



Auswirkungsanalyse zum Abriss / Neubau eines Aldi-Lebensmittelmarktes in Großrosseln

AUFTRAGGEBER: ALDI SÜD Immobilienverwaltungs-GmbH
& Co. oHG, Kirchheim a. d. Weinstraße

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Anna-Lena Kettenhofen

Ludwigsburg, den 20.05.2025

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 darauf, immer die männliche, weibliche und diverse Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: GMA-Aufnahme



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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Aufgabenstellung	4
2. Rechts- und Planungsrahmen	5
3. Definition und ausgewählte Marktdaten	7
4. Daten zum Vorhaben	9
II. Standortbeschreibung und -bewertung	10
1. Makrostandort Großrosseln	10
2. Mikrostandort „Am Mühlenbach“	13
3. Fazit der Standortbewertung	15
III. Projektrelevante Wettbewerbssituation	16
1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Großrosseln	16
2. Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland	17
IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung, Kaufkraft	20
1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial	20
2. Vorhabenrelevantes Kaufkraftpotenzial	21
V. Auswirkungsanalyse	23
1. Umsatzprognose	23
2. Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen	24
3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	25
VI. Raumordnerische Prüfung	27
1. Konzentrationsgebot	27
2. Kongruenzgebot	27
3. Städtebauliches Integrationsgebot	28
4. Beeinträchtigungsverbot	29
VII. Zusammenfassung	30

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Am Standort Am Mühlenbach 3 in Großrosseln wird seit 1989 ein Aldi-Markt betrieben. Die Filiale soll nun modernisiert und im Zuge dessen erweitert werden. Hierzu ist der Abriss des bestehenden Gebäudes mit anschließendem Neubau geplant, wodurch sich die Verkaufsfläche (VK) von derzeit ca. 1.015 m² um etwa 185 m² auf ca. 1.200 m² VK vergrößern wird.

In der geplanten Größe handelt es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb (> 800 m² VK bzw. 1.200 m² BGF). Diese sind nach § 11 Abs. 3 BauNVO regelmäßig außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.

Um die planungsrechtlichen Voraussetzungen für das Vorhaben zu schaffen, ist die Änderung des Bebauungsplanes erforderlich.¹ In diesem Zusammenhang sind die Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche in Großrosseln und Nachbargemeinden sowie auf die verbrauchernahe Versorgung darzulegen. Darüber hinaus sind die Ziele der Raumordnung und Landesplanung zu berücksichtigen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darstellung des Rechts- und Planungsrahmens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Großrosseln sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Am Mühlenbach“
- /// Darstellung der Angebots- und Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich in Großrosseln sowie im Umland
- /// Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebietes sowie Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- /// Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Analyse und Bewertung möglicher wettbewerblicher und städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Überprüfung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Zielen und Grundsätzen des LEP Saarland, Teilabschnitt „Siedlung“ (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Städtebauliches Integrationsgebot, Beeinträchtigungsverbot).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde eine Begehung des Planstandortes sowie eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsraum durchgeführt. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

¹ Der derzeit gültige Bebauungsplan „Am Mühlenbach, 1. Änderung“ gemäß § 13 BauGB vom 29.04.1997 setzt für den Standort ein Gewerbegebiet (GE) fest.

2. Rechts- und Planungsrahmen

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** anzuwenden. Dieser führt in der aktuellen Fassung aus:²

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

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

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

Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die Vorgaben der Landesplanung zu berücksichtigen. Die Saarländische Landesregierung hat im Juli 2006 den **Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“** erlassen. Die Verordnung geht in Abschnitt 2.5.2 ausführlich auf die Ziele und Grundsätze für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ein. Die für die vorliegende Untersuchung relevanten Ziele und Grundsätze lauten wie folgt:³

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

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

² Baunutzungsverordnung (BauNVO) In der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132) zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023.

³ Quelle: Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“ vom 1. Juli 2006.

