegen einen Standort in der City sprechen weiterhin die Größe der Einrichtung und der dadurch induzierte Verkehr. Dieser steht im Widerspruch zu einem siedlungsnahen bzw. integrierten Standort. In diesem Fall ist nicht die fußläufige Erreichbarkeit entscheidend, sondern die möglichst reibungslose PKW-Erreichbarkeit, da die Kunden hier in der Regel ihren Wochen- oder Monateinkauf erledigen und die Waren aufgrund der Menge mit dem PKW abtransportieren.

Der geplante Standort des SB-Warenhauses ist als Sonderstandort großflächiger Einzelhandel auszuweisen. Durch einen qualifizierten Bebauungsplan sind die Verkaufsflächen und Sortimente auf ein verträgliches Maß zu begrenzen. Dieses ist durch ein Auswirkungsgutachten nachzuweisen.

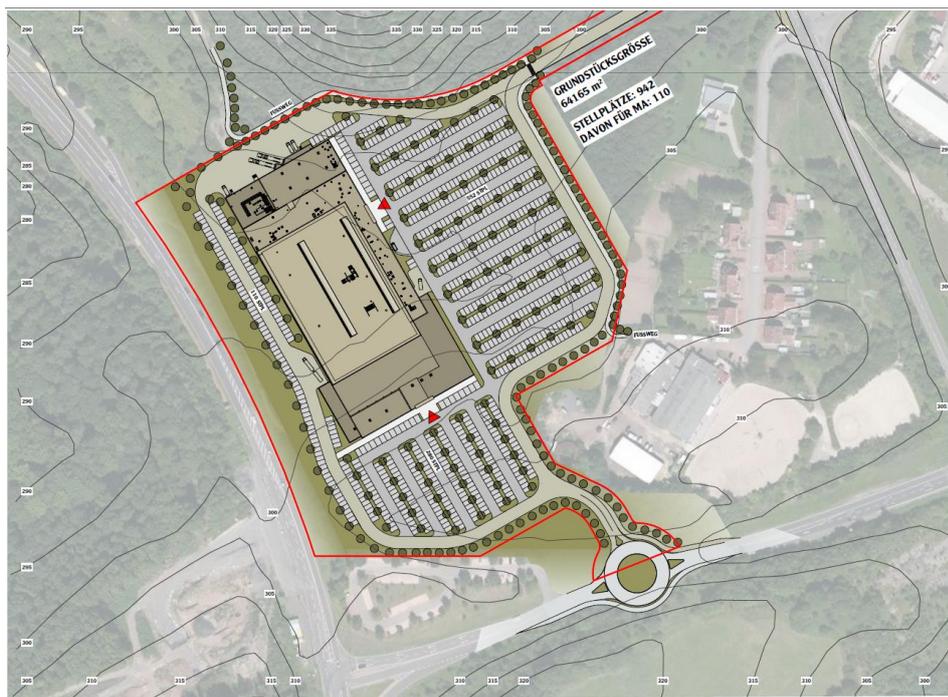
5 Anhang

5.1 Einordnung Ansiedlungsvorhaben SB-Warenhaus

Im Stadtteil Innenstadt gibt es konkrete Planungen für die Ansiedlung eines SB-Warenhauses mit 11.300 m² Verkaufsfläche nördlich der Einmündung der L 124 (Westspange) in die B41.

Vorhaben:
SB-Warenhaus

Abbildung 21: Entwurfsplanung für Ansiedlung eines SB-Warenhauses



Quelle: Markt und Standort: Auswirkungsanalyse Globus SB-Warenhaus in Neunkirchen

Einordnung in das Einzelhandelskonzept

Der nicht integrierte Planungsstandort „Betzenhölle 7“ befindet sich außerhalb der City, ist über die L124 aber in wenigen Minuten aus der Innenstadt erreichbar. Der Standort ist gut an das überörtliche Straßennetz angebunden. Die Fläche wurde im Einzelhandelskonzept als Standort für ein SB-Warenhaus ausgewiesen (siehe Abbildung 14).

