



Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes und ergän- zender Einzelhandelsnutzungen im Blieszentrum in der Stadt Ottweiler

AUFTRAGGEBER: MS Projektgesellschaft Blieszentrum Ottweiler
GmbH, Pirmasens

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck

PROJEKTBEARBEITUNG: Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüler

Ludwigsburg, den 20.03.2024

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

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

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit auf die genderkonforme Schriftform. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

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

Vorbemerkung

Im Februar 2024 erteilte die MS Projektgesellschaft Blieszentrum Ottweiler GmbH der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes und ergänzender Einzelhandelsnutzungen am Standort Blieszentrum in Ottweiler.

Mit der Verkaufsfläche von max. 1.000 m² VK für die Einzelhandelsnutzungen (Drogeriemarkt, Elektronik / Telekommunikation, Apotheke) liegt das Gesamtvorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² VK bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Da am Standort ein Sondergebiet großflächiger Einzelhandel ausgewiesen werden soll, sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß §11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Amtes des Saarlandes, Branchenkenntzahlen des EHI und des Hahn-Verlages, aktuelle Erhebungsdaten, Angaben der Auftraggeberin sowie Erkenntnisse aus früheren GMA-Untersuchungen in Ottweiler und umliegenden Kommunen zur Verfügung.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Ottweiler. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA dennoch keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 20.03.2024
SC

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Rechts- und Planungsrahmen	7
3. Definitionen	9
4. Struktur- und Marktdaten zu den geplanten Nutzungselementen	10
4.1 Drogeriemarkt	10
4.2 Unterhaltungselektronik / Telekommunikation	11
4.3 Struktur- und Marktdaten zur geplanten Apotheke	12
5. Daten zum Einzelhandelsvorhaben im „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“	12
II. Standortbeschreibung und -bewertung	14
1. Makrostandort Ottweiler	14
2. Mikrostandort „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ an der Bahnhofstraße	16
3. Fazit der Standortbewertung	19
III. Projektrelevante Wettbewerbssituation für das Vorhaben	20
1. Angebots- und Wettbewerbssituation in der Stadt Ottweiler	20
2. Angebots- und Wettbewerbssituation in umliegenden Städten und Gemeinden	20
3. Fazit der Wettbewerbsanalyse	23
IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	25
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes	25
2. Vorhabenrelevantes Kaufkraftpotenzial	26

V. Auswirkungsanalyse	28
1. Auswirkungsanalyse im Szenario 1 (Verlagerung und Erweiterung des örtlichen dm-Drogeriemarktes)	28
1.1 Umsatzerwartung	28
1.1.1 Umsatzermittlung für den Drogeriemarkt	28
1.1.2 Umsatzerwartung für einen Shop für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation	29
1.1.3 Umsatzerwartung einer Apotheke	30
1.1.4 Kumulierte Umsatzerwartung für die vorgesehenen Anbieter	30
1.2 Wettbewerbswirkungen	31
1.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	33
1.4 Raumordnerische Bewertung des Vorhabens im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)	35
2. Auswirkungsanalyse im Szenario 2 (Neuansiedlung eines zusätzlichen Drogeriemarktes)	37
2.1 Umsatzerwartung	37
2.1.1 Umsatzermittlung für den Drogeriemarkt	37
2.1.2 Umsatzerwartung für einen Shop für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation	37
2.1.3 Umsatzerwartung einer Apotheke	38
2.1.4 Kumulierte Umsatzerwartung für die vorgesehenen Anbieter	38
2.2 Wettbewerbswirkungen	38
2.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	39
2.4 Raumordnerische Bewertung des Vorhabens im Szenario 2 (Neuansiedlung zusätzlicher Drogeriemarkt)	41
VI. Abschließende Beurteilung und Empfehlungen zur Planung	43

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der saarländischen Stadt Ottweiler soll auf der innerstädtischen Konversionsfläche zweier ehemaliger Industriebetriebe an der Bahnhofstraße das Nahversorgungszentrum „Blieszentrum“ realisiert werden.

In einem ersten Teilabschnitt sind zwei Lebensmittelmärkte (EDEKA-Supermarkt, Aldi-Discountmarkt) im Erdgeschoss sowie Werkstatt- bzw. Wohnnutzungen in den Obergeschossen vorgesehen. Dieses Vorhaben wurde mit der saarländischen Landesplanung abgestimmt. Der Bebauungsplan „Blieszentrum I“ weist hier ein Sondergebiet großflächiger Einzelhandels aus; die Gebäude sind bereits im Bau.

In Ergänzung hierzu sind in einem zweiten Teilabschnitt ein Drogeriefachmarkt, ein Anbieter von Elektronik / Telekommunikation und eine Apotheke vorgesehen. Mit der Gesamtverkaufsfläche (VK) von max. 1.000 m² für die vorgesehenen Einzelhandelsnutzungen liegt das Vorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² VK bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Da für den Standort „Ergänzung Blieszentrum“ ein Sondergebiet großflächiger Einzelhandel (SO) ausgewiesen werden soll, sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß §11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Zu beachten ist, dass es sich bei dem Drogeriemarkt um eine Verlagerung des bereits in Ottweiler ansässigen Drogeriemarktes handeln könnte. Da die Auswirkungen des Vorhabens im Falle einer Verlagerung eines Bestandsbetriebs anders sein werden als im Falle einer Neuansiedlung eines zusätzlichen Anbieters, werden in diesem Bericht zwei Szenarien betrachtet.

Die vorliegende Bericht zu den Auswirkungen der Realisierung des geplanten „Sondergebietes Ergänzung Blieszentrum“ umfasst hierzu folgende Untersuchungsschritte:

- /// Definitionen und Daten zum Einzelhandelsvorhaben im Bereich „Blieszentrum II“
- /// Beurteilung des Makro- und Mikrostandortes
- /// Darstellung der Angebots- und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebiets des Nahversorgungszentrums und Ermittlung des dortigen projektrelevanten Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials
- /// Berechnung der Umsatzerwartungen der Einzelhandelsnutzungen im Ergänzungsgebiet
- /// Darlegung der hiervon ausgelösten ökonomischen Folgen und Umsatzumverteilungen
- /// Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Prüfung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit den raumordnerischen Regelungen der Landesplanung
- /// Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

2. Rechts- und Planungsrahmen

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: ¹

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

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

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.²
2. Die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Außerdem sind die **raumordnerischen Ziele der saarländischen Landesplanung (LEP)** zu berücksichtigen. Der LEP befindet sich aktuell in Fortschreibung, derzeit läuft die öffentliche Auslegung des Entwurfs zum LEP Saarland 2030³. Die Raumordnung fordert eine wohnortnahe

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. IS. 132); zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. IS. 176) m. W. v. 07.07.2023.

² Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

³ Vgl. im Folgenden: Saarländisches Ministerium für Inneres, Bauen und Sport: Entwurf zum Landesentwicklungsplan Saarland 2030, Stand Juli 2023.

Grundversorgung. Grundsätzlich soll daher „Innenentwicklung statt Außenentwicklung“ stattfinden. Höherwertige Einrichtungen (auch großflächiger Einzelhandel) sind auf den zentralen Ortsteil (hier: Kernstadt Ottweiler) zu konzentrieren. Im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege“ sollen zentralörtliche Versorgungseinrichtungen räumlich in zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) gebündelt werden. Die zentralen Versorgungsbereiche sind in einem Einzelhandelskonzept zu definieren und zu begründen. In Ottweiler wurde das Einzelhandelskonzept zuletzt im Jahr 2020 fortgeschrieben⁴.

Für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigem Einzelhandel enthält der LEP Saarland 2030 im Abschnitt 3.01 Siedlungsstruktur (i) folgende Ziele und Grundsätze:

- /// **Konzentrationsgebot (Z 23):** Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Grundzentren zulässig und dort auf zentrale Gemeindeteile zu konzentrieren.
- /// **Einzelhandelsagglomeration (Z 24):** Geschoss- und Verkaufsflächen mehrerer Einzelhandelseinheiten, die im räumlich-funktionalen Verbund liegen, sind zusammenzuzählen. Als Agglomeration gelten räumlich nahe beieinanderliegende Einzelhandelsbetriebe mit zusammen mehr als 1.200 m² Geschossfläche, die neu angesiedelt, erweitert oder geändert werden, und deren Gebäudeeingänge nicht weiter als 150 m Luftlinie auseinanderliegen.
- /// **Kongruenzgebot (Z 25):** Neuansiedlungen, Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen großflächiger Einzelhandelseinrichtungen müssen sich bezüglich Größenordnung und Warensortiment funktional in die vorgegebene, zentralörtliche Versorgungsstruktur einfügen. Der Einzugsbereich des Einzelhandelsvorhabens darf den Verflechtungsbereich des betreffenden zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten. Eine wesentliche Überschreitung liegt in der Regel vor, wenn mehr als 30% des Vorhabenumsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs der Standortkommune stammt.
- /// **Beeinträchtungsverbot (Z 26):** 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 zentralen Orte im Vorhabeneinzugsbereich nicht beeinträchtigen. Eine Beeinträchtigung wird dann angenommen, wenn das Vorhaben städtebauliche Auswirkungen im betreffenden zentralen Versorgungsbereich erwarten lässt, die diesen in seiner Versorgungsfunktion insgesamt oder hinsichtlich einzelner Branchen beeinträchtigt.
- /// **Integrationsgebot (Z 27):** Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind innerhalb des Siedlungszusammenhangs (integrierter Standort) und im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit zentralen Versorgungsbereichen des jeweiligen zentralen Ortes (Innenstadt oder Nebenzentren) zu errichten.

Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sind in zentralen Orten auch an bestehenden Nahversorgungsstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zulässig, sofern dieser städtebaulich integriert (außerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten) liegt, das Vorhaben der Nahversorgung

⁴ Vgl. isoplan-Marktforschung Dr. Schreiber & Kollegen GbR: Einzelhandelskonzept 2020 der Stadt Ottweiler, Saarbrücken / Ottweiler, 19.10.2020.

dient⁵ und keine nachteiligen raumordnerisch-städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder andere Nahversorgungsstandorte zu erwarten sind.

- // **ÖPNV-Anbindung (G 44):** Standorte für großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen grundsätzlich in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden werden.
- // **Interkommunales Abstimmungsgebot (Z 29):** Die planende Standortgemeinde muss bei Planung und Ansiedlung, Erweiterung oder Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO die die übergemeindliche Abstimmung sicherstellen.

Maßgeblich für die Zuordnung der Warensortimente ist die im jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzept festgelegte Sortimentsliste. Ebenso wie im LEP Saarland sind im Einzelhandelskonzept Ottweiler 2020 Drogeriewaren, Kosmetika, pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel sowie Unterhaltungselektronik/Telekommunikations- und EDV-Bedarf, als zentrenrelevant eingestuft.⁶

3. Definitionen

Verkaufsfläche (VK) wird in dieser Analyse als gemäß LEP Saarland⁷ die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird bzw. die mit dem Verkaufsvorgang in einem räumlich-funktionalen Zusammenhang stehen und die dem Kunden zugänglich sind. Hierzu zählen auch Gänge, Ein- und Ausgangsflächen (Windfang), der vom Kunden betretbare Teil des Pfandraumes, die Kassenzonen (einschließlich des Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Vorkassenzonen sowie 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“). Nicht dazu gehören reine Lagerflächen, Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen, sowie Sozial- und Toilettenräume.

Bei den **Sortimenten** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Drogeriemärkten Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden.

Der geplante **Betriebstyp** ist wie folgt charakterisiert⁸:

„Drogeriemarkt:

Ein Drogeriemarkt ist ein mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören die frei verkäuflichen Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel, v. a. aus dem Biobereich.“

⁵ Der Nahversorgung dient ein Vorhaben gemäß Z 27 LEP „in der Regel dann, wenn die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens in einem 1.000m-Radius eine Abschöpfungsquote von 35 % der sortimentspezifischen Kaufkraft nicht überschreitet und keine wesentliche Überschneidung der 1.000m-Isodistanz mit der 1.000m-Isodistanz des nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiches besteht.“

⁶ Vgl. Einzelhandelskonzept 2020 der Stadt Ottweiler, Saarbrücken / Ottweiler, 19.10.2020, S. 37; LEP Saarland 2030, Anlage 6. Nur Nahrungs- und Genussmittel gelten als nahversorgungsrelevantes Sortiment.

⁷ Vgl. Saarländisches Ministerium für Inneres, Bauen und Sport: Entwurf zum Landesentwicklungsplan Saarland 2030, Stand Juli 2023.

⁸ Definition gemäß EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2023, Köln 2023, S. 395.

4. Struktur- und Marktdaten zu den geplanten Nutzungselementen

4.1 Drogeriemarkt

In einem Drogeriemarkt umfasst das Kernsortiment Körperpflege, Kosmetik, Hygieneartikel, Badzubehör, Parfümerie sowie Putz-, Wasch- und Reinigungsmittel. Zu den üblichen ergänzenden Randsortimente zählen Nahrungs- und Genussmittel (v. a. Babykost, Naturkost-Trockenware, Nahrungsergänzungsmittel, freiverkäufliche Arzneimittel, Süßwaren, Erfrischungsgetränke, Wein), Heimtierbedarf (Tiernahrung, Nagerstreu), Ungezieferschutz, Papier- und Schreibwaren, Spielwaren, Kleintextilien (Strümpfe, Babybekleidung), Fotobedarf, Haushaltswaren (u. a. Babypflege, Küchenhelfer, Dekoration, Kerzen, Wasserfilter) sowie Schmuck. Damit ergänzen Drogeriemärkte die Lebensmittelmärkte als wesentliche Nahversorger.

Neben Drogeriemärkten werden Drogeriewaren und Kosmetikartikel über den Lebensmittel-einzelhandel, Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken, Kaufhäuser und Sonderpostenmärkte abgesetzt.

Im Vergleich der deutschen Drogeriemarktketten nimmt dm derzeit mit ca. 44 % den höchsten Marktanteil an, Rossmann erreicht ca. 38 %, Müller ca. 15 % und Budnikowsky knapp 3 %.⁹

Die in Deutschland vertretenen Drogeriemärkte sind in zwei Typen zu unterteilen:

- /// Zum einen gibt es Drogeriemärkte mit einer Standardgröße von ca. 600 bis 800 m² VK (Betreiber dm, Rossmann, Budnikowsky¹⁰), die etwa 80 % ihres Gesamtumsatzes mit dem Drogeriewaren-Kernsortiment und ca. 20 % mit Randsortimenten erzielen. Budni-Märkte sind allerdings im Saarland und in Rheinland-Pfalz bisher nicht vertreten.
- /// Der Betreiber Müller dagegen profiliert sich durch mehrere Sortimentsschwerpunkte, welche zusätzlich zum Drogeriewaren-Kernsortiment noch Fachsortimente von Multimedia, Schreib- und Spielwaren sowie Haushaltswaren / Geschenkartikeln umfassen (nach Art eines Kleinkaufhauses). Müller benötigt daher i. d. R. großflächige Objekte, mit bis zu 2.000 m² VK, weshalb dieser Betreiber für das Planobjekt in Ottweiler mit den dort angestrebten ca. 763 m² VK nicht in Betracht kommt.

Festzuhalten ist daher, dass für den geplanten Drogeriemarkt im Bereich „Ergänzung Blieszentrum“ nur die Betreiber dm (dieser dann als Verlagerung der bestehenden Filiale in Ottweiler) oder Rossmann (dieser dann als Neuansiedlung) realistisch sind.

Aktuell erwirtschaften Filialen des Marktführers dm einen Durchschnittsumsatz von ca. 4,7 Mio. € (basierend auf einer Durchschnittsgröße von ca. 633 m² VK je Filiale und einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von ca. 7.409 € je m² VK). Rossmann-Märkte erzielen im Durchschnitt einen Umsatz von ca. 3,8 Mio. € (bei einer Durchschnittsgröße von ca. 610 m² VK je Filiale und einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von ca. 6.153 € je m² VK).¹¹

⁹ GMA-Berechnung nach EHI handel aktuell 2023/2024, S. 119; Stand 2021.

¹⁰ Ganz überwiegend im Raum Hamburg expandierend. Außerhalb Norddeutschlands existieren derzeit nur in Baden-Württemberg vereinzelte Budni-Märkte als Shop-in-shop-Konzept in Edeka-Märkten.

¹¹ Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Retail Real Estate Report Germany 2023 / 2024, Bergisch Gladbach 2023, S. 49; Angaben für 2022.