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

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

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

Z 44 Großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen sich bezüglich Größenordnung und Warensortiment funktional in die vorgegebene zentralörtliche Versorgungsstruktur einfügen. Der Einzugsbereich der entsprechenden Einzelhandelseinrichtung darf den Verflechtungsbereich des betreffenden zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten (**Kongruenzgebot**). Dies ist vom Planungsträger entsprechend nachzuweisen.

Z 45 Neuansiedlungen, Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen großflächiger Einzelhandelseinrichtungen dürfen das Zentrale-Orte-Gefüge des Landes sowie die Funktionsfähigkeit des jeweiligen zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereiches des zentralen Ortes (Standortgemeinde) sowie der benachbarten zentralen Orte (Nachbargemeinden) nicht beeinträchtigen (**Beeinträchtungsverbot**). Dies gilt insbesondere für solche Standortgemeinden, in denen der Erfolg von städtebaulichen Maßnahmen zur funktionalen Stärkung oder Stabilisierung von Stadt- und Ortskernen in Frage gestellt wird, z. B. bei städtebaulichen Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen.

Z 46 Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereich (integrierter Standort) des jeweiligen zentralen Ortes innerhalb des Siedlungszusammenhangs zu errichten (**städtebauliches Integrationsgebot**). Im Oberzentrum sowie in den Mittelzentren sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen auch in den Nebenzentren zulässig, sofern sie bezüglich Größenordnung, Warensortiment und Einzugsbereich dem Versorgungsbereich des Nebenzentrums angemessen sind und an einem städtebaulich integrierten Standort errichtet werden.

G 48 Standorte für großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen grundsätzlich in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden werden.

Z 49 Die planenden Standortgemeinden haben im Sinne der § 2 Abs. 2 BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB die übergemeindliche Abstimmung von Planung und Ansiedlung, Erweiterung oder Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sicherzustellen (**interkommunales Abstimmungsgebot**).

3. Definition und ausgewählte Marktdaten

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁴ Ausgenommen sind Lager, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu differenzieren.

/// **Nahrungs- und Genussmittel** (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.

/// Als „**Nonfood**“ (Nichtlebensmittel) sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird unterschieden zwischen

- Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und
- Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.).⁵

Zur Einordnung und Charakteristik der im Untersuchungsraum vorhandenen **Betriebstypen**⁶ des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:

Supermarkt:

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

Großer Supermarkt:

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

SB-Warenhaus:

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

Discounter:

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

⁴ Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024, Köln 2024, S. 413. Vgl. hierzu auch die Gerichtsurteile BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

⁵ Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024, Köln 2024, S. 413.

⁶ Vgl. EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2024, Köln 2024, S. 408.

LEH-Fachgeschäft:

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

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 200 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte anbietet und sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung auszeichnet. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

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

Bei der Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs kommt modernen Lebensmittelmärkten eine besondere Bedeutung zu, da sie nicht nur ein qualifiziertes Kernsortiment an Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren bieten, sondern auch die wichtigsten weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Zeitschriften, Schnittblumen, Schreibwaren, Heimtierbedarf) zumindest ausschnittsweise vorhalten. Moderne Lebensmittelvollsortimenter und -discounter sind daher als Eckpfeiler der Grundversorgung anzusehen. Ergänzende Funktionen für die Nahversorgung übernehmen Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Getränkemärkte, Biosupermärkte, kleinere Lebensmittelfachgeschäfte, Convenience-Shops (Kioske, Tankstellen), Naturkostläden, Wochenmärkte und Direktvermarkter.

Unter den im deutschen Lebensmitteleinzelhandel vertretenen Betriebsformen haben sich Lebensmitteldiscounter am dynamischsten entwickelt. Discounter weisen den größten Umsatzanteil auf (ca. 46 % im Jahr 2023); Supermärkte kommen auf knapp 31 %, Große Supermärkte auf ca. 11 %, SB-Warenhäuser auf ca. 9 % und sonstige Lebensmittelgeschäfte auf rd. 2 % des Umsatzvolumens in Deutschland.⁷ Discounter sind wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei deutschen Verbrauchern sehr beliebt. So ist das Angebot in Discountern deutlich straffer als in sog. Vollsortimentern (= Supermärkte und Große Supermärkte). Vollsortimenter profilieren sich dagegen v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service und eine besondere Ladenatmosphäre.