Bewertung des
Vorhabens

Das Grundstück gehört zu einem Großteil dem Forst. Auch der Bund und die Stadt Neunkirchen haben Eigentumsrechte für kleinere Teilflächen des vorgesehenen Grundstücks. Die Fläche wäre somit vergleichsweise kurzfristig verfügbar, da nur ein geringer Anteil in privatem Besitz ist.

Globus plant in Neunkirchen ein SB-Warenhaus, das durch ein breites und hochwertiges Nahversorgungsangebot die bisherige qualitative Angebotslücke in der Kreisstadt Neunkirchen schließt. In Neunkirchen soll ein neues Konzept zum Tragen kommen, bei dem im Vergleich zu den bisherigen Globus-SB-Warenhäusern im Saarland der Sortimentsschwerpunkt noch deutlicher auf Waren des periodischen Bedarfs liegt. Rund zwei Drittel der Verkaufsfläche sind für Lebensmittel und Drogeriewaren eingeplant. Derzeit sind folgende Verkaufsflächenbelegungen vorgesehen:

Tabelle 16: Verkaufsflächen des SB-Warenhauses inklusive Mall nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in qm
Nahrungs- und Genussmittel	5.480
Getränkemarkt	1.000
Gesundheits- und Körperpflege	920
Bekleidung, Lederwaren	870
Schuhe	380
Uhren, Schmuck, Optik	260
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	600
Elektrowaren	400
Bücher, Schreibwaren	500
Möbel, Einrichtungsbedarf	240
Bau- und Heimwerkerbedarf	180
Hobby- und Freizeitartikel	500
Gesamt	11.330

Quelle: Markt und Standort: Auswirkungsanalyse Globus SB-Warenhaus in Neunkirchen, 2015

Das Sortiment des geplanten SB-Warenhauses wird das des bestehenden Lebensmitteleinzelhandels in Neunkirchen weitgehend abdecken, qualitativ und quantitativ aber weit darüber hinausgehen. Die in Tabelle 16 aufgeführte Verkaufsflächenverteilung des Planungsvorhabens fasst die Flächen des SB-Warenhaus und der geplanten Mall zusammen. Für die Mall sind Einzelhandelsverkaufsflächen in der Größenordnung von rund 700 m² vorgesehen.

In der Auswirkungsanalyse zum geplanten Globus-SB-Warenhaus wird die Herkunft der erwarteten Umsätze nach 3 Zonen des Einzelhandels-Einzugsbereichs der Kreisstadt Neunkirchen aufgeschlüsselt.³⁸ Markt und Standort hat für die geplante SB-Warenhaus-Ansiedlung zwei Szenarien durchgerechnet, wobei die im worst-case angesetzten Raumleistungen deutlich oberhalb dessen

³⁸ Zone 1: Stadt Neunkirchen; Zone 2: Illingen, Merchweiler, Ottweiler, Schiffweiler, Spiesen-Elversberg; Zone 3: Homburg, Kirkel, St. Ingbert, Sulzbach, Eppelborn, Heusweiler

liegen, was ein SB-Warenhaus in der vorliegenden Standort- und Wettbewerbssituation leisten kann.³⁹

Tabelle 17: Herkunft des Umsatzes nach Zonen des Einzugsbereiches

Gebiet	Bezeichnung	normal case		worst case	
		in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Zone 1	Stadt Neunkirchen	14,9	29,1%	18,1	28,5%
Zone 2	Einzugsbereich	6,8	13,2%	8,8	14,0%
Summe Zone 1 und 2		21,6	42,3%	26,9	42,4%
Zone 3	Einzugsbereich	10,3	20,1%	14,5	22,8%
Überschneidungsverluste Globus-Standorte	Zuflüsse	19,2	37,5%	22,0	34,7%
Umsatzerwartung		51,2	100,0%	63,4	100,0%

Quelle: Markt und Standort: Auswirkungsanalyse Globus SB-Warenhaus in Neunkirchen, 2015

Das geplante SB-Warenhaus hat inklusive Mall eine Umsatzerwartung zwischen 51,2 und 63,4 Mio. €, wobei das Vorhaben zwischen 19,2 und 22,0 Mio. € aus den Umsätzen der bestehenden Globus-Märkte bindet (St. Wendel, Homburg-Einöd und aus Saarbrücken). Dementsprechend liegt der umverteilungsrelevante Umsatz zwischen 31,9 und 41,4 Mio. €.