4.2 Unterhaltungselektronik / Telekommunikation

Der Einzelhandel im Bereich Elektrowaren umfasste 2022 in Deutschland ein Umsatzvolumen von rd. 68,0 Mrd. €. Insgesamt verzeichnete die Technikbranche gegenüber 2019 ein Wachstum von knapp 14 %, was hauptsächlich auf IT, Telekommunikation und Elektro-Großgeräte zurückzuführen war.¹²

Der Bereich **Telekommunikation** ist mit rund 19,2 Mrd. € im Jahr 2022 das zweitgrößte Segment in der Technikbranche nach IT; er konnte sich zuletzt über besonders hohe Umsatzsteigerung freuen (+13 % gegenüber dem Vorjahr)¹³. Ursächlich hierfür sind der rasante technische Fortschritt in der Mobiltelefonie (u. a. mit Kamera-, Video-, Internetzugangs-, Navigations-, Musiknutzungs-, Spiele-, Apps-, Bezahl-, Authentifizierungs-Funktionen usw.) sowie der damit verbundene Wandel des Kommunikations- und Identifikationsverhaltens in allen Altersschichten der Bevölkerung. Hinzu kommt, dass die durchschnittliche Besitzdauer eines Mobiltelefons in Deutschland, bedingt durch Vertragslaufzeiten, Innovationszyklen und modischen Vorlieben, nur 18 bis 24 Monate beträgt, sodass relativ häufig Nachkäufe von Smartphones erfolgen. Weitere häufig verkaufte Zubehörartikel sind Handytaschen und -hüllen, Kabel und Halterungen.

Der Bereich **Consumer Electronics** gehört dagegen mit rund 6,1 Mrd. € im Jahr 2022 zu den umsatzschwächeren Segmenten in der Technikbranche; er musste zuletzt einen erheblichen Umsatzrückgang hinnehmen (-10 % gegenüber dem Vorjahr)¹⁴. Die Gründe dafür liegen zum einen im hohen Ausstattungsgrad in der deutschen Bevölkerung, zum anderen in der Substitution von Artikeln der Unterhaltungselektronik durch neue Funktionen in Mobiltelefonen.

Bei den **Absatzwegen im Elektrowarenhandel** sind in den letzten Jahrzehnten deutliche Verschiebungen erfolgt. Während in Deutschland bis in die 1960er Jahre spezialisierte Fachhändler und Warenhäuser die verbeiteste Vertriebsform waren, konnten bis zur Jahrtausendwende großflächige Elektrofachmärkte erhebliche Marktanteile im stationären Einzelhandel gewinnen (u. a. Marktführer Media Markt / Saturn). Seit einigen Jahren nimmt der **Online Handel** rasant an Bedeutung zu. Hierbei treten neben sogenannten reinen Online-Händlern (pure player) wie Amazon oder spezialisierten Online-Händlern auch verstärkt Online-Shops der stationären Anbieter auf, zuletzt auch Second-Hand-Anbieter von refurbisheden Smartphones. Nach Statistiken des HDE ist der Anteil des Onlinehandels in der Warengruppe „Consumer Electronics / Elektro“ besonders hoch, er beträgt derzeit mehr als 40 %¹⁵. Besonders hoch ist der Anteil des Onlinehandels erfahrungsgemäß in ländlich geprägten Regionen.

¹² Quelle: Bundesverband Technik des Einzelhandels e. V. (BVT): Technikmarkt – Marktvolumen 2022; aus: https://www.bvt-ev.de/images/markt/BVT-Technikumsatz-2022_2.jpg?m=1689268504&; abgerufen am 15.03.2024.

¹³ Quelle: Bundesverband Technik des Einzelhandels e. V. (BVT): Technikmarkt – Marktvolumen 2022; ebd.

¹⁴ Quelle: Bundesverband Technik des Einzelhandels e. V. (BVT): Technikmarkt – Marktvolumen 2022; ebd.

¹⁵ Quelle: Handelsverband Deutschland HDE e. V.: HDE Online Monitor 2023, Berlin 2023, S. 14.

4.3 Struktur- und Marktdaten zur geplanten Apotheke

Der Nettoumsatz aller Apotheken in Deutschland belief sich im Jahr 2022 auf rd. 64,3 Mrd. €¹⁶, d. h. knapp 762 € pro Einwohner¹⁷. Die Apothekendichte liegt im Bundesdurchschnitt bei 0,22 Apotheken je 1.000 Einwohner, im Saarland bei 0,28 Apotheken je 1.000 Einwohner¹⁸.

Aus der Gesamtzahl von 18.068 Apotheken in Deutschland im Jahr 2022¹⁹ errechnet sich ein **Durchschnittsumsatz von ca. 3,56 Mio. € pro Apotheke**. Von dem Gesamtumsatz entfällt ca. 91,2 % auf apothekenpflichtige Medikamente (mit oder ohne Verschreibungspflicht), ca. 0,4 % auf freiverkäufliche Arzneimittel und ca. 8,4 % auf apothekenübliche Ergänzungssortimente²⁰. Der Anteil der einzelhandelsrelevanten Umsätze (mit freiverkäuflichen Arzneimitteln und Ergänzungssortimenten) umfasst also ca. 8,8 %, wogegen ca. 91,2 % nicht-einzelhandelsrelevant sind (da sie sich auf apothekenpflichtige Medikamente beziehen). Aus dem o. g. Durchschnittsumsatz pro Apotheke ergibt sich somit ein **einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil von ca. 310.000 € pro Apotheke**.²¹ Darin enthalten sind allerdings nicht nur öffentliche Apotheken, sondern auch Versandapotheken, die insbesondere im Bereich der Selbstmedikation einen erheblichen Marktanteil aufweisen (knapp 21 %)²².

5. Daten zum Einzelhandelsvorhaben im „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“

Das Vorhaben ist **Teil des geplanten Nahversorgungszentrums „Blieszentrum“** an der Bahnhofstraße, in Mitten der Kernstadt von Ottweiler. Mit der Entwicklung des Zentrums soll eine Bündelung von Nahversorgungseinrichtungen in städtebaulich integrierter Lage und zugleich eine Nachnutzung von brach liegenden Konversionsflächen ehemaliger Industriebetriebe erfolgen. Neben nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsnutzungen sollen auf den Grundstücken auch Wohnnutzungen sowie weitere nicht störende Nutzungen (Dienstleistungen, Gastgewerbe, Büros, Werkstätten, Gewerbe, Anlagen für soziale, kulturelle, kirchliche und gesundheitliche Zwecke) entstehen.

Das **Plangebiet** „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ umfasst eine Teilfläche der ehemaligen Alugießerei Werle. Laut Bebauungsplanentwurf „Blieszentrum II“ sind in der Teilfläche „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ folgende Einzelhandelsnutzungen zulässig:

- /// Drogeriemarkt mit max. 770 m² Verkaufsfläche (VK)
- /// Anbieter für Elektronik/Telekommunikation mit max. 230 m² VK
- /// Apotheke mit ca. 400 m² Nutzfläche.

¹⁶ Quelle: Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e. V. (ABDA): Die Apotheke, Zahlen Daten Fakten 2023, S. 90.

¹⁷ GMA-Berechnung auf Basis von Bevölkerungsdaten des Statistischen Bundesamtes, Stand 31.12.2022.

¹⁸ Quelle: ABDA: Die Apotheke, Zahlen Daten Fakten 2023, S. 21.

¹⁹ Quelle: ABDA: Die Apotheke, Zahlen Daten Fakten 2023, S. 21.

²⁰ Medizinisch-technische Hilfsmittel und Krankenbedarf, Mittel zur Hygiene und Körperpflege, Verbandstoffe und Pflaster, Nahrungsergänzungsmittel, Tests und Messgeräte, Diätmittel / Diätetika, weitere nicht als Arzneimittel klassifizierte Präparate.

²¹ Quelle: ABDA: Die Apotheke, Zahlen Daten Fakten 2023, S. 90; Stand: 2022; GMA-Berechnung.

²² Quelle: ABDA: Die Apotheke, Zahlen Daten Fakten 2023, S. 25.

Ursprünglich war seitens der Stadt für das Plangebiet „Ergänzung Blieszentrum“ die Ausweisung eines Urbanen Gebietes (MU) geplant. Um jedoch die Verkaufsfläche beschränken zu können, ist nun stattdessen ein Sondergebiet großflächiger Einzelhandel (SO) vorgesehen.

Der Planstandort befindet sich unmittelbar nördlich des durch einen Bebauungsplan rechtskräftig festgesetzten „Blieszentrum I“, wo auf dem ehem. SGGT-Gelände zwei großflächige Lebensmittelmärkte (Aldi, EDEKA inkl. Backshop) mit insgesamt max. 3.300 m² VK sowie Wohnungen und sonstige nicht störende Nutzungen entstehen. Die Einzelhandelsnutzungen im geplanten „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ werden über den Parkplatz vom „Blieszentrum I“ erschlossen. Insofern ist die Planung als zusammenhängende Einzelhandelsagglomeration mit den Lebensmittelmärkten zu betrachten.

In den übrigen Teilflächen des ehemaligen Werle-Geländes soll der Nutzungsschwerpunkt im Bereich Wohnen liegen, daneben sind weitere nicht störende Nutzungen wie z. B. Werk- und Wohnstätten für behinderte Menschen, Demenzwohngruppen, Büros oder Gesundheitseinrichtungen denkbar. Es soll sich dabei um einen Angebotsbebauungsplan handeln, der mit der Festsetzung eines Mischgebietes (MI) ein breites Nutzungsspektrum ermöglicht.

Zu beachten ist, dass es sich bei dem geplanten Drogeriemarkt um eine Verlagerung des in Ottweiler an der Bliesstraße 8 ansässigen Drogeriemarktes dm (dort ca. 690 m² VK) handeln könnte (= Szenario 1). Alternativ könnte im Blieszentrum auch eine Neuansiedlung eines zusätzlichen Drogeriemarktes erfolgen. Vor dem Hintergrund der Wettbewerbs- und Standortbedingungen wäre in diesem Szenario 2 mit dem Betreiber Rossmann zu rechnen.

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Ottweiler

Die für das Vorhaben wesentlichen Eigenschaften des Makrostandortes Ottweiler sind in der nachfolgenden Tabelle 1 zusammengefasst.

Tabelle 1: Wesentliche Standorteigenschaften der Stadt Ottweiler als Standort für den Einzelhandel

Kriterium	Charakteristika der Stadt Ottweiler
Lage im Raum	<ul style="list-style-type: none"> /// Östliches Saarland im Saar-Nahe-Bergland /// Nachbarkommunen: Neunkirchen, Schiffweiler, Illingen, St. Wendel, Breitenbach, Dunzweiler
Landkreis	Verwaltungssitz des Landkreises Neunkirchen (insg. ca. 132.300 EW ^{*1})
Landesplanerische Funktion	<ul style="list-style-type: none"> /// Grundzentrum im ländlichen Raum /// Lage an einer Siedlungsachse 1. Ordnung
Nahbereich	eigenes Stadtgebiet
Bevölkerungsaufkommen und -entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> /// Bevölkerung (2022) ^{*1}: ca. 14.540 EW /// Bevölkerungsentwicklung 2012 – 2022 ^{*2}: -1,3 %
Nachbarkommunen	<ul style="list-style-type: none"> /// Kreisstadt Neunkirchen (Saar), rund 46.700 EW ^{*1} /// Kreisstadt St. Wendel, rund 25.600 EW ^{*1} /// Illingen (Saar), rund 16.000 EW ^{*1} /// Schiffweiler, rund 15.700 EW ^{*1} /// Breitenbach (Pfalz), rund 1.800 EW ^{*3} /// Dunzweiler, rund 800 EW ^{*3}
Verkehrliche Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> /// im MIV gut: <ul style="list-style-type: none"> ■ B 41 (Neunkirchen – St. Wendel – Idar-Oberstein – Bad Kreuznach) ■ B 420 (Ottweiler – Kusel – Lauterecken – Nierstein) ■ diverse Landesstraßen aus den Nachbarkommunen /// im ÖPNV gut: <ul style="list-style-type: none"> ■ Haltepunkt an der Regionalbahn Saarbrücken – St. Wendel – Mainz ■ Diverse Haltepunkte für Stadt- und Regionalbusse
Wirtschaftsstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// rund 4.300 Beschäftigte am Arbeitsort ^{*4} /// negativer Pendlersaldo (ca. 4.700 Auspendler, 3.400 Einpendler) ^{*4}
Siedlungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> /// Kernstadt Ottweiler (mit Ortsteil Neumünster) sowie 4 ländlich geprägte Stadtteile (Fürth, Lautenbach, Mainzweiler, Steinbach) /// Siedlungsgebiete der Kernstadt größtenteils durch Wohnnutzungen geprägt, ehemaliger Industriestandort Wehrle / SGGT am östlichen Rand der Altstadt /// Hauptverkehrsachsen (sternförmige Erschließung der Kernstadt): <ul style="list-style-type: none"> ■ Bliessstraße – Martin-Luther-Straße – Kohlwaldstraße (B 41) ■ Fürther Straße (B 420) ■ Illinger Straße (L 141) ■ Seminarstraße (L128) ■ Saarbrücker Straße (L 124)

^{*1} Quelle: Statistisches Landesamt Saarland, Stand 31.12.2022 (Einwohner mit Hauptwohnsitz), ca.-Wert gerundet

^{*2} Quelle: Statistisches Landesamt Saarland, Stand jeweils 31.12. (Einwohner mit Hauptwohnsitz), ca.-Wert gerundet

^{*3} Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2022 (Einwohner mit Hauptwohnsitz), ca.-Wert gerundet

^{*4} Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2023; ca.-Werte gerundet

Tabelle 1: Wesentliche Standorteigenschaften der Stadt Ottweiler als Standort für den Einzelhandel (Fortsetzung)