Wegen der gestiegenen Anforderungen der Kunden an die Sortimentszusammensetzung und Ladengestaltung sind in den letzten Jahren die Verkaufsflächen von Lebensmittelmärkten (sowohl bei Discountern als auch bei Vollsortimentern) tendenziell immer größer geworden. Weitere Ursachen für die wachsende Flächeninanspruchnahme sind steigende Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel durch breitere Gänge, niedrigere Regale und einen zunehmenden Anteil an Kleinverpackungen (aufgrund des Trends zu kleineren Familien- und Versorgungseinheiten). Die größer werdenden Märkte benötigen zur wirtschaftlichen Auslastung allerdings ein gewisses Bevölkerungsaufkommen im Einzugsgebiet sowie i. d. R. eine verkehrsgünstige Lage des Marktes.

⁷

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024; Köln 2024, S. 76; GMA-Berechnungen.

4. Daten zum Vorhaben

In der Gemeinde Großrosseln ist die Erweiterung des bestehenden Aldi-Lebensmittelmartkes vorgesehen. Die Verkaufsfläche der seit vielen Jahren „Am Mühlenbach“ betriebenen Filiale soll von derzeit ca. 1.015 m² um rund 185 m² auf künftig ca. 1.200 m² erweitert werden.

Die geplante Maßnahme umfasst den Abriss des Bestandsgebäudes und den anschließenden Neubau einer modernen Aldi-Filiale. Ziel ist es, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraumes sowie eine verbesserte Warenpräsentation die Aufenthaltsqualität und Kundenfreundlichkeit des Marktes spürbar zu steigern.

Aldi Süd hat in den vergangenen Jahren seine Filialkonzepte grundlegend überarbeitet und setzt verstärkt auf eine moderne Bauweise mit heller, offener Gestaltung, großzügigen Gangzonen und hochwertiger Innenausstattung. Hintergrund dieser Entwicklung ist die Anpassung an veränderte Kundenbedürfnisse und gestiegene Erwartungen an ein zeitgemäßes Einkaufserlebnis. Parallel dazu wurde das Sortiment in den letzten Jahren sukzessive ausgebaut, insbesondere im Hinblick auf frisches Obst und Gemüse, Bio- und vegane Produkte sowie frische Backwaren, um den heutigen Anforderungen der Verbraucher gerecht zu werden.

Unmittelbare Sortimentsänderungen sind mit dem Vorhaben nicht verbunden. Bei dem Betrieb Am Mühlenbach 3 in Großrosseln bleibt es bei dem betreibertypischen Sortimentsspektrum, das auch die anderen Aldi-Märkte in der Region anbieten. Aldi-Märkte sind Filialen; deren wesentliche Ursache für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch künftig wird es sich bei dem Markt in Großrosseln also um eine für Aldi typische Filiale handeln. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort vom Kunden nur dann aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Lebensmittelmärkte.

Der Discounter **Aldi Süd** betreibt derzeit in Süd- und Westdeutschland rd. 2.200 Filialen. Der Durchschnittsumsatz einer Aldi-Filiale beträgt derzeit rd. 9,6 Mio. € (brutto), die durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale ca. 1.018 m². Hieraus errechnet sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von ca. 9.400 € je m² VK. Mit diesen Leistungskennzahlen gehört Aldi, neben Lidl, zu den Branchenführern im deutschen Lebensmitteldiscount.⁸

Mit etwa 1.600 Artikeln im Basissortiment ist Aldi als sog. Hard-Discounter einzuordnen. Der Angebotsschwerpunkt liegt klar im Lebensmittelbereich (rd. 80 % der Umsätze) bzw. bei weiteren nahversorgungsrelevanten Artikeln (Drogeriewaren / Kosmetik) sowie Heimtiernahrung. Hinzu kommen ca. 110 wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus den Bereichen Nonfood II (z. B. Textilien, Haushaltswaren, Gartenbedarf, Bau- und Heimwerkerbedarf, Schreib- und Spielwaren), aber auch Lebensmitteln (z. B. Länderküche, saisonale Artikel). Im Gegensatz zu früher profilieren sich Aldi-Märkte nicht mehr so stark über ihre Nonfood-Aktionswaren, sondern versuchen, v. a. im Lebensmittelbereich eine höhere Attraktivität zu erreichen.