In der Auswirkungsanalyse wurden die projektrelevanten Einzelhandelsbestände im Umland von Neunkirchen erhoben und die Auswirkungen auf die verschiedenen Nachbarkommunen berechnet. Dabei wurde aufgezeigt, dass selbst im unwahrscheinlichen worst-Case-Szenario keine Kommune mit Umsatzumverteilungen von mehr als 7,4 % (Illingen) zu rechnen hat. Dementsprechend wird das Vorhaben in der geplanten Größenordnung keine unzulässigen Auswirkungen auf die Nachbarkommen haben (siehe nachfolgende Tabelle).

³⁹ Markt und Standort: Auswirkungsanalyse Globus SB-Warenhaus in Neunkirchen, 2015, S. 16

Tabelle 18: Umsatzumverteilung in den Kommunen des Einzugsbereiches

zentraler Versorgungs- bereich bzw. Stadt-, Gemein- degebiet	Zone im Einzugsbe- reich	Projekt- relevante Bestands- umsätze in Mio. €	Umlenkung Umsatz normal case		Umlenkung Umsatz worst case	
			in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Neunkirchen - Innenstadt	1	176,8	5,3	3,0%	5,8	3,3%
Neunkirchen - Außenstadt	1	236,1	9,6	4,1%	12,3	5,2%
Illingen	2	17,1	1,0	5,8%	1,3	7,4%
Merchweiler	2	30,8	1,7	5,5%	2,2	7,0%
Ottweiler	2	20,9	1,1	5,2%	1,4	6,8%
Schiffweiler	2	29,5	1,3	4,5%	1,7	5,9%
Spiesen-Elversberg	2	32,4	1,7	5,3%	2,2	6,9%
Bexbach	3	38,9	1,7	4,4%	2,4	6,2%
Friedrichsthal	3	16,7	0,7	4,0%	0,9	5,6%
Homburg - Außenstadt	3	236,6	0,7*	0,3%	1,4*	0,6%
Homburg - Innenstadt	3	83,8	0,9	1,1%	1,3	1,6%
Kirkel	3	20,8	0,6	2,8%	0,8	3,8%
St. Ingbert - Außenstadt	3	116,8	2,4	2,0%	3,0	2,6%
St. Ingbert - Innenstadt	3	93,0	1,2	1,3%	1,8	1,9%
Sulzbach	3	28,8	0,7	2,6%	1,0	3,4%
Eppelborn	3	29,3	0,8	2,9%	1,1	3,7%
Heusweiler	3	19,9	0,6	3,1%	0,8	4,0%
diffuser Bereich			4,2		5,3	
Überschneidungsumsatz mit anderen Globus-Standorten			14,8*		16,5*	
Umsatzerwartung			51,6		63,4	

Quelle: Markt und Standort: Auswirkungsanalyse Globus SB-Warenhaus in Neunkirchen, 2015

Innerhalb der Stadt Neunkirchen würde das Vorhaben zwischen 5,3 und 5,8 Mio. € aus der Innenstadt umverteilen. Dank des breiten Einzelhandelsangebots in der Neunkircher Innenstadt entspricht diese Umsatzumlenkung nur einem Anteil von 3 bis 3,3 % des Gesamtumsatzes des projektrelevanten Einzelhandelsbestands in der Innenstadt. Aus den Neben- und Nahversorgungszentren der Stadt würden durch das geplante SB-Warenhaus rund 6,4 % des Umsatzes umgelenkt werden.