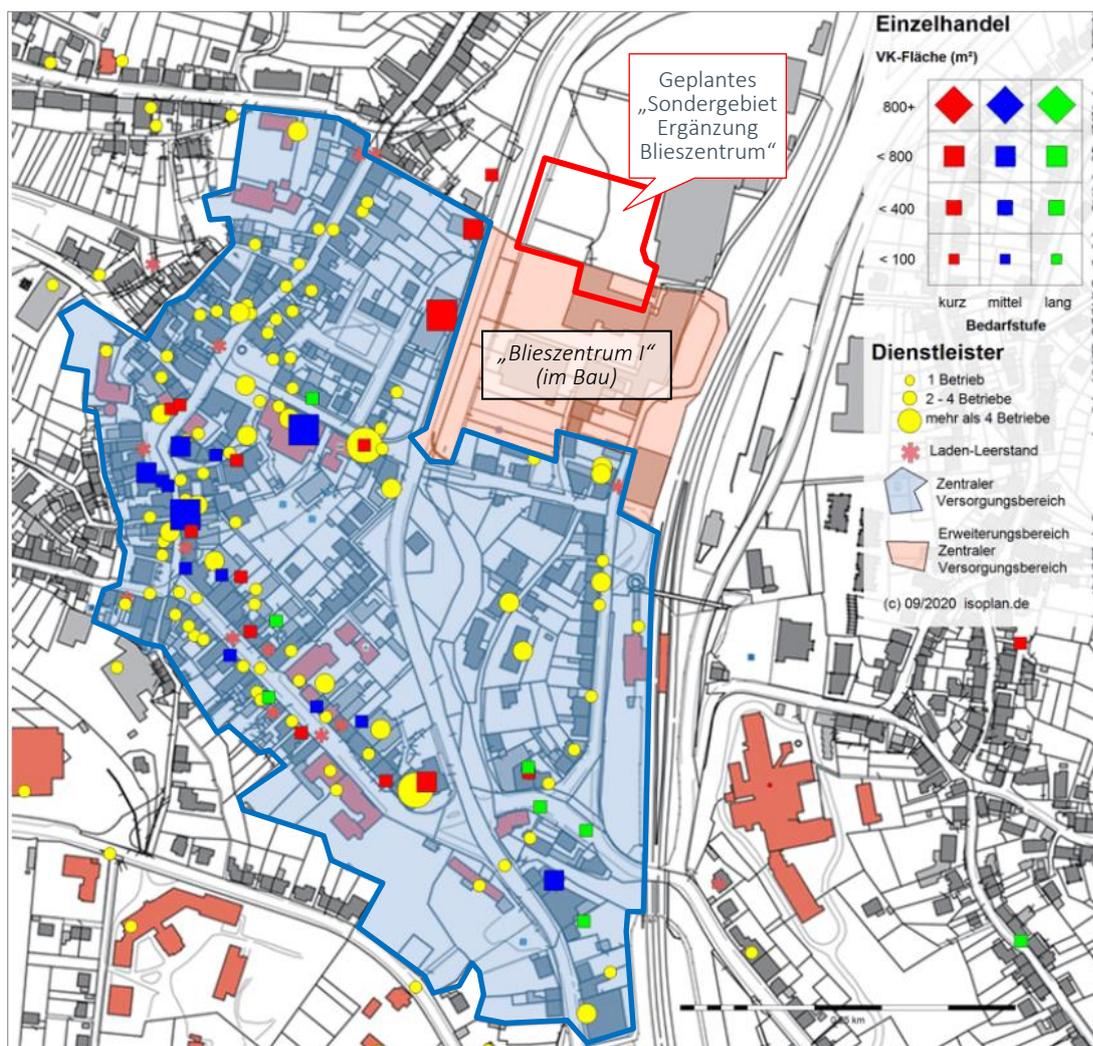
Kriterium	Charakteristika der Stadt Ottweiler
Einzelhandelsstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Kaufkraftkennziffer (2022) ^{*5}: 95,7 /// Gesamtumsatz (2022) ^{*6}: 40,7 Mio. € /// Zentralität des Einzelhandels (2022) ^{*6}: 50,0
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> /// Bestand 2020: ca. 8.110 m² VK, davon ca. 3.850 m² VK Nahrungs- und Genussmittel, ca. 1.340 m² VK Bekleidung, ca. 880 m² VK Gesundheits- und Körperpflege ^{*7} /// Räumlicher Schwerpunkt Kernstadt Ottweiler (ca. 93 %) ^{*7} /// Einzelhandelskonzept 2020 mit folgender Standortstruktur ^{*7}: <ul style="list-style-type: none"> ■ Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Abgrenzung vgl. Karte 1): v. a. Fachgeschäfte an der Wilhelm-Heinrich-Straße, der Enggaß und des Rathausplatzes, KiK-Textilfachmarkt an der Schloßstraße, dm-Drogeriemarkt an der Bliesstraße; als Erweiterungsbereich SGGT-Gelände („Blieszentrum I“) ■ Nahversorgungsstandorte mit Bestandschutz: <ul style="list-style-type: none"> ○ Maria-Juchaz-Ring: EDEKA wird zum Blieszentrum verlagert, Nachnutzung des Bestandsgebäudes durch einen kleinflächigen Nahversorger und ggf. nicht-zentrenrelevante Nutzungen gewünscht ○ Im Alten Weiher: Getränkemarkt Bechtel ○ Schönbachstraße (ST Lautenbach): Frischmarkt Jacob ○ Leonardo-da-Vinci-Ring: Penny ■ Auslaufstandorte (künftig kein Lebensmittelmarkt mehr vorgesehen): <ul style="list-style-type: none"> ○ Brunnenweg: Aldi (wird zum Blieszentrum verlagert) ○ Saarbrücker Straße: ehemals Penny (verlagert zum Leonardo-da-Vinci-Ring) ■ Kleinflächige Bäcker und Dorfläden in den Ortskernen der Stadtteile

^{*5} Quelle: Michael Bauer Research GmbH, 2022

^{*6} Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2022 basierend auf © Statistisches Bundesamt

^{*7} Quelle: isoplan-Marktforschung Dr. Schreiber & Kollegen GbR: Einzelhandelskonzept 2020 der Stadt Ottweiler, Saarbrücken / Ottweiler, 19.10.2020

Karte 1: Einzelhandelskonzept 2020 der Stadt Ottweiler: Zentraler Versorgungsbereich



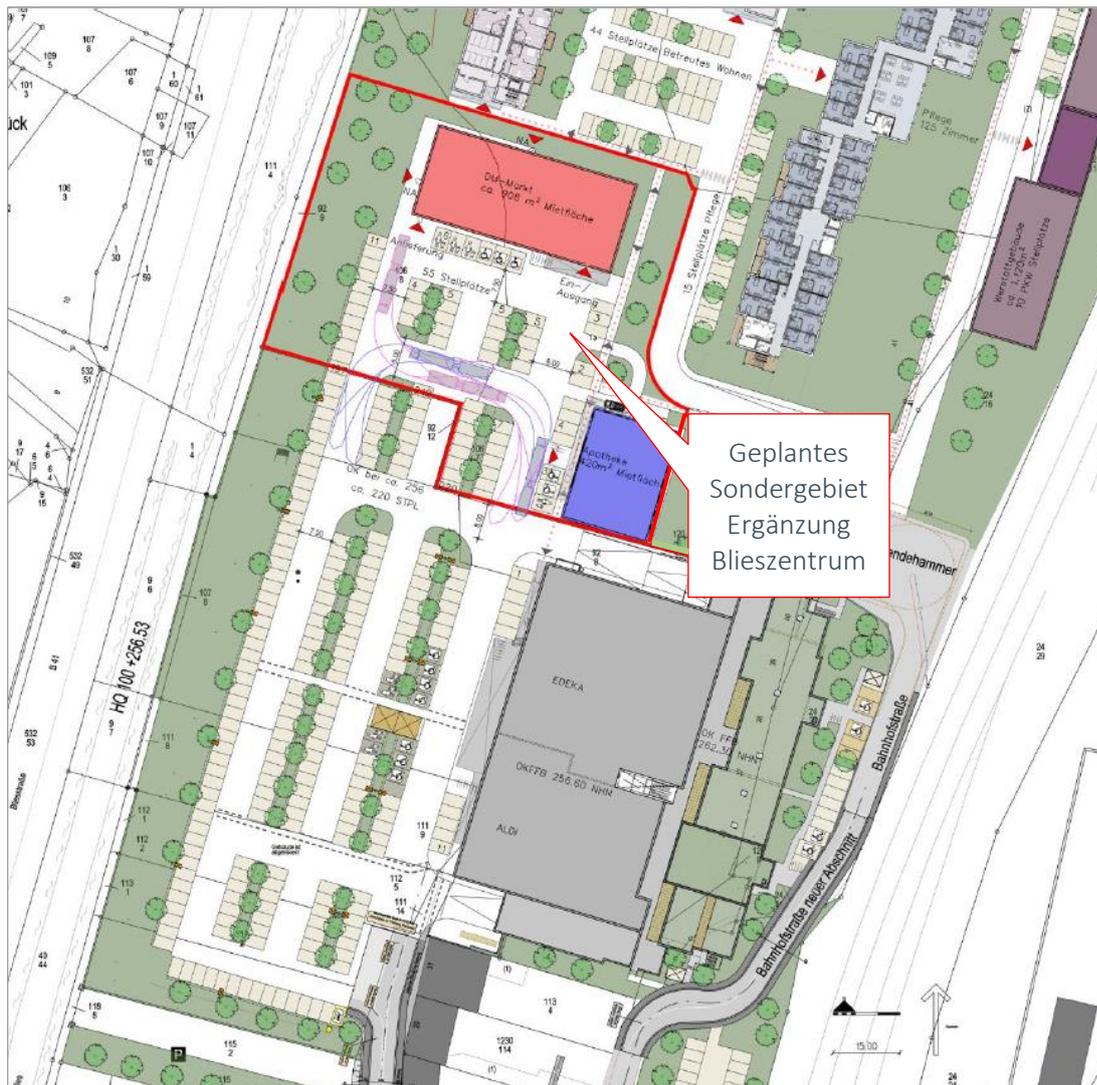
Quelle: Isoplan Marktforschung Dr. Schreiber & Kollegen GbR: Einzelhandelskonzept 2020 der Stadt Ottweiler, Saarbrücken / Ottweiler, 19.10.2020, S. 42; GMA-Bearbeitung 2024

2. Mikrostandort „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ an der Bahnhofstraße

Der Planstandort liegt im Zentrum der Kernstadt von Ottweiler, auf dem Gelände der ehemaligen Gießerei Wehrle zwischen Bahnhofstraße, Blies und Bahngleisen. Der geplante Einzelhandelsstandort zur Ergänzung des Blieszentrums schließt sich unmittelbar nördlich an den im Bau befindlichen Einzelhandelsstandort „Blieszentrum I“ an und wird mit diesem eine räumliche wie konzeptionelle Einheit als Nahversorgungszentrum bilden (vgl. Karte 2). Auch die Erschließung der geplanten Einzelhandelsnutzungen im Bereich „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ soll über den Parkplatz der Lebensmittelmärkte im „Blieszentrum I“ erfolgen.

Der Planstandort an der Bahnhofstraße liegt in ca. 500 m Entfernung zur Saarbrücker Straße (L 124), Fürther Straße (B 420) und Bliesstraße – Martin-Luther-Straße (B 41). Die nächstgelegene Bushaltestelle befindet sich rund 300 m entfernt in der Schloßstraße (Buslinien in alle Stadtteile), der Bahnhof Ottweiler ist ebenfalls rund 300 m entfernt. Somit besteht eine gute verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes sowohl mit dem Pkw als auch im ÖPNV.

Karte 2: Lageplan des Planstandortes „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ innerhalb des Nahversorgungszentrums „Blieszentrum“



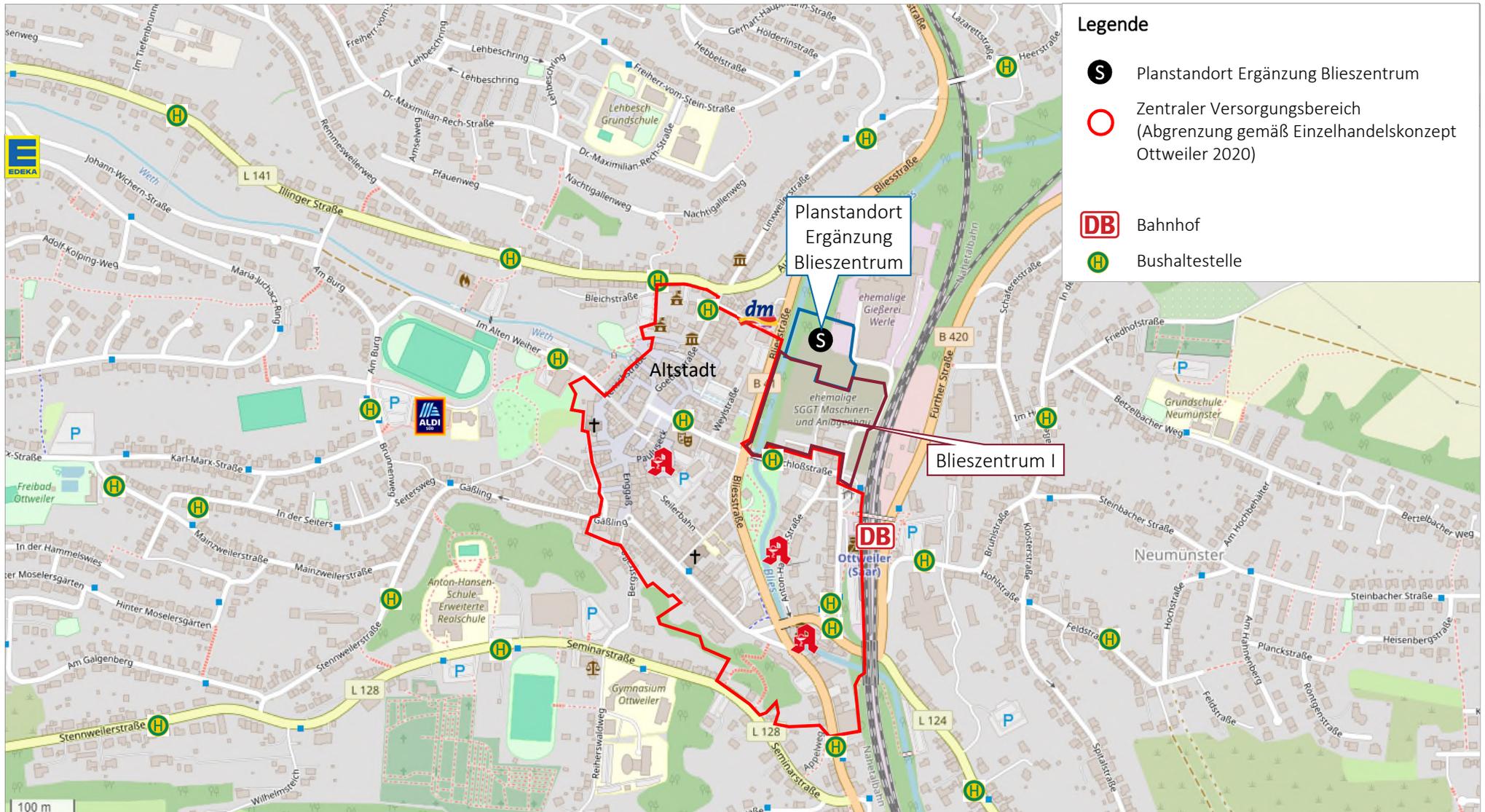
Quelle: MS Projektgesellschaft Blieszentrum Ottweiler GmbH, Stand Frühjahr 2023; GMA-Bearbeitung 2024

Die im Bereich nördlich des „Sondergebietes Ergänzung Blieszentrum“ geplanten Wohnnutzungen werden über eine separate Zufahrt zur Bahnhofstraße angebunden. Von dieser Zufahrt werden auch Fußwege zum Drogeriemarkt eingerichtet, sodass der Planstandort fußläufig optimal aus dem Neubaugebiet erreichbar sein wird.

Über die St.-Rémy-Brücke (Schloßstraße) ist die gesamte Altstadt bzw. Innenstadt, die auf dem Westufer der Blies liegt, innerhalb von max. 700 m fußläufig vom Planstandort aus erreichbar. Über eine Fußgängerbrücke am Bahnhof sind auch die auf der Ostseite der Bahntrasse liegenden Wohngebiete im Ortsteil Neumünster fußläufig angebunden (vgl. Karte 3).

Aufgrund der Trennwirkung der Blies liegen allerdings die Wohngebiete im Nordwesten der Kernstadt (Linxweilerstraße, Freiherr-vom-Stein-Straße, Dr.-Maximilian-Rech-Straße usw.) außerhalb üblicher fußläufiger Distanz von ca. 700 m.

Karte 3: Lage des Planstandortes „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ im Innenstadtgebiet von Ottweiler



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

Während der Einzelhandelsstandort „Blieszentrum I“ gemäß Einzelhandelskonzept 2020 der Stadt Ottweiler zum „Erweiterungsbereich Zentraler Versorgungsbereich“ der Innenstadt Ottweiler gehört, liegt der Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ nördlich angrenzend und somit knapp außerhalb dieser Abgrenzung (vgl. Karte 1 auf S. 16). Die Haupteinkaufsbereiche der Altstadt sind vom Standort „Ergänzung Blieszentrum“ über die St.-Rémy-Brücke über die Blies in rund 400 m Distanz erreichbar.

Nach der Realisierung der Innenstadterweiterung und der geplanten Einzelhandels- und Wohnbebauung in den Bauabschnitten „Blieszentrum I“ und „Ergänzung Blieszentrum“ wird der Planstandort die wesentlichen Kriterien eines integrierten Standortes erfüllen. Zu empfehlen ist daher die Ausweitung des Zentralen Versorgungsbereiches um den Planstandort.

3. Fazit der Standortbewertung

Als wesentliche Eigenschaften des Planstandortes sind anzuführen:

- /// Ottweiler als Grundzentrum ausgewiesen
- /// Standortkommune Ottweiler ist Verwaltungssitz des Landkreises Neunkirchen
- /// unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau im Stadtgebiet (Kaufkraftkennziffer 95,7)
- /// ausreichendes Bevölkerungspotenzial in der Standortkommune (ca. 14.540 EW)
- /// Planstandort zentral im Stadtgebiet gelegen, in der Kernstadt
- /// günstige Grundstückseigenschaften (ausreichende Größe, Streukundenpotenziale durch Nähe zu Hauptverkehrsachsen)
- /// gute verkehrliche Erreichbarkeit aus allen Stadtteilen
- /// nächste Bushaltestelle und Bahnhof ca. 300 m entfernt
- /// fußläufige Distanz zu bestehenden und geplanten Wohngebieten
- /// Altstadt / Innenstadt fußläufig erreichbar
- /// Standort laut Einzelhandelskonzept Ottweiler 2020 nicht Teil des Zentralen Versorgungsbereiches (ZVB) bzw. des Erweiterungsbereiches des ZVB, allerdings im unmittelbaren Anschluss dazu
- /// Synergieeffekte durch faktische Zugehörigkeit zum künftig größten Angebotsschwerpunkt im Stadtgebiet, dem „Nahversorgungszentrum Blieszentrum“
- /// geringe Wettbewerbsdichte in Ottweiler (vgl. hierzu Kapitel III.1.).