⁸ Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Retail Real Estate Report Germany 2024 / 2025, Bergisch Gladbach 2024, S. 34; Angaben für 2023.

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Großrosseln

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die wesentlichen Standorteigenschaften der Gemeinde Großrosseln im makroökonomischen Kontext.

Tabelle 1: Rahmenbedingungen in der Gemeinde Großrosseln

Standortkriterien	Merkmale der Gemeinde Großrosseln
Lage im Raum	- Gemeinde im Regionalverband Saarbrücken, rd. 10 km westlich der Landeshauptstadt Saarbrücken, an der Grenze zu Frankreich - Nachbarkommunen: Stadt Völklingen (Stadtteile Lauterbach, Ludweiler, Geislautern), Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtteil Klarenthal) sowie auf französischer Seite: Petite-Rosselle, Forbach, Morsbach, Rosbruck, Cocheren, Fremingen-Merlenbach
Landesplanung	- Raumkategorie: Kern- und Randzone des Verdichtungsraumes⁹ - zentralörtliche Funktion: Grundzentrum = Großrosseln, Nahbereich = Dorf im Warndt, Emmersweiler, Karlsbrunn, Naßweiler, St. Nikolaus - Auftrag: Gemeindliche Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen täglichen Bedarfs - Nächstgelegene zentrale Orte¹⁰: Oberzentrum Saarbrücken (ca. 16 km nordwestlich), Mittelzentrum Völklingen (ca. 10 km nördlich), Unterzentren Wadgassen (ca. 10 km nordwestlich) und Überherrn (ca. 15 km nordwestlich) - Frankreich: ausgeprägte Einzelhandelsansiedlungen in Forbach (ca. 6 km östlich), Freyming-Merlebach (ca. 10 km südlich); beide mit „mittelzentraler Charakteristik“¹¹
Siedlungsstruktur	- Gliederung in Hauptort Großrosseln zzgl. fünf weitere Ortsteile - disperse Siedlungsstruktur; Ortsteile räumlich teilweise weit vom Kernort abgesetzt mit dörflichem Charakter
Bevölkerungsentwicklung und -prognose	- aktuell ca. 7.740 Einwohner¹² - Bevölkerungsentwicklung 2014 – 2024: - 4,3 % bzw. -352 Personen¹³ - Bevölkerungsprognose bis 2045¹⁴: Regionalverband Saarbrücken: -3 % (Basis 2021)

Fortsetzung nächste Seite

⁹ Quelle: Landesentwicklungsplan Teilabschnitt „Siedlung“ 2006, Anlage 5 Karte Raumkategorie.

¹⁰ Kürzeste Distanz zwischen den Stadt-/ Ortszentren ermittelt mit Google Maps.

¹¹ Quelle: Landesentwicklungsplan Teilabschnitt „Siedlung“ 2006, S. 16.

¹² Quelle: Statistisches Amt Saarland (Stichtag 30.09.2024).

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Saarland (Stichtag jeweils zum 30.09. des Jahres).

¹⁴ Quelle: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung; www.demografie-portal.de/DE/Fakten/bevoelkerungsentwicklung-regional-saarland, abgerufen am 14.05.2025.