Tabelle 19: Umsatzumverteilung in der Stadt Neunkirchen nach Zentren

Gebiet	normal-case			worst-case		
	Bestands- umsatz in Mio. €	Umsatz- umlenkung in Mio. €	Umsatz- umlenkung in v.H.	Bestands- umsatz in Mio. €	Umsatz- umlenkung in Mio. €	Umsatz- umlenkung in v.H.
Neunkirchen ZVB	176,8	5,3	3,0%	176,8	5,8	3,3%
NK Oberer Markt NZ	11,2	0,5	4,6%	11,2	0,7	5,9%
NK Furpach NZ	6,4	0,4	5,6%	6,4	0,4	6,9%
NK Wiebelskirchen NZ	11,5	0,6	5,4%	11,5	0,8	6,6%
Neunkirchen -Neben- zentren	29,1	1,5	5,2%	29,1	1,9	6,4%
NK Ringstraße	8,3	0,5	6,0%	8,3	0,6	7,2%
NK Zweibrücker Str.	8,2	0,4	4,9%	8,2	0,5	5,8%
NK Schillerstr.	9,6	0,6	5,8%	9,6	0,7	6,9%
NK Netto Kuchenbergstr.	4,5	0,2	5,2%	4,5	0,3	6,1%
übrige Nahversorgungs- zentren	1,6	0,1	4,3%	1,6	0,1	5,2%
Neunkirchen Nahver- sorgungszentren	33,7	1,8	5,4%	33,7	2,2	6,4%
Neunkirchen Stadtgebiet Rest	173,3	6,3	3,6%	173,3	8,2	4,7%
Gesamtstadt	412,9	14,9	3,6%	412,9	18	4,4%

Quelle: Markt und Standort: Auswirkungsanalyse Globus SB-Warenhaus in Neunkirchen, 2015

Die Auswirkungen des Vorhabens auf die einzelnen Geschäfte in der Stadt Neunkirchen und den Nachbarkommunen sind schwer zu prognostizieren. Gegebenenfalls würden Umsätze einzelner Lebensmittelmärkte unter die Rentabilitätsgrenze sinken und es zu einer Verdrängung einzelner vorhandener Märkte kommen. Es ist aber nicht die Aufgabe der Landesplanung, im Wettbewerb einzelne Anbieter zu schützen.

Bei der Abwägung der positiven und negativen Folgen überwiegen die positiven Effekte für Neunkirchen, weshalb die negativen in Kauf genommen werden. Insgesamt bedeutet die Ansiedlung für das Mittelzentrum Neunkirchen eine quantitative und qualitative Angebotserweiterung, die je nach Szenario einen zusätzlichen Einzelhandelsumsatz zwischen 36,3 und 45,3 Mio. € innerhalb der Stadtgrenzen generiert. Bisher ist die Kaufkraftbindung für periodischen Bedarf in anderen Mittelzentren höher als in Neunkirchen.

Ein SB-Warenhaus ist ein mittelzentrales Angebot, das es aufgrund der Größe, Angebotsbreite und -tiefe sowie der Qualität der Waren in Grundzentren nicht geben kann. Die Ansiedlung eines entsprechen-

den Angebotes im Mittelzentrum stellt letztlich eine Qualitätssteigerung des Angebots für den gesamten mittelzentralen Verflechtungsbereich da.

Nach der Schließung des SB-Warenhauses real ist es der Planungswille der Stadt, in Neunkirchen wieder ein entsprechendes Angebot anzusiedeln. Neunkirchen kann mit dem Vorhaben seine Attraktivität als Einzelhandelsstandort steigern und mit der Schließung einer Angebotslücke an einem gut erreichbaren Standort seinem Ruf als autofreundliche Einkaufsstadt gerecht werden. Für die Innenstadt ist durch die Neuansiedlung von Synergieeffekten auszugehen. Das Vorhaben entspricht somit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neunkirchen.