III. Projektrelevante Wettbewerbssituation für das Vorhaben

1. Angebots- und Wettbewerbssituation in der Stadt Ottweiler

Einziges **Drogeriefachanbieter** in Ottweiler ist

- /// **dm Drogeriemarkt**, Bliesstraße (B 41), Randlage im Zentralen Versorgungsbereich²³, ca. 700 m² VK.

Außerdem ist auf die Randsortimente der örtlichen Lebensmittelmärkte EDEKA (bisher Maria-Juchaz-Ring; Verlagerung zum Blieszentrum bevorstehend), Aldi (bisher Brunnenweg; Verlagerung zum Blieszentrum bevorstehend) und Penny (Leonardo-da-Vinci-Ring) sowie der Apotheken mit Drogeriewaren und Kosmetik zu verweisen. Insgesamt ist nach gutachterlicher Schätzung in Ottweiler von einem Bestandsumsatz mit Drogeriewaren von ca. 5,4 Mio. € auszugehen (inkl. Penny, Aldi und EDEKA nach erfolgter Verlagerung zum Blieszentrum).

Im **Apothekensegment** bestehen in Ottweiler folgende Anbieter (alle unter 100 m² VK):

- /// Adler-Apotheke, Saarbrücker Straße (B 420), zentraler Versorgungsbereich
- /// Einhorn-Apotheke, Anton-Hansen-Straße, zentraler Versorgungsbereich
- /// Schloss-Apotheke, Pauluseck, zentraler Versorgungsbereich.

Sowohl der ansässige Drogeriemarkt als auch die örtlichen Lebensmittelmärkte offerieren zudem ausschnittsweise freiverkäufliche Medikamente, Gesundheits- und Medizinalprodukte.

Im Segment **Elektronik / Telekommunikation** sind in Ottweiler **keine Fachanbieter** ansässig. Nur Aldi bietet Elektronik gelegentlich als Aktionsware an, Telekommunikation ebenfalls nur in geringem Umfang als Randsortiment (Prepaid-Karten für Mobilfunk).

Zur örtlichen Wettbewerbssituation ist somit festzuhalten, dass sich die Angebote in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Drogerie- und Apothekenwaren auf die Kernstadt Ottweiler und hier auf den zentralen Versorgungsbereich konzentrieren.

2. Angebots- und Wettbewerbssituation in umliegenden Städten und Gemeinden

Die südlich von Ottweiler gelegene Stadt **Neunkirchen (Saar)** bietet als Kreisstadt, Mittelzentrum und zweitgrößte Stadt im Saarland das größte Einzelhandelsangebot im Landkreis Neunkirchen. Sie übt nicht nur mit einem breiten Angebot von Fachanbietern des mittel- und langfristigen Bedarfs, sondern auch mit großen Angebotsformaten von Lebensmittel- und Drogeriemärkten eine hohe Anziehungskraft für die umliegenden Kommunen aus. Im Untersuchungszusammenhang sind folgende Standorte anzusprechen:

- /// Angebotsschwerpunkt – auch für die in Ottweiler am Ergänzungsstandort Blieszentrum geplanten Sortimente – ist das Einkaufszentrum **Saarpark-Center** im Stadtteil Neunkirchen-Innenstadt (gemäß Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen Teil des

²³ Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept 2020 der Stadt Ottweiler, Stand 19.10.2020, S. 47.

Hauptzentrums City²⁴). Das Saarpark-Center an der Stummstraße vereinigt rund 100 Ladeneinheiten mit mehr als 27.000 m² VK auf sich. Magnetfunktionen entfalten die Textilkaufhäuser Peek & Cloppenburg, H&M, New Yorker und C&A, der Multisortimentsanbieter TK Maxx, der Drogeriemarkt Müller, der Spielwarenfachmarkt Smyths Toys und der Schuhanbieter Schuh Marke. Im Untersuchungszusammenhang hervorzuheben sind die Drogeriemärkte Müller und dm, die Telekommunikationsanbieter Freenet, O2 und Vodafone sowie die Saarpark-Apotheke. Aufgrund der Konzentration des Angebotes und der Leistungsstärke der vorhandenen Anbieter (fast ausschließlich überregional agierende Filialisten) stellt das Saarpark-Center den Hauptwettbewerbsstandort für das Vorhaben in Ottweiler dar.

- /// In einer westlichen Erweiterung des Hauptzentrums City²⁵ besteht an der Margarethe-Bacher-Straße seit 2 Jahren das **SB-Warenhaus Globus**. Neben dem rund 7.150 m² VK großen Lebensmittelmarkt und gastronomischen Angeboten in der sog. Markthalle ist im Gebäude auch eine Apotheke ansässig (Alte Hütten Apotheke).
- /// In den **übrigen Teilen des Hauptzentrums City²⁶** bestehen mit einem Rossmann-Drogeriemarkt an der Bahnhofstraße, derzeit vier Handy-Anbietern (Base und myextra an der Bahnhofstraße, Bayfone an der Lindenallee, Telekom am Stummplatz) und drei Apotheken (Doc Morris-Apotheke an der Bahnhofstraße, Lindenapotheke an der Bliespromenade, Pasteur-Apotheke an der Hebbelstraße) weitere Wettbewerber.
- /// In den **Nebenzentren der Stadtteile Innenstadt, Wiebelskirchen und Furpach** bestehen Nahversorgungsanbieter mit lokaler und teilstädtischer Bedeutung. Da hier keine größeren Magnetbetriebe mit besonderen Sortimenten ansässig sind, reicht die Ausstrahlung dieser Standorte allerdings nicht mehr bis nach Ottweiler. Im Untersuchungszusammenhang aufzuführen sind Vodafone am Oberen Markt und die Markt-Apotheke an der Max-Braun-Straße (beide Nebenzentrum Oberer Markt), die Brücken- und Glück-auf-Apotheke (im Nebenzentrum Wiebelskirchen) sowie die Furpach-Apotheke (im Nebenzentrum Furpach).
- /// Weitere vorhabenrelevante Anbieter liegen an **Solitärstandorten des Stadtteils Innenstadt**, darunter eine zweite dm-Filiale in der Fachmarkttagglomeration Bliesstraße und ein MediaMarkt an der Kirkeler Straße. In nahversorgungsbezogenen Streulagen des Stadtteiles Innenstadt sind weitere Apotheken (Adler-Apotheke an der Zweibrücker Straße, Bären-Apotheke am Boxbergweg, Mohren-Apotheke an der Bürgermeister-Reglitz-Straße) und Handy-Läden zu nennen (Handy Shop Denker an der Langenstrichstraße, My Phone Doc an der Fernstraße). Weitere Apotheken bestehen in den Stadtteilen Wiebelskirchen (Kepler-Apotheke an der Keplerstraße) und Wellesweiler (AVIE Winterfloß Apotheke im Fachmarktzentrum an der Unteren Bliesstraße).

In der nördlich an Ottweiler anschließenden Stadt **St. Wendel**, der Kreisstadt des Landkreises St. Wendel, sind die bedeutendsten Einzelhandelsstandorte die Innenstadt sowie die Gewerbegebiete Ziegeleistraße / Eisenbahnstraße, West und Linxweilerstraße. Besondere Anziehung

²⁴ Vgl. isoplan-Marktforschung: Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen – Fortschreibung 2018, Stand 23.11.2018, Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches in der City Neunkirchen auf S. 41.

²⁵ Vgl. isoplan-Marktforschung: Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen – Fortschreibung 2018, Stand 23.11.2018, Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches in der City Neunkirchen auf S. 41.

²⁶ Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen – Fortschreibung 2018, S. 41.

für Kunden aus den umliegenden Kommunen entwickeln die Globus-Märkte (SB-Warenhaus, Baumarkt, Fachmarktstandort, Getränkemarkt), der Elektrofachmarkt expert an der Tholeyer Straße sowie das innerstädtische Modehaus Houy.

Im Untersuchungszusammenhang hervorzuheben sind in St. Wendel folgende Standorte:

- /// Gewerbegebiet Ziegeleistraße / Eisenbahnstraße: dm-Drogeriemarkt an der Tholeyer Straße, Globus-SB-Warenhaus am Wirthembösch (mit umfangreichen Drogeriesortiment und Apotheke)
- /// Gewerbegebiet West: Expert-Elektrofachmarkt (mit großem Handy-Angebot) an der Dortmunder Straße, T-Online an der Tritschlerstraße
- /// Innenstadt: Telekommunikationsanbieter O2, Vodafone und Freenet, Parfümerie CB (alle an der Bahnhofstraße), Alte Apotheke an der Schloßstraße
- /// Apotheken an Nahversorgungsstandorten in der Kernstadt (Annen-Apotheke an der Sankt-Annenstraße) sowie in den Stadtteilen Bliesen (Linden-Apotheke an der Kirchstraße, Stadtteilzentrum Bliesen), Niederkirchen (Margarethen-Apotheke an der Kuserler Straße) und Niederlinxweiler (Spiemont-Apotheke an der Oberlinxweilerstraße).

Mit Ausnahme der Apotheke in Niederlinxweiler liegen alle genannten Anbieter im Stadtgebiet von St. Wendel bereits mehr als 9 km entfernt vom Vorhabenstandort in Ottweiler, sodass sich für sie kaum direkte Zielgruppenüberschneidungen mit dem Vorhaben ergeben.

In den übrigen Nachbargemeinden **Schiffweiler**, **Illingen (Saar)**, **Breitenbach (Pfalz)** und **Dunzweiler** gibt es keine Drogeriemärkte. Hier prägen insbesondere Lebensmittelmärkte und Apotheken die örtliche Nahversorgungssituation:

- /// In der Gemeinde **Schiffweiler** sind als vorhabenrelevante Anbieter der Handyshop PYUR (Hauptstraße) und die Fontane-Apotheke (Auf der Brück) im Ortsteil Schiffweiler, die Thomas-Mann-Apotheke (Hüngersbergstraße) im Ortsteil Heiligenwald sowie die Glück-Auf-Apotheke (Redener Straße) im Ortsteil Landsweiler-Reden zu nennen. Diese Betriebe richten sich ganz überwiegend an die dortige Wohnbevölkerung und weisen somit keine Zielgruppenüberschneidungen mit der Planung auf. Zudem liegen für die Bevölkerung von Schiffweiler die Angebote in Neunkirchen (ca. 5 – 7 km entfernt) näher als der Planstandort in Ottweiler (ca. 6 – 10 km entfernt).
- /// In der Gemeinde **Illingen** gibt es in der Innenstadt zwei Apotheken und jeweils eine Telekom- und eine Vodafone-Filiale. Zwei weitere Apotheken liegen im Stadtteil Uchtelfangen. Die Illinger Bevölkerung strebt zum Drogeriewareneinkauf vornehmlich nach Neunkirchen sowie zu einer dm-Filiale nach Merchweiler, jedoch nicht in das rund 12 km entfernte Ottweiler.
- /// Die Gemeinde **Breitenbach** im oberen Glantal (Landkreis Kusel) verfügt wegen ihrer geringen Einwohnerzahl lediglich über einen Wasgau-Lebensmittelmarkt und eine Apotheke. In der Gemeinde **Dunzweiler** sind keine Geschäfte vorhanden. Die nächstgelegenen Drogeriewaren-Anbieter befinden sich im Hauptort der Verbandsgemeinde Oberes Glantal in Schönenberg-Kübelberg (Drogeriemarkt dm, mehrere Lebensmittelmärkte). Der Planstandort in Ottweiler ist mehr als 12 km entfernt von Breitenbach und Dunzweiler, sodass sich in Bezug auf die dortige Bevölkerung keine regelmäßigen Einkaufsbeziehungen zum Planstandort mehr ergeben werden.

Tabelle 2: Strukturprägende Wettbewerber ab ca. 400 m² VK in Ottweiler und Nachbarkommunen bis max. 12 km Entfernung

Anbieter	Betriebstyp	Straße	VK-Größenklasse in m ²	Lage	Distanz zum Planstandort*
Ottweiler					
dm	Fachmarkt	Bliesstraße	400 – 799	ZVB Innenstadt	0,5 km
Neunkirchen (Saar)					
Rossmann	Fachmarkt	Bahnhofstraße	400 – 799	ZVB City	7,9 km
dm	Fachmarkt	Stummplatz (Saarpark-Center)	400 – 799	ZVB City	8,1 km
Müller	Fachmarkt	Stummplatz (Saarpark-Center)	1.500 – 1.999	ZVB City	8,1 km
dm	Fachmarkt	Bliesstraße	400 – 799	Gewerbegebiet	9,6 km
Media Markt	Fachmarkt	Kirkeler Straße	1.500 – 1.999	Gewerbegebiet	11,8 km
St. Wendel					
dm	Fachmarkt	Tholeyer Straße	400 – 799	Gewerbegebiet	9,5 km
Expert Klein	Fachmarkt	Dortmunder Straße	2.000 – 2.499	Gewerbegebiet	10,8 km

* Entfernung ermittelt mit googlemaps (Pkw-Fahrstrecke)

GMA-Daten 2024 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

3. Fazit der Wettbewerbsanalyse

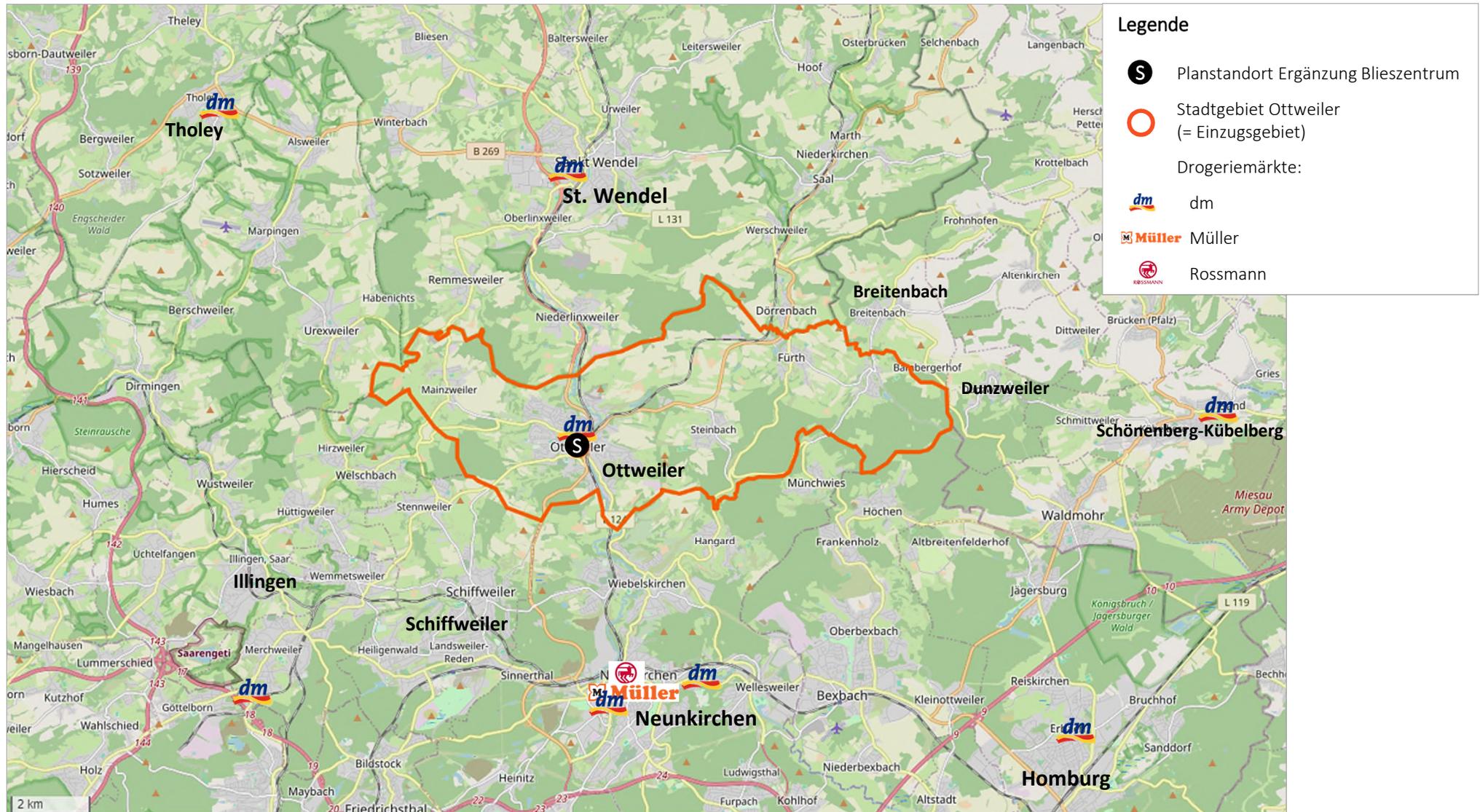
Der geplante Drogeriemarkt trifft in Ottweiler selbst auf eine dm-Filiale an der Bliesstraße (B 41) in geringer Entfernung zum Planstandort. Da dm an der Bliesstraße keine Einzelhandelsnutzungen im direkten Nahumfeld vorfindet, ist der Planstandort mit seinen Bündelungsvorteilen durch die Lebensmittelmärkte EDEKA und Aldi dem Bestandsstandort von dm überlegen. Weitaus besser als Ottweiler ist Neunkirchen ausgestattet, mit vier leistungsstarken Drogeriemärkten, darunter drei in der City (Müller, dm, Rossmann). Diese erschließen ein weiträumiges Einzugsgebiet, das auch die westlichen Nachbargemeinden von Ottweiler (Schiffweiler, Illingen) einschließt. Neben der dm-Filiale in Ottweiler sind die Märkte in der Neunkirchener City daher als Hauptwettbewerber des Vorhabens einzuordnen. Die zweite dm-Filiale in Neunkirchen sowie der Drogeriemarkt dm in St. Wendel liegen bereits weiter entfernt vom Planstandort, sodass sich in Bezug auf sie nur geringe Wettbewerbseffekte ergeben.