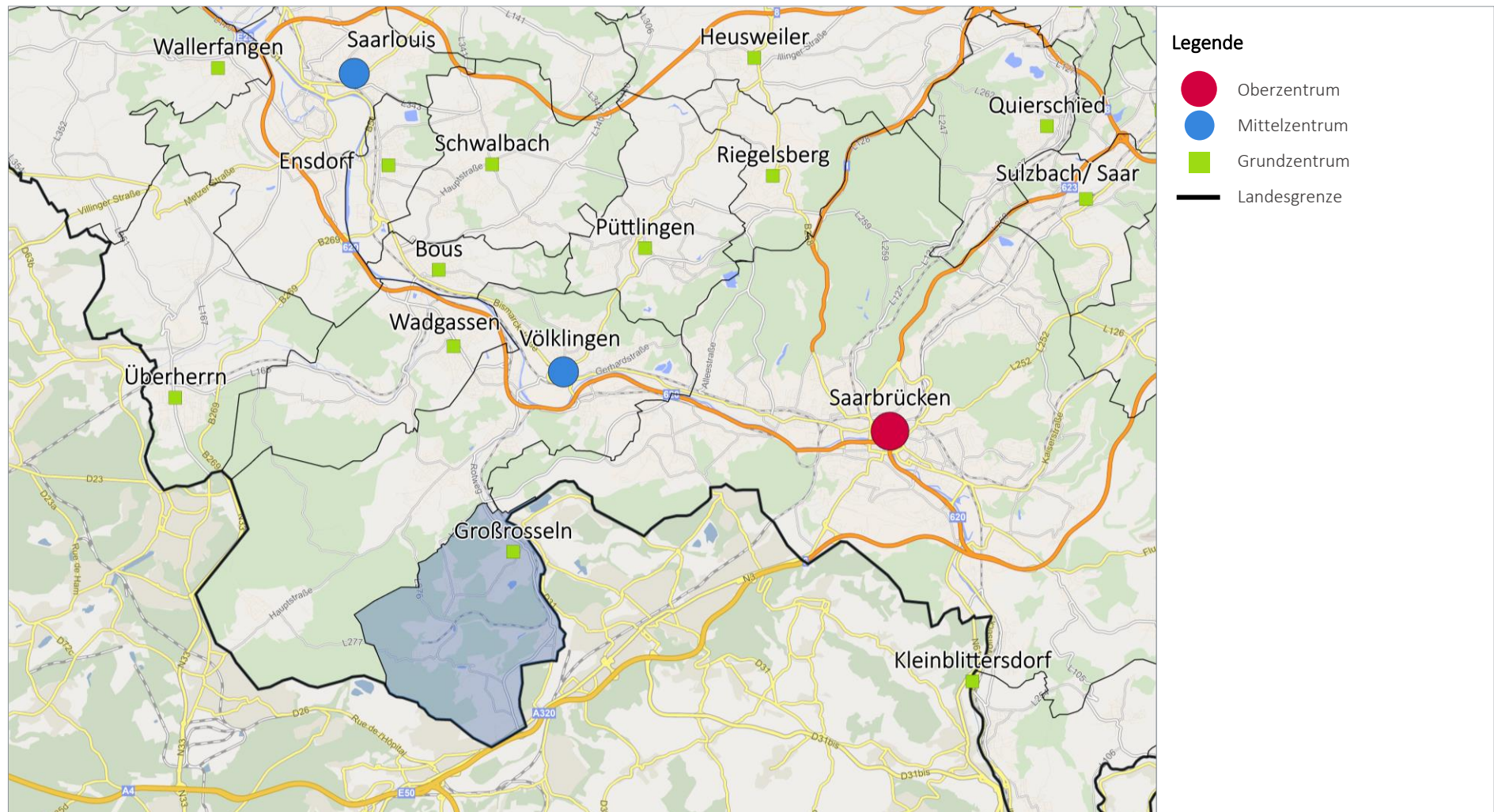
Standortkriterien	Merkmale der Gemeinde Großrosseln
Verkehrliche Erreichbarkeit	/// nächstgelegene Autobahn: A 620, Anschlussstelle Völklingen-Geislauren sowie A 6 über A 320 (FRA) Anschlussstelle Forbach /// nächstgelegene Bundesstraße B 41 und B 51 in Saarbrücken und Völklingen /// Landesstraßen L 164, L 276, L 277 und L 278 als Verbindungen innerhalb der Gemeinde sowie ins direkte Umland /// Integration in das Busliniennetz saarVV mit Verbindungen innerhalb Großrosseln und nach Völklingen
Wirtschafts- und Arbeitsstandort	/// rd. 1.149 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort¹⁵ /// Beschäftigtenbesatz: ca. 148 Beschäftigte je 1.000 EW (vgl. RV Saarbrücken: 468) /// Pendlersaldo: - 1.814 Personen (rd. 801 Einpendler, rd. 2.615 Auspendler) /// Kaufkraftindex (2024): 90,9¹⁶
Einzelhandelsstruktur	/// Ortskern Großrosseln mit Angebot von Waren des täglichen Bedarfs, vorwiegend kleinteilige, inhabergeführte Betriebe, Anbieter zur Nahversorgung mit gesamtörtlicher Versorgungsfunktion u. a. Rewe, Filialen von Lidl und Aldi Süd (Projektstandort) sowie Drogeriefilialisten dm und Rossmann. Filialisten aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich (u. a. TEDI, KiK, Deichmann). /// in Naßweiler eine Netto-Filiale zur Sicherung der Nahversorgung /// in Dorf im Warndt kleine Lebensmittelgeschäfte des täglichen Bedarfs