5.2 Aussagen des LEP Siedlung zum großflächigen Einzelhandel

Auszug aus dem Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt Siedlung vom 4.7.2006, Abs. 2.5.2, Punkt (41) - (49): Ziele und Grundsätze

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

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

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

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

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

(43) **(Z)** Geschoss- und Verkaufsflächen mehrerer Einzelhandelseinheiten, die im räumlich-funktionalen Verbund zueinander stehen (Einzelhandelsagglomerationen), sind zusammenzuzählen. Als Verkaufsfläche gelten hierbei alle Flächen, auf denen der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich sind (einschließlich Kassen- und Packzonen, Gänge, Treppen innerhalb der Verkaufsräume, Standflächen für Warenträger und Einrichtungsgegenstände). Zur Verkaufsfläche zählen auch Freiflächen, die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt werden sowie Lagerräume, die gleichzeitig dem Verkauf dienen („Verkauf ab Lager“).

- (44) **(Z)** Großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen sich bezüglich Größenordnung und Warensortiment funktional in die vorgegebene zentralörtliche Versorgungsstruktur einfügen. Der Einzugsbereich der entsprechenden Einzelhandelseinrichtung darf den Verflechtungsbereich des betreffenden zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten (*Kongruenzgebot*). Dies ist vom Planungsträger entsprechend nachzuweisen.
- (45) **(Z)** Neuansiedlungen, Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen großflächiger Einzelhandelseinrichtungen dürfen das Zentrale-Orte-Gefüge des Landes sowie die Funktionsfähigkeit des jeweiligen zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereiches des zentralen Ortes (Standortgemeinde) sowie der benachbarten zentralen Orte (Nachbargemeinden) nicht beeinträchtigen (*Beeinträchtigungsverbot*). 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.
- (46) **(Z)** 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.
- (47) **(Z)** Großflächige Einzelhandelseinrichtungen können unter Beachtung der landesplanerischen Zielsetzungen in Ausnahmefällen auch außerhalb integrierter Standorte des jeweiligen zentralen Ortes in Sondergebieten (gemäß Baunutzungsverordnung) ausgewiesen werden. Dies gilt allerdings nur für Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevanten Warensortimenten, also für Warensortimente außerhalb der in Anlage 7 dargestellten zentrenrelevanten Sortimentsgruppen, deren Vertriebsformen aufgrund ihrer fachlichen Spezialisierung hauptsächlich auf große ebenerdige Ausstellungs- und Verkaufsflächen angewiesen sind (z. B. Möbelhäuser, Bau- und Gartenmärkte, Autohäuser). In diesen Sondergebieten ist durch geeignete Bebauungsplan-Festsetzungen die Bündelung zulässiger, nicht-zentrenrelevanter Warensortimente zu ermöglichen.

- (48) **(G)** Standorte für großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen grundsätzlich in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden werden.
- (49) **(Z)** Die planenden Standortgemeinden haben im Sinne der § 2 Abs. 2 BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB die übergemeindliche Abstimmung von Planung und Ansiedlung, Erweiterung oder Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sicherzustellen (*interkommunales Abstimmungsgebot*).
- (G)** Den Gemeinden wird empfohlen, (inter-) kommunale Einzelhandelskonzepte zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der betreffenden Gemeinde bzw. im betreffenden Teilraum aufzustellen.

5.3 Räumliches Einzelhandelskonzept (Plan)

Auf der folgenden Seite:

Abbildung 22: Räumliches Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Neunkirchen

**Kreisstadt Neunkirchen
Räumliches Einzelhandelskonzept**

Zonen der Einzelhandelsnutzung

-  Kernzone der City
-  Randbereiche der City
-  Innenstadtgürtel
-  Fachmarktzentren
-  Nebenzentren
-  Ergänzungsbereich
-  Nahversorgungsstandorte
-  SB-Warenhaus geplant
-  Wohnbebauung

Stand: 12/2015
Kartengrundlage:
LKV Saarland, TK 25
unmaßstäblich verkleinert