Festzuhalten ist, dass der geplante Drogeriemarkt im Nahversorgungszentrum „Blieszentrum“ in Ottweiler kein Novum im Untersuchungsraum darstellen wird. Alle denkbaren Filialisten sind bereits in Neunkirchen vorhanden. Erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland nach Ottweiler sind deshalb nicht zu erwarten.

Der angedachte Elektronik- bzw. Telekommunikationsanbieter am Planstandort muss sich in Ottweiler selbst mit keinen direkten Konkurrenten auseinandersetzen, wohl aber mit großen Elektrofachmärkten (Media Markt, Expert Klein) und mehreren Handyshops in den Kreisstädten Neunkirchen und St. Wendel, außerdem mit Handyshops in Illingen und Schiffweiler. Die im Blieszentrum geplante Apotheke konkurriert in Ottweiler selbst und auch in den anderen größeren Kommunen im Untersuchungsraum mit jeweils mehreren Apotheken.

Auch in Bezug auf den geplanten Elektronik-/Telekommunikationsanbieter und die Apotheke am Planstandort ist nicht absehbar, dass diese zu einer wesentlichen Profilierung des Nahversorgungszentrums „Blieszentrum“ beitragen und regelmäßige zusätzliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland nach Ottweiler bewirken werden.

Karte 4: Wettbewerber für das Vorhaben „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler (hier: Drogeriemärkte ab 400 m² VK)



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes

Die Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebiets ist die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des erschließbaren Bevölkerungspotenzials und der Kaufkraftpotenziale, die den im Ergänzungsgebiet zum Blieszentrum geplanten Anbietern zur Verfügung stehen. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort an der Bahnhofstraße in Ottweiler voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der Abgrenzung und Einteilung des Einzugsgebiets des Einzelhandelsvorhabens „Ergänzung Blieszentrum“ wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Betriebstyp, Verkaufsflächendimensionierung der geplanten Anbieter, Leistungsfähigkeit und Bekanntheit möglicher Betreiber) und daraus abzuleitende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// Erreichbarkeit des Standorts im Zentrum von Ottweiler, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (v. a. Lage und Erreichbarkeit von anderen Drogeriemärkten, Elektrofachmärkten, Handyshops und Apotheken), vgl. hierzu Kap. III
- /// Strukturdaten des Untersuchungsraums (Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstrukturen, Pendlerbeziehungen, Standorte überörtlicher Versorgungseinrichtungen, bedeutender Arbeitsstätten usw.) sowie grundsätzliche Einkaufsorientierung der Verbraucher im Untersuchungsraum
- /// Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Wie in Kapitel III dargelegt, sprechen insbesondere die Wettbewerbsstandorte in Neunkirchen und St. Wendel mit ihrer guten Ausstattung mit Lebensmittel- und Drogeriemärkten, Elektronik- und Telekommunikationsanbietern sowie Apotheken dagegen, dass regelmäßige Einkaufsverflechtungen aus den umliegenden Kommunen zu dem Vorhabenstandort eintreten.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren beschränkt sich das **regelmäßige Einzugsgebiet des Vorhabens auf das Stadtgebiet von Ottweiler**. In Ottweiler können aufgrund der räumlichen Nähe und der bestehenden Versorgungsstruktur sowohl der geplante Drogeriemarkt und der Handyshop als auch die Apotheke hohe Kaufkraftbindung der örtlichen Bevölkerung erreichen. **Derzeit leben im Stadtgebiet von Ottweiler ca. 14.540 Einwohner²⁷.**

Bei den umliegenden Kommunen bzw. deren Ortsteilen ist aufgrund folgender Faktoren nicht mit regelmäßigen Einkaufsbeziehungen zum Planstandort auszugehen:

- /// In Neunkirchen besteht eine deutlich bessere Ausstattung an Drogeriemärkten, Elektronik- und Telekommunikationsbedarf, Apotheken und weiteren Einzelhandelsnutzungen als am Planstandort vorgesehen. Sowohl für die Bevölkerung in der Innenstadt als auch für die Bewohner der Neunkirchener Stadtteile liegen die Einzelhandelsschwer-

²⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Saarland, Stand 31.12.2022, nur Hauptwohnsitze; ca.-Wert gerundet.

punkte in der City (inkl. Saarcener und Kaufland), den Nebenzentren und den Fachmarktstandorten näher als der Planstandort. Zudem besteht in Neunkirchen eine größere Auswahl als in Ottweiler.

- Die Bewohner von Illingen und Schiffweiler sind beim Drogeriewareneinkauf ebenfalls vorwiegend zum näheren und besser ausgestatteten Neunkirchen orientiert und nicht nach Ottweiler bzw. zum Planstandort. Für den Einkauf von Handy-Bedarf und Apothekenwaren gibt es zudem eigene Angebote vor Ort, sodass weite Einkaufsfahrten nach Ottweiler unnötig sind.
- Die Bevölkerung von St. Wendel findet im eigenen Stadtgebiet ein breites und verkehrlich gut erreichbares Angebot an Drogeriewaren, Elektronik- und Telekommunikationsbedarf und Apothekenwaren vor. Auch in den Stadtteilen liegen langjährig bestehende Einkaufs- und Versorgungsbeziehungen in die St. Wendeler Kernstadt vor, was durch die hohe Zentralität von St. Wendel als Arbeits-, Infrastruktur- und Schulstandort für den Landkreis noch gestärkt wird. Dies trifft generell auch auf die Bevölkerung der südlichen Stadtteile (Niederlinxweiler, Oberlinxweiler, Remmesweiler) zu. Nur in Bezug auf Niederlinxweiler ist angesichts der räumlichen Nähe zu Ottweiler und der attraktiven Bündelung von Nahversorgungseinrichtungen im Blieszentrum von einem erhöhten Kundenaufkommen am Planstandort auszugehen.
- Für Breitenbach und Dunzweiler sind aufgrund der erheblichen Entfernungen zum Planstandort (mehr als 12 km) bzw. den näher gelegenen Angeboten in Schönenberg-Kübelberg keine regelmäßigen Einkaufsbeziehungen zum Planstandort zu erwarten.

Dennoch mögliche gelegentliche Einkaufsbeziehungen zum Planstandort aus umliegenden Kommunen (z. B. durch Arbeitspendler oder Zufallskunden) werden im weiteren Verlauf der Analyse als sog. **Streukunden** berücksichtigt.

2. Vorhabenrelevantes Kaufkraftpotenzial

Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft wird für die untersuchungsrelevanten Sortimente vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes und GMA-Kaufkraftwerte zugrunde gelegt. Die einzelhandelsrelevanten Ausgabebeträge in Deutschland insgesamt (inkl. Apotheken und Lebensmittelhandwerk) betragen nach GMA-Berechnungen derzeit ca. 6.864 € pro Jahr und Kopf der Wohnbevölkerung.

Für einen Drogeriemarkt ist ein jährlicher Ausgabebetrag von ca. 450 €²⁸ zu veranschlagen.

Für Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto) und Telekommunikation für Privatkunden (Telefone, Mobil- und Smartphones) ermittelt sich ein jährlicher Ausgabebetrag von ca. 270 €.

Für Apotheker- und Sanitätswaren (ohne verschreibungspflichtige Arzneimittel) wird ein jährlicher Ausgabebetrag von ca. 170 € angesetzt.

Neben dem Bevölkerungsaufkommen und den relevanten Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Einkommensniveau (Kaufkraftniveau) zu berücksichtigen.

²⁸ Nur Kernsortiment Drogeriewaren, Kosmetik, Körperpflegeartikel.

Das Kaufkraftniveau in der Stadt Ottweiler liegt mit einem Indexwert von 95,7 um 4,3 % unter dem Bundesdurchschnitt (100,0).²⁹

Aus der Multiplikation der o. g. Faktoren errechnen sich für das Einzugsgebiet des Vorhabens, d. h. das Stadtgebiet von Ottweiler, folgende **Kaufkraftpotenziale**:

/// für Drogeriewaren	ca. 6,3 Mio. €
/// für Unterhaltungselektronik und Telekommunikation	ca. 3,8 Mio. €
/// für Apotheker- und Sanitätswaren	ca. 2,4 Mio. €. ³⁰

Mit Blick auf den geplanten Drogeriemarkt ist festzuhalten, dass das in Ottweiler vorhandene **Kaufkraftpotenzial für die Auslastung eines Drogeriemarktes grundsätzlich ausreicht** (vgl. zu den Durchschnittsumsätzen von Drogeriemärkten Kapitel I.4.1.). Im Abgleich zwischen dem ermittelten Kaufkraftpotenzial im Stadtgebiet und den Umsätzen der Bestandsanbieter mit Drogeriewaren (ca. 5,4 Mio. €; vgl. Kapitel III, 1.) wird deutlich, dass die vorhandenen Kaufkraftpotenziale höher sind als die Bestandumsätze, allerdings nicht sehr viel (um ca. 0,9 Mio. €). Hieraus wird klar, dass der ermittelte Kaufkraftüberhang in Ottweiler (d. h. das noch nicht von den bestehenden Anbietern gebundene „freie“ Kaufkraftpotenzial) rechnerisch nicht zur Auslastung eines zusätzlichen Drogeriemarktes ausreichen wird.

²⁹ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2022.

³⁰ Ohne verschreibungspflichtige Medikamente.

V. Auswirkungenanalyse

Für die Beurteilung der Auswirkungen des Vorhabens werden zunächst die realistischen Umsatzleistungen der einzelnen Anbieter bestimmt.

Für den Drogeriemarkt und den Elektronik-/Telekommunikationsshop wurde hierfür das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses stellt das für das Einzugsgebiet errechnete Nachfragenvolumen (Kaufkraft, vgl. Kapitel IV) dem relevanten Angebot im Untersuchungsraum (vgl. Kapitel III) gegenüber. Die Umsatzabschätzung des Drogeriemarktes erfolgt in zwei Szenarien:

- Szenario 1: Verlagerung des bestehenden dm-Drogeriemarktes von der Bliesstraße zum Planstandort
- Szenario 2: Ansiedlung eines neuen Drogeriemarktes am Planstandort.

Mit der Frage, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und welche Folgen das Ansiedlungsvorhaben für die etablierten Wettbewerber zeigen wird, setzt sich dann die Betrachtung der Umsatzumverteilungen auseinander. Im Anschluss daran werden die möglichen städtebaulichen und versorgungsbezogenen Wirkungen analysiert und daraus eine raumordnerische Bewertung abgeleitet.

In die Berechnung fließen die Ausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte (als Attraktivitätsfaktor) sowie die Distanz zum Planstandort (als Widerstandsfaktor) ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Standorte mit den größten Konzeptüberschneidungen mit dem Planobjekt quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden. Somit wird sich das Vorhaben hauptsächlich auf besonders nahe gelegene Anbieter an Kombi-Standorten mit Lebensmittelmärkten auswirken.

1. Auswirkungenanalyse im Szenario 1 (Verlagerung und Erweiterung des örtlichen dm-Drogeriemarktes)

1.1 Umsatzerwartung

1.1.1 Umsatzermittlung für den Drogeriemarkt

Angesichts der gegebenen Wettbewerbssituation – ohne weitere Drogeriefachanbieter in Ottweiler – wird dm als Marktführer und langjährig in Ottweiler etablierter Drogeriefachmarkt in seinem Kernsortiment einen hohen Marktanteil im Einzugsgebiet erreichen können (max. 40 %) Für Streukunden erscheint angesichts der Zuführungseffekte aufgrund der attraktiven Angebotsergänzung durch einen modernen Lebensmittelvollsortimenter, eine neue Aldi-Filiale und eine Apotheke am Standort einerseits, aber auch der Wettbewerbssituation mit Drogeriemärkten in Neunkirchen und St. Wendel andererseits, ein Umsatzanteil von max. 25 % möglich; dies stellt zugleich den Worst Case dar.

Insgesamt ergibt sich **für den geplanten Drogeriefachmarkt im Szenario 1 (Verlagerung dm) eine Umsatzerwartung von ca. 4,4 Mio. €** (vgl. Tabelle 3). Etwa 3,3 Mio. € davon entfallen auf Drogeriewaren, ca. 0,3 – 0,4 Mio. € auf Lebensmittel-Randsortimente und ca. 0,7 – 0,8 Mio. € auf Nonfood-Randsortimente (v. a. Haushaltswaren / Deko, Fotobedarf, Babybekleidung).

Tabelle 3: Umsatzerwartung eines Drogeriemarktes am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)

Kundenherkunft \ Sortiment	Drogeriewaren			Randsortimente*	insgesamt
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €
Einzugsgebiet (Stadt Ottweiler)	6,3	40 %	2,5	0,8 – 0,9	3,3 – 3,4
Streukunden**			0,8	0,2 – 0,3	1,0 – 1,1
Summe			3,3	1,1	4,4

* Der Umsatzanteil für Randsortimente ist bei diesem Betreiber auf rund 25 % zu veranschlagen.

** Umsatzanteil hier max. 24 % (z. B. Arbeitspendler, erhöhte Streuumsätze aus Niederlinxweiler usw.)

GMA-Berechnung 2024 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Bei einer Dimensionierung von 770 m² VK errechnet sich aus dem Prognoseumsatz für den Drogeriemarkt eine Flächenproduktivität von ca. 5.710 € / m² VK. Dies liegt zwar unter dem Durchschnitt von dm-Märkten (ca. 7.409 € / m² VK³¹) – aufgrund der starken Wettbewerber in den nahe liegenden Kreisstädten, die die Möglichkeit zur Ausdehnung des Einzugsgebietes beschränken –, aber dennoch noch **im Bereich der Tragfähigkeit**.

1.1.2 Umsatzerwartung für einen Shop für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation

Für den geplanten Anbieter von Elektronik / Telekommunikation sind am Planstandort max. 230 m² VK vorgesehen. Der Anbieter wird auf dieser begrenzten Fläche nicht – wie etwa ein Elektrofachmarkt – „die gesamte Palette“ an Unterhaltungselektronik, Elektrohaushaltsgeräten und Telekommunikation vorhalten können, sondern sich spezialisieren müssen (z. B. auf Verkauf und Reparatur von Mobiltelefonen und Zubehör). Diese Angebotseinschränkung wird seine Umsatzerwartung tendenziell schmälern, da ergänzende Randsortimente nur begrenzt möglich sind und somit Zusatz- und Impulskäufe wegfallen.

Für die Bestimmung des Marktanteiles ist zu berücksichtigen, dass der geplante Anbieter nicht nur in den Nachbarstädten Neunkirchen und St. Wendel auf zahlreiche Wettbewerber trifft (überwiegend langjährig etablierte, leistungsstarke und überregional bekannte Filialisten), sondern auch mit Online-Anbietern wie etwa Amazon, Amazon-Marketplace oder spezialisierten Online-Händlern in Konkurrenz tritt. Vor diesem Hintergrund erscheint für einen Shop für Unterhaltungselektronik/Telekommunikation am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler ein Marktanteil von max. 15 % im Einzugsgebiet realistisch. Für Streukunden ist im Falle eines spezialisierten Anbieters mit intensiver Bewerbung ein Umsatzanteil von bis zu 30 % möglich.