GMA-Zusammenstellung 2025

¹⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Stand: 30.06.2024.

¹⁶ Quelle © Michael Bauer Research GmbH 2024 basierend auf © Statistisches Bundesamt.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

2. Mikrostandort „Am Mühlenbach“

Ergänzend zur übergeordneten Betrachtung des Makrostandorts Großrosseln erfolgt nachfolgend eine Bewertung des Mikrostandorts „Am Mühlenbach“.

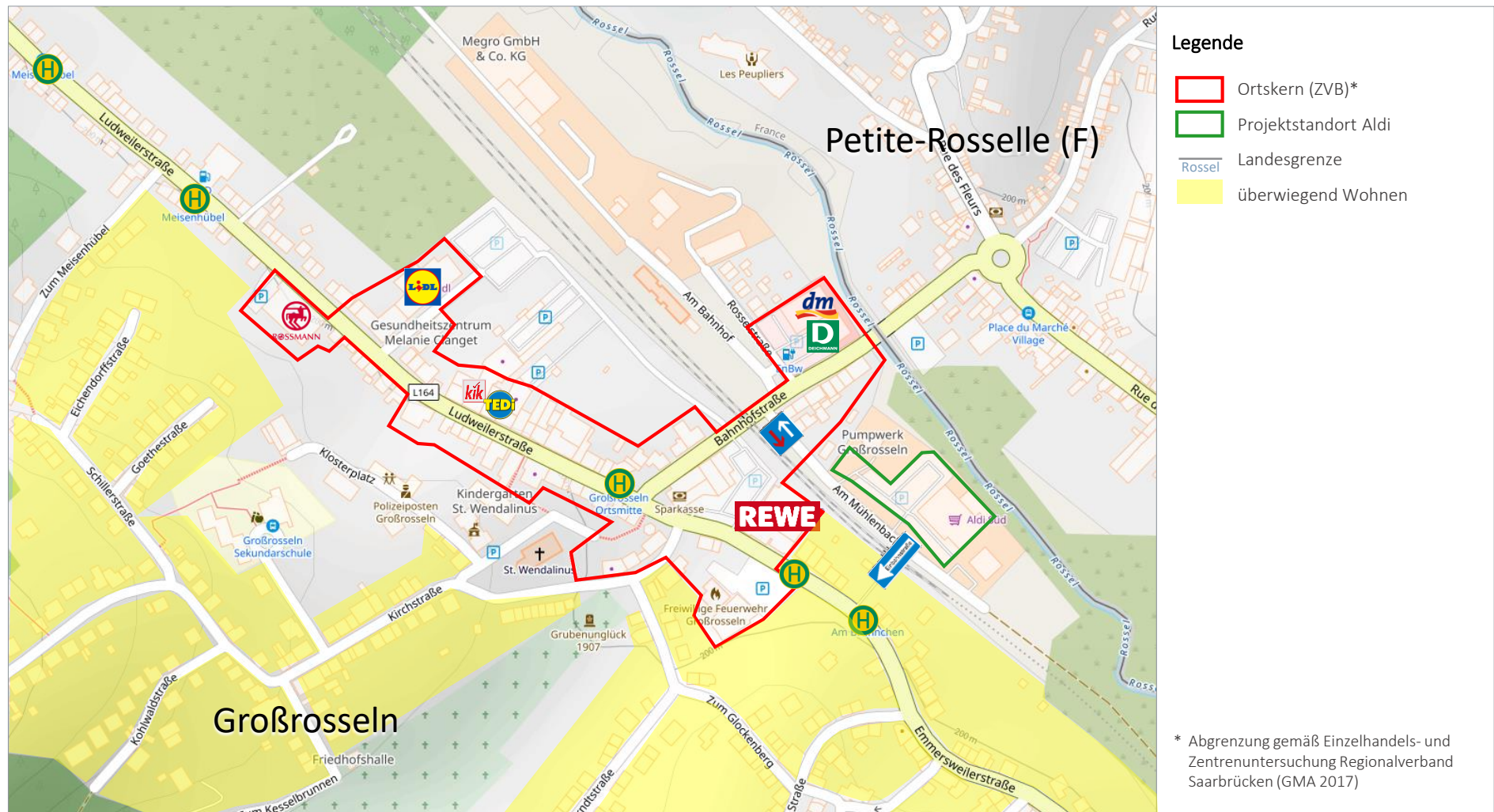
Tabelle 2: Wesentliche Standorteigenschaften des Mikrostandorts „Am Mühlenbach“

Standortkriterien	Merkmale „Am Mühlenbach“
Lage im Gemeindegebiet	Der Aldi-Standort befindet sich im Hauptort Großrosseln der gleichnamigen Gemeinde Großrosseln, in der Straße „Am Mühlenbach“ etwa 100 m vom Ortskern (ZVB) entfernt.
Baurechtliche Situation	- rechtskräftiger Bebauungsplan „Am Mühlenbach“ 1. Änderung gem. § 13 BauGB vom 29.04.1997; Festsetzung als Gewerbegebiet (Ge) - Zur Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen ist die Änderung des Bebauungsplanes und Ausweisung eines Sondergebietes (SO) nach §11 Abs. 3 BauNVO erforderlich.
Grundstückseigenschaften	- Das Grundstück wird bereits durch den bestehenden Aldi-Markt genutzt; es eignet sich in seiner Größe und Zuschnitt gut für den geplanten Neubau inklusive einer Stellplatzanlage mit ca. 100 Parkplätzen. - Aufgrund der rückversetzten Lage abseits der Hauptverkehrsstraßen ist der Standort nur eingeschränkt wahrnehmbar. Ein Wegweiser an der Bahnhofstraße sorgt jedoch für die nötige Sichtbarkeit und Orientierung.
Standortumfeld	- In nördlicher Richtung verläuft die Rossel, die zugleich die Grenze zwischen Deutschland und Frankreich bildet; am gegenüberliegenden Ufer liegt der französische Nachbarort Petite-Rosselle. - Das nähere Umfeld ist von einer gemischten Nutzungsstruktur geprägt. - Entlang der Straße „Am Mühlenbach“ dominieren gewerbliche und freizeitbezogene Nutzungen (u. a. Gaststätte Capelle, Baufachhandel, Spielhalle, Hundesportverein). - Richtung Süden verläuft ein Bahndamm, der auf Höhe des Aldi-Marktes durch eine Unterführung passierbar ist. Hinter dem Bahndamm schließen in südlicher und südöstlicher Richtung überwiegend Wohnnutzungen an. - In westlicher Richtung liegt das Ortszentrum (u. a. mit dem Rewe-Supermarkt, Lidl, dm und Rossmann; vgl. hierzu Karte 2).
Verkehrliche Erreichbarkeit	Motorisierter Individualverkehr (MIV): Die Zu- und Abfahrt erfolgt über die Straße „Am Mühlenbach“, die von der Bahnhofstraße (D31 in Richtung Petite-Rosselle) abzweigt. Aufgrund der beengten Straßenverhältnisse besteht eine Vorrangregelung zugunsten des Pkw-Verkehrs aus Richtung Bahnhofstraße. Zusätzlich ist eine Ausfahrt über die Emmersweilerstraße möglich, jedoch ausschließlich in eine Fahrtrichtung, da die Straße im Bereich der Bahnunterführung als Einbahnstraße geregelt ist. Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV): Die nächstgelegene Bushaltestelle „Rosseltalhalle“ befindet sich in etwa 150 m Entfernung. Sie wird regelmäßig durch die Linie 167 (Nassweiler – Dorf im Warndt/Emmersweiler – Geislautern Rotweg) bedient.
Nahversorgungsfunktion	- Die fußläufige Erreichbarkeit des Standorts ist durch ein gut ausgebautes Gehwegenetz entlang der angrenzenden Straßen gewährleistet. - Im Umfeld von max. 1.000 Metern (Isodistanz) leben etwa 1.000 Einwohner¹⁷, für die der Aldi-Standort auch eine Nahversorgungsfunktion übernimmt.