Auf Basis dieser Prämissen errechnet sich für den mit max. 230 m² VK geplanten Anbieter für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation am Planstandort ein **Prognoseumsatz von insgesamt max. 0,8 Mio. €**.

³¹ Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Retail Real Estate Report Germany 2023 / 2024, Bergisch Gladbach 2023, S. 49; Angaben für 2022.

Tabelle 4: Umsatzerwartung eines Shops für Unterhaltungselektronik/Telekommunikation am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler

Kundenherkunft \ Sortiment	Unterhaltungselektronik / Telekommunikation		
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Einzugsgebiet (Stadt Ottweiler)	3,8	15 %	0,6
Streukunden*			0,2
Summe			0,8

* Umsatzanteil hier max. 30 % (z. B. Arbeitspendler, erhöhte Streuumsätze aus Niederlinxweiler, gezielte Ansprache von Nachfragern nach spezialisierten Artikeln usw.)

GMA-Berechnung 2024 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

1.1.3 Umsatzerwartung einer Apotheke

Wie in Kapitel I.4. dargelegt, ist für die deutschen Apotheken im Durchschnitt eine aktuelle Umsatzleistung von ca. 3,56 Mio. € und ein einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil von ca. 310.000 € zu verzeichnen. Die Apothekendichte liegt im Bundesdurchschnitt bei 0,22 Apotheken je 1.000 Einwohner.³²

Rechnerisch müsste Ottweiler mit seinen ca. 14.540 Einwohnern 3,2 Apotheken aufweisen, um dem Bundesdurchschnitt zu entsprechen. Die einzelhandelsrelevanten Umsätze der Apotheken in Ottweiler beliefen sich dann auf insgesamt rund 1,0 Mio. €.

Die am Vorhabenstandort geplante Apotheke wäre als Neuansiedlung eines zusätzlichen Betriebs somit die vierte Apotheke am Ort, sodass nicht erwartet werden kann, dass die am Vorhabenstandort geplante Apotheke den o. g. Durchschnittsumsatz erreichen kann. Dabei sind auch bestehende Kundenbindungen mit den übrigen Apotheken bzw. Patientenbindungen zu bestimmten Arztpraxen zu berücksichtigen.

Einschließlich möglicher Streukunden aus anderen Kommunen (Umsatzanteil max. 20 %), die sich aus der Agglomeration mit weiteren Nahversorgungseinrichtungen im Blieszentrum ergeben, ist zu erwarten, dass eine **neue Apotheke am Planstandort max. 300.000 € als einzelhandelsrelevanten Umsatz** erwirtschaften kann.

1.1.4 Kumulierte Umsatzerwartung für die vorgesehenen Anbieter

Zur Bewertung des Gesamtvorhabens sind die vorstehend genannten einzelhandelsrelevanten Prognoseumsätze der geplanten Drogeriefachmarkt, des möglichen Shops für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation und der Apotheke zu addieren. Es ergibt sich für das Vorhaben **im Szenario 1 (Verlagerung Bestandsmarkt dm) eine Gesamtumsatzerwartung von max. 5,5 Mio. €**. Davon entfallen ca. 3,3 Mio. € auf das Drogeriewaren-Kernsortiment, ca. 1,1 Mio. € auf die absehbaren Randsortimente des Drogeriemarktes dm, ca. 0,8 Mio. € auf Elektronik / Telekommunikation und ca. 0,3 Mio. € auf Apothekenwaren.

Wie die Tabelle 5 darlegt, werden rund 75 % der zu erwartenden Umsatzleistung (ca. 4,1 – 4,2 Mio. €) mit Kunden aus dem Stadtgebiet von Ottweiler erzielt. Dies bestätigt den **Nahversorgungscharakter des Vorhabens**.

³² Quelle: ABDA: Die Apotheke, Zahlen Daten Fakten 2023, S. 90; Stand: 2022; GMA-Berechnung.

Tabelle 5: Umsatzprognose des Gesamtvorhabens am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler (Drogeriefachmarkt, Shop für Unterhaltungselektronik/Telekommunikation, Apotheke) im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)

Sortiment	Umsatz in Mio. €		
	gesamt	dav. Einzugsgebiet (Stadt Ottweiler)	davon Streukunden
Drogeriewaren i. e. S.	3,3	2,5	0,8
Randsortimente des Drogeriemarktes*	1,1	0,8	0,3
Unterhaltungselektronik / Telekommunikation	0,8	0,6	0,2
Apothekenwaren	0,3	0,2 – 0,3	< 0,1
Summe	5,5	4,1 – 4,2	1,3 – 1,4

* Bei diesem Anbieter v. a. Haushaltswaren, Dekoartikel, Babybekleidung, Fotobedarf usw.

GMA-Berechnung 2024 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

1.2 Wettbewerbswirkungen

Bei der Beurteilung der Wettbewerbswirkung des Vorhabens ist zu berücksichtigen, dass es sich im Fall des Drogeriemarktes um die Verlagerung eines bestehenden Anbieters handelt. Aufgrund der Wettbewerbssituation innerhalb und außerhalb von Ottweiler und der gegebenen Standortmängel an der Bliesstraße (Solitärstandort ohne unmittelbare Zuführungseffekte durch Lebensmittelmärkte oder Arztpraxen in unmittelbarer Nachbarschaft) ist auszuschließen, dass am Altstandort von dm an der Bliesstraße erneut ein Drogeriemarkt ansässig wird. Der am Vorhabenstandort geplante Drogeriemarkt gehört zum demselben Betriebstyp und Filialbetreiber wie am Altstandort, zudem wird er nach wie vor dasselbe Standardsortiment und Bewerbungskonzept aufweisen wie der Filialbetrieb am Altstandort. Somit ist der im Blieszentrum geplante verlagerte **Drogeriemarkt faktisch als Erweiterung des bestehenden Anbieters dm anzusehen.**

Für die weitere städtebauliche Bewertung ist entscheidend, inwiefern durch den Standortwechsel und die Verkaufsflächenerweiterung zusätzlicher Umsatz generiert werden kann. Nur dieser Zusatzumsatz wird gegenüber anderen Anbietern umverteilungswirksam. Nach gutachterlicher Schätzung ist für die ca. 690 m² VK große dm-Filiale an der Bliesstraße angesichts der dortigen Standort- und Wettbewerbsbedingungen ein leicht unterdurchschnittlicher Bestandsumsatz anzunehmen (mindestens 4,1 Mio. €, davon ca. 3,1 Mio. € mit Drogeriewaren i. e. S., ca. 1,0 Mio. € mit Randsortimenten).

Nach Abzug der von dm schon heute in Ottweiler erzielten Umsätze resultiert also aus der Vergrößerung des dm-Marktes und Standortverlagerung zum Blieszentrum ein Mehrumsatz von max. 0,3 Mio. €. Davon entfallen ca. 0,2 Mio. € auf das Kernsortiment Drogeriewaren und ca. 0,1 Mio. € auf Randsortimente.

Dass der umverteilungswirksame Mehrumsatz relativ gering ausfällt, liegt zum einen daran, dass das Angebotskonzept und die Sortimentsstruktur des Filialisten nicht geändert werden. Der Verkaufsflächenzuwachs im Vergleich zum Altstandort beläuft sich nur auf ca. 80 m² VK bzw. knapp 12 %. Aus dieser geringen Flächenzunahme sind keine wesentlichen Umsatzsteigerungen absehbar. Zum anderen bringt der Standortwechsel zwar Zuführungseffekte für dm

durch die übrigen Nahversorger im Blieszentrum mit sich, aber auch Konkurrenz durch die beiden leistungsstarken Lebensmittelmärkte und die geplante Apotheke.

Nach Abzug des Bestandsumsatzes bei dm reduzieren sich die wettbewerbswirksamen Umsatzanteile des Gesamtvorhabens auf insgesamt ca. 1,4 Mio. € (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Wettbewerbswirksame Umsatzanteile des Gesamtvorhabens am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)

Sortiment	Umsatz in Mio. €		
	Umsatzprognose gesamt	Bestandsumsatz dm	Wettbewerbs- wirksamer Anteil
Drogeriewaren i. e. S.	3,3	3,1	0,2
Randsortimente des Drogeriemarktes*	1,1	1,0	0,1
Unterhaltungselektronik / Telekommunikation	0,8	--	0,8
Apothekenwaren	0,3	--	0,3
Summe	5,5	4,1	1,4

* Bei diesem Anbieter v. a. Haushaltswaren, Dekoartikel, Babybekleidung, Fotobedarf usw.

GMA-Berechnung 2024 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Umsatzrückgänge als Folge der geplanten Ergänzung des Blieszentrums sind vorwiegend in der Standortkommune Ottweiler und in der benachbarten Kreisstadt Neunkirchen zu erwarten. Im geringeren Ausmaß wird das Vorhaben auch Umsatzverluste bei Drogerie- und Elektronikfachmärkten in der Kreisstadt St. Wendel auslösen (vgl. Tabelle 7):

- In Ottweiler selbst** belaufen sich die Umverteilungswirkungen zu Lasten bestehender Anbieter auf ca. 0,3 – 0,4 Mio. €. Im Durchschnitt ergibt sich eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 9 %. Von dem Vorhaben werden insbesondere die örtlichen Apotheken und Lebensmittelmärkte (insbesondere die Anbieter EDEKA und Aldi im Blieszentrum) betroffen sein.
- Des Weiteren führt das Vorhaben auch zu Rückführung von Kaufkraft aus Ottweiler, die bisher an auswärtige Standorte abgeflossen ist (insbesondere nach Neunkirchen, aber auch nach St. Wendel und zu Onlineanbietern). **Außerhalb Ottweilers** ergeben sich dadurch Umsatzrückgänge von insgesamt ca. 1,0 – 1,1 Mio. €. Der Großteil der Umsatzrückgänge bezieht sich auf dabei die Stadt Neunkirchen (ca. 0,7 Mio. €), deren Lebensmittel- und Drogeriefachmärkte, Elektro- und Telekommunikationsanbieter bisher im hohen Maße von Kaufkraftzuflüssen aus Ottweiler profitieren.
- Die übrigen Umsatzrückgänge verteilen sich auf weiter entfernte Standorte von Lebensmittel- und Drogeriemärkten (hauptsächlich auf Globus-Märkte, den Elektrofachmarkt Expert und den Drogeriemarkt dm in St. Wendel), sowie auf Onlineanbieter von Unterhaltungselektronik und Telekommunikation. Für die einzelnen Gemeinden im Untersuchungsraum ergeben sich jeweils nur sehr geringe Umverteilungswirkungen, die durchweg unterhalb der gutachterlichen Nachweisbarkeit bleiben.

Tabelle 7: Umsatzumverteilungen des Vorhabens im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)

Standorte	Umsatzumverteilung zu Lasten bestehender Wettbewerber in Mio. €	Bestandsumsatz der Wettbewerber in Mio. €	Durchschnittl. Umverteilungsquote
Ottweiler	0,3 – 0,4	3,9	9 %
... davon ZVB Innenstadt*	0,3	3,4	9 %
Neunkirchen (Saar)	0,7	58,1	1 – 2 %
... davon ZVB City	0,4	24,7	1 – 2 %
... davon andere ZVB (Nebenzentren)	n. n.	3,5	n. n.
St. Wendel	0,1 – 0,2	40,2	n. n.
... davon ZVB Innenstadt	n. n.	1,6	n. n.
... dav. andere ZVB (Nebenzentrum)	n. n.	2,5	n. n.
Andere Standorte / Onlinehandel	0,2	> 50,0	n. n.
Umsatzumverteilungen insgesamt	1,4		

* inkl. geplante Erweiterung / Verlagerung von EDEKA und Aldi

n. n. nicht mehr nachweisbar (Umverteilung unter 0,05 Mio. € bzw. unter 0,5 %

GMA-Berechnung 2024; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

1.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

In der Stadt Ottweiler ist zunächst die Möglichkeit hervorzuheben, durch die Umsiedlung und Modernisierung eines Drogeriemarktes in ein attraktives Nahversorgungszentrum sowie die Neuansiedlung eines Geschäftes für Unterhaltungselektronik bzw. Telekommunikation Kaufkraft, die bisher aus Ottweiler abfließt (v. a. nach Neunkirchen, nach St. Wendel und zu Gunsten des Onlinehandels), zumindest teilweise zurück zu führen und somit eine **Stärkung der verbrauchernahen Versorgung in Ottweiler** zu bewirken. Es ist zu erwarten, dass mindestens 1,0 Mio. € der Umsatzerwartung des Vorhabens aus Kaufkraftrückholungsprozessen stammen werden. Auch die geplante Ansiedlung einer Apotheke im Nahversorgungszentrum Blieszentrum unterstützt die verbrauchernahe Versorgung.

Dennoch wird das Vorhaben bei vorhandenen Anbietern **im Stadtgebiet von Ottweiler teils deutliche Umsatzrückgänge** bewirken (insgesamt ca. 0,3 – 0,4 Mio. €, davon ca. 0,1 Mio. € im Kernsortiment Drogeriewaren und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € bei Apothekenwaren. In den einzelnen Standortbereichen sind folgende Auswirkungen zu erwarten:

- Da fast alle Wettbewerber dem **zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt** zuzurechnen sind, werden sich hier auch entsprechende Umsatzrückgänge ergeben (ca. 0,3 Mio. € (durchschnittlich ca. 9 %) absehbar. Umsatzrückgänge werden ganz überwiegend die drei Apotheken sowie die Lebensmittelmärkte Aldi und EDEKA im Blieszentrum betreffen. Bei den Lebensmittelmärkten handelt es sich um leistungsstarke Filialisten, die von der Ergänzung des Blieszentrums durch weitere Anbieter profitieren werden, sodass keine Bestandsgefährdungen dieser Magnetbetriebe erkennbar sind. Bei den Apotheken hingegen ist die Schließung eines Anbieters bzw. eine Verlagerung zum Blieszentrum nicht ganz auszuschließen. Hierdurch wird aber keine Schwächung der

Angebots-struktur in der Innenstadt eintreten, da die Gesamtzahl der Apotheken in der Innenstadt gleichbleibt (wie in Kapitel II erläutert, ist auch der Vorhabenstandort als Teil des Blieszentrums faktisch dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen).

- /// Nahversorgungslagen sind im Einzelhandelskonzept der Stadt Ottweiler nicht ausgewiesen. Drogeriefachanbieter, Apotheken und Handysshops gibt es außerhalb der Innenstadt nicht.
- /// Bei den strukturprägenden Lebensmittelmärkten außerhalb der Innenstadt sind nur bei dem Lebensmittelmarkt Penny im Osten der Kernstadt gewisse Umsatzrückgänge zu erwarten. Bei diesem Anbieter handelt es sich um einen modernen Lebensmittelmarkt, der seinen Standort erst kürzlich verlagert und seine Filiale im Zuge dessen modernisiert hat, und der nur in seinen Randsortimenten Angebotsüberschneidungen mit dem Vorhaben aufweist. Angesichts einer Umverteilungsquote von max. 5 % in Folge des Vorhabens ist von keiner Bestandsgefahr für diesen strukturprägenden Anbieter auszugehen. Die kleineren Lebensmittelanbieter in Streulagen der Kernstadt sowie in den Stadtteilen weisen keine wesentlichen Angebotsüberschneidungen mit den geplanten Nutzungen am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ auf, sodass diesbezüglich Bestandsgefährdungen ausgeschlossen werden können.

Zusammenfassend sind für die Stadt Ottweiler in Folge der geplanten Neuansiedlungen eines Drogeriemarktes im Szenario 1 (als Verlagerung des bestehenden dm-Marktes), eines Geschäftes für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation sowie einer Apotheke am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ keine wesentlichen Schwächungen der verbrauchernahen Versorgung sowie des zentralen Versorgungsbereiches von Ottweiler zu erwarten. Da der Planstandort faktisch selbst dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen ist, wird dieser vielmehr gestärkt. Insgesamt wird die Versorgungsfunktion des Grundzentrums Ottweiler durch das Vorhaben gestärkt. Das Vorhaben entspricht damit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes Ottweiler 2020.

Für die Kreisstadt Neunkirchen sind folgende Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche festzuhalten:

- /// Die in Ottweiler geplanten Anbieter sind in erster Linie auf die Unterstützung der verbrauchernahen Versorgung von Ottweiler ausgerichtet, ohne dabei ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet zu erschließen. Somit sind in Neunkirchen nur im begrenzten Umfang Umsatzrückgänge zu erwarten.
- /// In der **Neunkirchener City**, zu der sowohl das Einkaufszentrum Saarpark-Center als auch das neue Globus-SB-Warenhaus gehören, befinden sich diverse leistungsstarke Wettbewerber, darunter drei Drogeriemärkte, mehrere Apotheken und Handysshops. Insgesamt ist in Folge der Vorhabenrealisierung im Szenario 1 im zentralen Versorgungsbereich City mit Umsatzrückgängen in Höhe von ca. 0,4 Mio. € zu rechnen. Dies entspricht einer durchschnittlichen Umverteilungsquote der betroffenen Anbieter von ca. 1 – 2 %. In Anbetracht der Vielzahl und Leistungsstärke der dortigen Wettbewerber ist aus dem Vorhaben keine Gefährdung einzelner Anbieter und somit **keine nachhaltige Schwäche des zentralen Versorgungsbereiches City** abzuleiten.
- /// In den weiter entfernten **Nebenzentren Oberer Markt, Wiebelskirchen und Furpach**, die allein der Nahversorgung der umliegenden Stadtbereiche von Neunkirchen dienen,

liegen keine Zielgruppenüberschneidungen mit dem Vorhaben in Ottweiler vor. Dort sind daher **keine wesentlichen Umsatzrückgänge des Vorhabens** zu erwarten. Die Umsatzrückgänge werden in diesen zentralen Versorgungsbereichen unterhalb der gutachterlichen Nachweisbarkeit (< 0,5 % Umverteilung) bleiben.

In der **benachbarten Kreisstadt St. Wendel** sowie den **Nachbargemeinden Illingen, Schiffweiler, Breitenbach und Dunzweiler** sind keine wesentlichen Umsatzrückgänge zu erwarten:

- /// Das regelmäßige **Einzugsgebiet** des geplanten Nahversorgungszentrums Blieszentrum ist nicht auf die Bevölkerung der umliegenden Kommunen ausgerichtet, sondern beschränkt sich auf das Stadtgebiet von Ottweiler (vgl. Kapitel IV.1.). Allenfalls im St. Wendeler Stadtteil Niederlinxweiler ist angesichts der räumlichen Nähe zu Ottweiler und der attraktiven Bündelung von Nahversorgungseinrichtungen im Blieszentrum ein erhöhtes Kundenaufkommen zum Planstandort denkbar.
- /// In **St. Wendel** wird das Vorhaben im Szenario 1 zu Umsatzrückgängen in Höhe von insgesamt ca. 0,1 – 0,2 Mio. € führen. Die durchschnittliche Umverteilungsquote bleibt unterhalb der gutachterlichen Nachweisgrenze. Aufgrund der dortigen Angebotsverteilung – alle größeren Wettbewerber befinden sich an Gewerbegebietsstandorten außerhalb der Innenstadt bzw. des Stadtteilzentrum Bliesen – werden sich diese Umsatzrückgänge jedoch kaum gegen Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen richten. Bestandsgefährdungen in zentralen Versorgungsbereichen von St. Wendel sind somit auszuschließen. Im Stadtteil Niederlinxweiler liegt kein zentraler Versorgungsbereich vor.
- /// In den Nachbarkommunen **Illingen, Schiffweiler, Breitenbach und Dunzweiler** werden sich allenfalls geringe Umsatzzumlenkungen ergeben, da die dortigen Anbieter auf die eigene Bevölkerung ausgerichtet sind und somit keine Zielgruppenüberschneidungen mit den geprüften Angeboten am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ vorliegen. Angesichts der ermittelten Umverteilungsquoten von unter 1 % können Gefährdungen von strukturprägenden Anbietern ausgeschlossen werden. Nachweisbare Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen werden sich an keiner Stelle ergeben.

Insgesamt lässt das Vorhaben innerhalb und außerhalb der Stadt Ottweiler keine erheblichen Beeinträchtigungen der verbrauchernahen Versorgung oder von zentralen Versorgungsbereichen erwarten. Eine Gefährdung der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktionen kann für alle Orte im Untersuchungsraum vollständig ausgeschlossen werden.

1.4 Raumordnerische Bewertung des Vorhabens im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)

Die in der Kernstadt von Ottweiler am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ angestrebten Neuansiedlungen eines Drogeriemarktes (als Verlagerung / Erweiterung eines bestehenden Anbieters), Geschäftes für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation sowie einer Apotheke stellen mit ihrer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.000 m² eine großflächige Einzelhandelsagglomeration von Anbietern mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dar.

Eine raumordnerische Bewertung anhand der hier wesentlichen Ziele des LEP Saarland 2030 kommt zu folgenden Ergebnissen:

- Konzentrationsgebot (Z 23):** Der Standort des Vorhabens befindet sich im Kernort des Grundzentrums Ottweiler. Dies entspricht der Vorgabe des Konzentrationsgebotes.
- Kongruenzgebot (Z 25):** Das Vorhaben ist in seiner Angebotsstruktur und Dimensionierung als Nahversorgungszentrum für Ottweiler konzipiert. Das regelmäßige Einzugsgebiet des Vorhabens beschränkt sich auf das Stadtgebiet von Ottweiler. Gemäß Umsatzprognose wird im Szenario 1 rund 75 % der Umsatzerwartung des Einzelhandelsvorhabens aus dem Stadtgebiet von Ottweiler stammen. Es liegt somit keine wesentliche Überschreitung des zugeordneten Verflechtungsbereiches des Grundzentrums Ottweiler vor. Das Vorhaben fügt sich damit in die zentralörtliche Versorgungsstruktur ein.
- Beeinträchtungsverbot (Z 26):** Das regelmäßige Einzugsgebiet des Vorhabens beschränkt sich auf die Stadt Ottweiler. Mit dem Vorhaben wird eine Konzentration und Ergänzung der Versorgungsangebote in zentraler Lage angestrebt, um die Versorgung der Bevölkerung von Ottweiler langfristig sicherzustellen. Da der Planstandort unmittelbar an den zentralen Versorgungsbereich angrenzt und diesem faktisch zuzuordnen ist, wird die Planung zu einer Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches von Ottweiler führen. Wie die Auswirkungsanalyse in Kapitel V.1.3 dargelegt hat, sind in Ottweiler weder wesentliche Schwächungen der verbrauchernahen Versorgung noch größere Umsatzrückgänge im zentralen Versorgungsbereich von Ottweiler zu erwarten, die diesen in seiner Versorgungsfunktion insgesamt oder in einzelnen Branchen beeinträchtigt. Wesentliche Ursache hierfür ist die begrenzte Zunahme der Verkaufsfläche (da es sich bei dem Drogeriemarkt nur um eine geringfügige Erweiterung um ca. 80 m² VK handelt und die anderen Einzelhandelsnutzungen nur max. 230 m² VK aufweisen), sodass auch die Umsatzzuwächse am Standort begrenzt bleiben werden. Außerhalb von Ottweiler sind ebenfalls keine Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen absehbar. Im Höchstfall sind in zentralen Versorgungsbereichen Umsatzrückgänge von ca. 1 – 2 % (City Neunkirchen) zu erwarten, welche nicht zu Bestandsgefährdungen führen.
- Integrationsgebot (Z 27):** Der Vorhabenstandort befindet sich an einem integrierten Standort innerhalb des Siedlungszusammenhangs der Kernstadt. Im direkten Nahumfeld sind neben Einzelhandel auch Wohnnutzungen und nicht störende Nutzungen (Dienstleistungen, Gastgewerbe, Büros, Werkstätten, Gewerbe, Anlagen für soziale, kulturelle, kirchliche und gesundheitliche Zwecke) vorgesehen. Der Standort ist sowohl von größeren Wohngebieten wie auch von Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs aus fußläufig erreichbar (max. 300 m Entfernung). Der Vorhabenstandort grenzt unmittelbar an den im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich der Stadt Ottweiler an. Auch konzeptionell liegt bei den geplanten Nutzungen eines Drogeriemarktes, eines Handysshops und einer Apotheke am Standort „Ergänzung Blieszentrum“ ein enger räumlich-funktionaler Zusammenhang mit dem zentralen Versorgungsbereich des Grundzentrums Ottweiler vor. Die geplanten Kernsortimente sind im Einzelhandelskonzept Ottweiler und im LEP als zentrenrelevante Sortimente eingestuft; insofern besteht eine funktionsadäquate Zuordnung.

Zusammenfassend wird festgestellt, dass das Vorhaben im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm) den raumordnerischen Anforderungen des LEP Saarland 2030 an Standorte für großflächigen Einzelhandel vollständig entspricht.

2. Auswirkungsanalyse im Szenario 2 (Neuansiedlung eines zusätzlichen Drogeriemarktes)

2.1 Umsatzerwartung

2.1.1 Umsatzermittlung für den Drogeriemarkt

Sofern am Planstandort ein anderer Drogeriemarkt als dm – mutmaßlich Rossmann – ansässig würde, wird dm seinen etablierten Standort an der Bliessstraße aus wettbewerbsstrategischen Gründen erhalten. Rossmann wäre dann also der zweite Drogeriemarkt in Ottweiler.

In diesem wettbewerbsintensiven Szenario wird der neue Drogeriefachmarkt in seinem Kernsortiment keinen hohen Marktanteil im Einzugsgebiet mehr erreichen können (max. 20 %). Für Streukunden erscheint angesichts der Zuführungseffekte aufgrund der attraktiven Angebotsergänzung durch einen modernen Lebensmittelvollsortimenter, eine neue Aldi-Filiale und eine Apotheke am Standort einerseits sowie der verschärften Wettbewerbssituation mit Drogeriemärkten in Ottweiler (dm direkt an der B 41), Neunkirchen und St. Wendel andererseits ein Umsatzanteil von max. 15 % möglich.

Insgesamt ergibt sich für den geplanten Drogeriefachmarkt im Szenario 2 (Neuansiedlung eines zusätzlichen Rossmann-Marktes) eine Umsatzerwartung von ca. 2,1 Mio. € (vgl. Tabelle 8). Davon entfallen ca. 1,5 Mio. € auf Drogeriewaren, ca. 0,2 Mio. € auf Lebensmittel-Randsortimente und ca. 0,8 Mio. € auf Nonfood-Randsortimente (v. a. Haushaltswaren, Schreib- und Spielwaren, Fotobedarf, Kleintextilien). Wegen der deutlich intensiveren Wettbewerbssituation durch den weiterhin bestehenden dm-Markt in Ottweiler fällt die Umsatzprognose in diesem Szenario 2 also deutlich geringer aus als in Szenario 1.

Tabelle 8: Umsatzerwartung eines Drogeriemarktes am Planstandort „Ergänzung Bliesszentrum“ in Ottweiler – Szenario 2 (Neuansiedlung zusätzlicher Drogeriemarkt)

Sortiment Kundenherkunft	Drogeriewaren			Randsortimente*	insgesamt
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €
Einzugsgebiet (Stadt Ottweiler)	6,3	20 %	1,3	0,5	1,8
Streukunden**			0,2	0,1	0,3
Summe			1,5	0,6	2,1

* Der Umsatzanteil für Randsortimente ist bei diesem Betreiber auf rund 30 % zu veranschlagen.

** Umsatzanteil hier max. 15 % (z. B. Arbeitspendler, erhöhte Streuumsätze aus Niederlinxweiler usw.)

GMA-Berechnung 2024 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

2.1.2 Umsatzerwartung für einen Shop für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation

Für den geplanten Anbieter von Elektronik / Telekommunikation mit den vorgesehenen max. 230 m² VK ist von derselben Umsatzerwartung auszugehen wie im Szenario 1, da sich aus seiner Sicht die Wettbewerbs- und Standortbedingungen nicht verändern. Der **Prognoseumsatz beläuft sich damit auf max. 0,8 Mio. €**, davon ca. 0,6 Mio. € mit Kunden aus Ottweiler.

2.1.3 Umsatzerwartung einer Apotheke

Für die geplante Apotheke ist von derselben Umsatzerwartung auszugehen wie im Szenario 1, da sich für sie die Wettbewerbs- und Standortbedingungen nicht verändern. Ihr **einzelhandelsrelevanter Prognoseumsatz beläuft sich auf max. 0,3 Mio. €**.

2.1.4 Kumulierte Umsatzerwartung für die vorgesehenen Anbieter

In Addition der vorstehend genannten einzelhandelsrelevanten Prognoseumsätze ergibt sich für das Vorhaben **im Szenario 2 (Ansiedlung eines zusätzlichen Drogeriemarktes) eine Gesamtumsatzerwartung von max. 3,2 Mio. €**. Davon entfallen ca. 1,5 Mio. € auf das Drogeriewaren-Kernsortiment, ca. 0,6 Mio. € auf die absehbaren Randsortimente des Drogeriemarktes, ca. 0,8 Mio. € auf Elektronik / Telekommunikation und ca. 0,3 Mio. € auf Apothekenwaren (vgl. Tabelle 9). Rund 82 % der zu erwartenden Umsatzleistung (ca. 2,6 Mio. €) stammen von Kunden aus der Standortkommune Ottweiler.

Tabelle 9: Umsatzprognose des Gesamtvorhabens am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler (Drogeriefachmarkt, Shop für Unterhaltungselektronik/Telekommunikation, Apotheke) im Szenario 2 (Neuansiedlung zusätzlicher Drogeriemarkt)

Sortiment	Umsatz in Mio. €		
	gesamt	dav. Einzugsgebiet (Stadt Ottweiler)	davon Streukunden
Drogeriewaren i. e. S.	1,5	1,2 – 0,3	0,2 – 0,3
Randsortimente des Drogeriemarktes*	0,6	0,5	0,1
Unterhaltungselektronik / Telekommunikation	0,8	0,6	0,2
Apothekenwaren	0,3	0,2 – 0,3	< 0,1
Summe	3,2	2,6	0,6

* Bei diesem Anbieter v. a. Schreib- und Spielwaren, Haushaltswaren, Dekoartikel, Fotobedarf, Kleintextilien usw.

GMA-Berechnung 2024 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

2.2 Wettbewerbswirkungen

Auch im Szenario 2 werden Umsatzrückgänge vorwiegend in der Standortkommune Ottweiler und in der benachbarten Kreisstadt Neunkirchen eintreten, nachrangig auch in der Kreisstadt St. Wendel (vgl. Tabelle 10). Die Umsatzumverteilungswirkungen im Drogeriewarenbereich fallen allerdings höher aus als im Szenario 2.

- In Ottweiler selbst** belaufen sich die Umverteilungswirkungen zu Lasten bestehender Anbieter auf ca. 1,7 Mio. €. Es errechnet sich eine durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote von ca. 21 %. Die stärksten Umsatzrückgänge muss der dm-Drogeriemarkt hinnehmen. Außerdem sind die örtlichen Apotheken und Lebensmittelmärkte (insbesondere die Anbieter EDEKA und Aldi im Blieszentrum) betroffen.
- Außerhalb Ottweilers** ergeben sich Umsatzrückgänge von insgesamt ca. 1,5 Mio. €. Davon entfallen ca. 1,1 Mio. € auf die Stadt Neunkirchen, der größte Teil davon auf die Drogeriemärkte Rossmann, Müller und dm in der City sowie die örtlichen Elektronik- und Telekommunikationsanbieter. Die übrigen Umsatzrückgänge verteilen sich auf

weiter entfernte Standorte von Lebensmittel- und Drogeriemärkten (hauptsächlich auf Globus-Märkte, den Elektrofachmarkt Expert und den Drogeriemarkt dm in St. Wendel), sowie auf Onlineanbieter von Unterhaltungselektronik und Telekommunikation. Für die einzelnen Kommunen ergeben sich jeweils nur sehr geringe Umverteilungswirkungen (unterhalb von 1 %).

Tabelle 10: Umsatzumverteilungen des Vorhabens im Szenario 2 (Neuansiedlung zusätzlicher Drogeriemarkt)

Standorte	Umsatzumverteilung zu Lasten bestehender Wettbewerber in Mio. €	Bestandsumsatz der Wettbewerber in Mio. €	Durchschnittl. Umverteilungsquote
Ottweiler	1,7	8,1	21 %
... davon ZVB Innenstadt*	1,6	7,5	21 %
Neunkirchen (Saar)	1,1	58,1	2 %
... davon ZVB City	0,7	24,7	2 – 3 %
... davon andere ZVB (Nebenzentren)	< 0,1	3,5	1 – 2 %
St. Wendel	0,2	40,2	< 1 %
... davon ZVB Innenstadt	n. n.	1,6	n. n.
... dav. andere ZVB (Nebenzentrum)	n. n.	2,5	n. n.
Andere Standorte / Onlinehandel	0,2	> 50,0	n. n.
Umsatzumverteilungen insgesamt	3,2		

* inkl. geplante Erweiterung / Verlagerung von EDEKA und Aldi

n. n. nicht mehr nachweisbar (Umverteilung unter 0,05 Mio. € bzw. unter 0,5 %)

GMA-Berechnung 2024; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

2.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Aus Sicht der **Stadt Ottweiler** schafft die Neuansiedlung eines Drogeriemarktes und eines Geschäftes für Unterhaltungselektronik bzw. Telekommunikation die Möglichkeit, Kaufkraft nach Ottweiler zurückzuholen und somit die verbrauchernahe Versorgung am Ort zu steigern. Im Szenario 2 werden mindestens 1,4 Mio. € der Umsatzerwartung des Vorhabens aus Kaufkraft-rückholungsprozessen resultieren. Auch die geplante Ansiedlung einer Apotheke im Nahversorgungszentrum Blieszentrum unterstützt die verbrauchernahe Versorgung.

Dennoch wird das Vorhaben bei etablierten Anbietern im Stadtgebiet von Ottweiler zu erheblichen Umsatzrückgängen von insgesamt ca. 1,7 Mio. € führen. Rund 1,0 Mio. € davon betreffen das Kernsortiment Drogeriewaren, ca. 0,4 – 0,5 Mio. € auf Randsortimente des Drogeriemarktes (v. a. Haushaltswaren / Dekoartikel, Schreib- und Spielwaren, Fotobedarf, Kleintextilien) und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € auf Apothekenwaren.

In den einzelnen Standortbereichen sind folgende Auswirkungen zu erwarten:

- Da fast alle Wettbewerber dem **zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt** zuzurechnen sind, werden sich hier auch entsprechende Umsatzrückgänge ergeben (ca. 1,6 Mio. € (durchschnittlich ca. 21 %) absehbar. Umsatzrückgänge werden ganz überwiegend den Drogeriemarkt dm, die drei Apotheken sowie die Lebensmittelmärkte Aldi und EDEKA im Blieszentrum betreffen. Während bei den Lebensmittelmärkten keine Bestandsgefährdungen dieser Magnetbetriebe erkennbar sind, ist bei dm und den

Apotheken die Schließung eines Anbieters nicht ganz auszuschließen (ggf. auch als Verlagerung einer Apotheke zum Planstandort). Hierdurch wird keine Schwächung der Angebotsstruktur in der Innenstadt eintreten, da die Gesamtzahl der Apotheken und Drogeriemärkte in der Innenstadt erhalten bleibt (wie in Kapitel II erläutert, ist auch der Vorhabenstandort als Teil des Blieszentrums faktisch dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen).

- Die Nahversorgungssituation wird nicht geschwächt, da nur bei dem Lebensmittelmarkt Penny im Osten der Kernstadt gewisse Umsatzrückgänge zu erwarten sind (max. 5 %). Die kleineren Lebensmittelanbieter in Streulagen der Kernstadt sowie in den Stadtteilen weisen keine wesentlichen Angebotsüberschneidungen mit den geplanten Nutzungen am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ auf, sodass auch für diese Bestandsgefährdungen ausgeschlossen werden können.

Zusammenfassend sind für die Stadt Ottweiler in Folge der geplanten Neuansiedlungen eines Drogeriemarktes auch im Szenario 2 (als Neuansiedlung eines zusätzlichen Marktes), eines Geschäftes für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation sowie einer Apotheke am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ keine wesentlichen Schwächungen der verbrauchernahen Versorgung sowie des zentralen Versorgungsbereiches von Ottweiler zu erwarten. Da der Planstandort faktisch selbst dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen ist, wird dieser unterstützt. Insgesamt wird die Versorgungsfunktion des Grundzentrums Ottweiler durch das Vorhaben gestärkt. Das Vorhaben entspricht damit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes Ottweiler 2020.

Für die Kreisstadt Neunkirchen ist in zentralen Versorgungsbereichen mit folgenden Auswirkungen zu rechnen:

- Die in Ottweiler geplanten Anbieter sind in erster Linie auf die Unterstützung der verbrauchernahen Versorgung von Ottweiler ausgerichtet, ohne dabei ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet zu erschließen. Somit sind in Neunkirchen nur im begrenzten Umfang Umsatzrückgänge zu erwarten.
- im zentralen Versorgungsbereich **City** werden diverse leistungsstarke Wettbewerber betroffen, in der Hauptsache die drei Drogeriemärkte Rossmann, Müller und dm. Insgesamt wird das Vorhaben im Szenario 2 in der City Umsatzrückgänge in Höhe von ca. 0,7 Mio. € bewirken. Dies entspricht einer durchschnittlichen Umverteilungsquote der betroffenen Anbieter von ca. 2 – 3 %. In Anbetracht der Vielzahl und Leistungsstärke der dortigen Wettbewerber sind keine Gefährdungen einzelner Anbieter und somit **keine nachhaltige Schwächung des zentralen Versorgungsbereiches City** zu erwarten.
- In den weiter entfernten **Nebenzentren Oberer Markt, Wiebelskirchen und Furpach**, die allein der Nahversorgung der umliegenden Stadtbereiche von Neunkirchen dienen, sind **keine wesentlichen Umsatzrückgänge des Vorhabens** absehbar (< 1 % Umverteilung).

In der **benachbarten Kreisstadt St. Wendel** sowie den **Nachbargemeinden Illingen, Schiffweiler, Breitenbach und Dunzweiler** werden auch im Szenario 2 keine wesentlichen Umsatzrückgänge eintreten:

- Das regelmäßige **Einzugsgebiet** des geplanten Nahversorgungszentrums Blieszentrum ist nicht auf die Bevölkerung der umliegenden Kommunen ausgerichtet, sondern

beschränkt sich auf das Stadtgebiet von Ottweiler (vgl. Kapitel IV.1.). Allenfalls im St. Wendeler Stadtteil Niederlinxweiler ist angesichts der räumlichen Nähe zu Ottweiler und der attraktiven Bündelung von Nahversorgungseinrichtungen im Blieszentrum ein erhöhtes Streukundenaufkommen zum Planstandort denkbar.

- In **St. Wendel** wird das Vorhaben im Szenario 2 zu Umsatzrückgängen in Höhe von insgesamt ca. 0,2 Mio. € führen. Die durchschnittliche Umverteilungsquote bleibt unterhalb der gutachterlichen Nachweisgrenze. Aufgrund der dortigen Angebotsverteilung – alle größeren Wettbewerber befinden sich an Gewerbegebietsstandorten außerhalb der Innenstadt bzw. des Stadtteilzentrum Bliesen – werden sich diese Umsatzrückgänge jedoch kaum gegen Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen richten. Bestandsgefährdungen in zentralen Versorgungsbereichen von St. Wendel sind somit auszuschließen. Im Stadtteil Niederlinxweiler liegt kein zentraler Versorgungsbereich vor.
- In den Nachbarkommunen **Illingen, Schiffweiler, Breitenbach und Dunzweiler** werden sich in Anbetracht der Entfernung zum Planstandort allenfalls geringe Umsatzzunahmen ergeben (durchweg unter 1 %). Zielgruppenüberschneidungen mit den geplanten Anbietern am Standort „Ergänzung Blieszentrum“ ergeben sich nicht. Gefährdungen von strukturprägenden Anbietern sind auszuschließen. Nachweisbare Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen werden sich an keiner Stelle ergeben.

Insgesamt lässt das Vorhaben innerhalb und außerhalb der Stadt Ottweiler keine erheblichen Beeinträchtigungen der verbrauchernahen Versorgung oder von zentralen Versorgungsbereichen erwarten. Eine Gefährdung der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktionen ist auch im Szenario 2 für alle Orte im Untersuchungsraum auszuschließen.

2.4 Raumordnerische Bewertung des Vorhabens im Szenario 2 (Neuansiedlung zusätzlicher Drogeriemarkt)

Für die raumordnerische Bewertung des Vorhabens im Szenario 2 (Neuansiedlungen eines Drogeriemarktes, eines Geschäftes für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation sowie einer Apotheke mit insgesamt ca. 1.000 m² VK) sind folgende Punkte festzuhalten:

- **Konzentrationsgebot (Z 23):** Der Standort des Vorhabens befindet sich im Kernort des Grundzentrums Ottweiler. Dies entspricht der Vorgabe des Konzentrationsgebotes.
- **Kongruenzgebot (Z 25):** Das Vorhaben ist in seiner Angebotsstruktur und Dimensionierung als Nahversorgungszentrum für Ottweiler konzipiert. Das regelmäßige Einzugsgebiet des Vorhabens beschränkt sich auf das Stadtgebiet von Ottweiler. Gemäß Umsatzprognose wird im Szenario 1 rund 81 % der Umsatzerwartung des Einzelhandelsvorhabens aus dem Stadtgebiet von Ottweiler stammen. Es liegt somit keine wesentliche Überschreitung des zugeordneten Verflechtungsbereiches des Grundzentrums Ottweiler vor. Das Vorhaben fügt sich damit in die zentralörtliche Versorgungsstruktur ein.
- **Beeinträchtungsverbot (Z 26):** Das regelmäßige Einzugsgebiet des Vorhabens beschränkt sich auf die Stadt Ottweiler. Mit dem Vorhaben wird eine Konzentration und Ergänzung der Versorgungsangebote in zentraler Lage angestrebt, um die Versorgung der Bevölkerung von Ottweiler langfristig sicherzustellen. Da der Planstandort unmittelbar an den zentralen Versorgungsbereich angrenzt und diesem faktisch zuzuordnen ist,

wird die Planung zu einer Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches von Ottweiler führen. Wie die Auswirkungsanalyse in Kapitel V.2.3 dargelegt hat, sind in Ottweiler zwar erhebliche Umsatzrückgänge bei dem bestehenden Drogeriemarkt dm und den Apotheken zu erwarten, aber letztlich weder wesentliche Schwächungen der verbrauchernahen Versorgung noch größere Umsatzrückgänge im zentralen Versorgungsbereich von Ottweiler. So ist auch der Vorhabenstandort selbst dem faktischen zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen, sodass selbst im Fall der Aufgabe eines anderen Anbieters keine Versorgungslücken eintreten. Außerhalb von Ottweiler sind ebenfalls keine Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen absehbar. In zentralen Versorgungsbereichen außerhalb von Ottweiler ist im Höchstfall mit Umsatzrückgängen von ca. 2 – 3 % (City Neunkirchen) zu rechnen, die an keiner Stelle Bestandsgefährdungen oder Schwächungen eines zentralen Versorgungsbereiches erwarten lassen.

Integrationsgebot (Z 27): Der Vorhabenstandort befindet sich an einem integrierten Standort innerhalb des Siedlungszusammenhangs der Kernstadt. Im direkten Nahumfeld sind neben Einzelhandel auch Wohnnutzungen und nicht störende Nutzungen (Dienstleistungen, Gastgewerbe, Büros, Werkstätten, Gewerbe, Anlagen für soziale, kulturelle, kirchliche und gesundheitliche Zwecke) vorgesehen. Der Standort ist sowohl von größeren Wohngebieten wie auch von Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs aus fußläufig erreichbar (max. 300 m Entfernung). Der Vorhabenstandort grenzt unmittelbar an den im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich der Stadt Ottweiler an. Auch konzeptionell liegt bei den geplanten Nutzungen eines Drogeriemarktes, eines Handyshops und einer Apotheke am Standort „Ergänzung Blieszentrum“ ein enger räumlich-funktionaler Zusammenhang mit dem zentralen Versorgungsbereich des Grundzentrums Ottweiler vor. Die geplanten Kernsortimente sind im Einzelhandelskonzept Ottweiler und im LEP als zentrenrelevante Sortimente eingestuft; insofern besteht eine funktionsadäquate Zuordnung.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass das Vorhaben auch im Szenario 2 (Neuansiedlung eines zusätzlichen Drogeriemarktes) die raumordnerischen Anforderungen des LEP Saarland 2030 an Standorte für großflächigen Einzelhandel erfüllt.

VI. Abschließende Beurteilung und Empfehlungen zur Planung

Die Einzelhandelsplanung im Gebiet „Ergänzung Blieszentrum“ in der Kernstadt von Ottweiler stellt mit ihrem vorgesehenen Angebotsmix aus Drogeriemarkt, Apotheke und Geschäft für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation eine sinnvolle Erweiterung des vorgesehenen Nahversorgungszentrums für Ottweiler dar. Der Vorhabenstandort ist faktisch dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen. Durch die Konzentration von Angeboten der Grundversorgung in zentraler und integrierter Lage im Stadtgebiet kann der zentrale Versorgungsbereich gestärkt werden. Zugleich stellt die Planung in ihrer Gesamtgröße von max. 1.000 m² VK eine maßvolle Erweiterung des Bestandes dar.

Der wohngebietsnahe Standort unterstützt die verbrauchernahe Grundversorgung in Ottweiler und trägt zur Vermeidung von zusätzlichen Einkaufsfahrten bei. Beeinträchtigungen der örtlichen Nahversorgungsstrukturen können vollständig ausgeschlossen werden.

Die Ansiedlung eines kleinflächigen Anbieters für Unterhaltungselektronik / Telekommunikation verringert eine – bereits im Einzelhandelskonzept 2020 konstatierte – Angebotslücke und reduziert bestehende Kaufkraftabflüsse, ohne dabei wesentlich über die Deckung des Eigenbedarfs von Ottweiler hinaus reichende Bereiche zu erschließen.

Bereits durch das Angebotskonzept, welches ausschließlich Nahversorger umfasst, wird deutlich, dass die Planung nicht auf wesentliche Umsatzzuflüsse von außerhalb ausgerichtet ist.

Da sich die von dem Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen auf eine Vielzahl von Standorten verteilen, aber überwiegend auf Anbieter in Ottweiler selbst, sind außerhalb der Standortkommune keine Betriebsschließungen in Folge der Vorhabenrealisierung zu erwarten. Außerhalb von Ottweiler werden daher keine Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen ausgelöst.

In raumordnerischer Hinsicht ist das Vorhaben zudem mit den Maßgaben des Konzentrationsgebotes, Kongruenzgebotes, Beeinträchtigungsverbotes und Integrationsgebotes vereinbar.

Um einen ruinösen Wettbewerb zwischen den Drogeriemärkten zu vermeiden wird empfohlen, anstelle einer Neuansiedlung eines neuen Anbieters eine Verlagerung / Erweiterung des bestehenden Drogeriemarkts durchzuführen. Auch sind im Szenario 1 die wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen in den umliegenden Städten und Gemeinden noch etwas geringer.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Einzelhandelskonzept 2020 der Stadt Ottweiler: Zentraler Versorgungsbereich	16
Karte 2:	Lageplan des Planstandortes „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ innerhalb des Nahversorgungszentrums „Blieszentrum“	17
Karte 3:	Lage des Planstandortes „Sondergebiet Ergänzung Blieszentrum“ im Innenstadtgebiet von Ottweiler	18
Karte 4:	Wettbewerber für das Vorhaben „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler (hier: Drogeriemärkte ab 400 m ² VK)	24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Wesentliche Standorteigenschaften der Stadt Ottweiler als Standort für den Einzelhandel	14
Tabelle 2:	Strukturprägende Wettbewerber ab ca. 400 m ² VK in Ottweiler und Nachbarkommunen bis max. 12 km Entfernung	23
Tabelle 3:	Umsatzerwartung eines Drogeriemarktes am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)	29
Tabelle 4:	Umsatzerwartung eines Shops für Unterhaltungselektronik/Telekommunikation am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler	30
Tabelle 5:	Umsatzprognose des Gesamtvorhabens am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler (Drogeriefachmarkt, Shop für Unterhaltungselektronik/Telekommunikation, Apotheke) im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)	31
Tabelle 6:	Wettbewerbswirksame Umsatzanteile des Gesamtvorhabens am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)	32
Tabelle 7:	Umsatzumverteilungen des Vorhabens im Szenario 1 (Verlagerung / Erweiterung dm)	33
Tabelle 8:	Umsatzerwartung eines Drogeriemarktes am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler – Szenario 2 (Neuansiedlung zusätzlicher Drogeriemarkt)	37
Tabelle 9:	Umsatzprognose des Gesamtvorhabens am Planstandort „Ergänzung Blieszentrum“ in Ottweiler (Drogeriefachmarkt, Shop für Unterhaltungselektronik/Telekommunikation, Apotheke) im Szenario 2 (Neuansiedlung zusätzlicher Drogeriemarkt)	38
Tabelle 10:	Umsatzumverteilungen des Vorhabens im Szenario 2 (Neuansiedlung zusätzlicher Drogeriemarkt)	39