GMA-Zusammenstellung 2025

¹⁷ Quelle: Einwohner ermittelt mit WIGeoGIS, panadress Stand 2022.

Karte 2: Mikrostandort „Am Mühlenbach“



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

3. Fazit der Standortbewertung

Die spezifischen Eigenschaften des Standortes, welche einen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und damit auch auf die Umsatzerwartung des Vorhabens haben, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- // Lage im Hauptort Großrosseln; Grundzentrum der Gemeinde
- // im landesweiten Vergleich relativ stabile Bevölkerungsentwicklung in Großrosseln – sowohl rückblickend als auch in der Prognose
- // Standort in unmittelbarer Nähe zur deutsch-französischen Grenze; enger Austausch mit Petite-Rosselle (nicht nur im Einzelhandel)
- // hohes Streukundenpotenzial durch französische Kunden
- // gute Eigenschaften in Bezug auf Größe und Zuschnitt des Grundstücks, jedoch Einschränkungen in der Sichtbarkeit durch die vom Hauptverkehrsträger zurückgesetzte Lage
- // gute Anbindung an den ÖPNV; Bushaltestelle „Rosseltalhalle“ rd. 100 m entfernt
- // innerörtlicher Standort; gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den umliegenden Wohngebieten
- // Standort direkt angrenzend an den zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereich (Abgrenzung gemäß Interkommunale Zentren- und Einzelhandelsuntersuchung für den Regionalverband Saarbrücken)
- // langjährig etablierter Einzelhandelsstandort und damit wichtiger Bestandteil im gesamtörtlichen Angebots- und Versorgungsgefüge
- // weitere Nahversorgungsbetriebe im näheren Umfeld: In fußläufiger Entfernung befinden sich u. a. Rewe, Lidl sowie dm und Rossmann
- // leistungsstarke Wettbewerber in Großrosseln bzw. im Umland (vgl. Kapitel III).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es sich beim geplanten Vorhaben um die Weiterentwicklung eines bereits seit Jahren etablierten Versorgungsstandortes in Großrosseln handelt. Der Aldi-Markt am Standort „Am Mühlenbach“ übernimmt gemeinsam mit benachbarten Nahversorgern (z. B. Rewe, dm) eine zentrale Versorgungsfunktion für die gesamte Gemeinde. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist insbesondere das zusätzliche Kundenpotenzial aus Frankreich als positiver Standortfaktor zu bewerten. Die Anbindung an alle Verkehrsträger – insbesondere auch an den ÖPNV über die Haltestelle „Rosseltalhalle“ – ist gegeben. Obwohl der Standort formell außerhalb des zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereichs liegt, ist er räumlich-funktional in das Ortszentrum eingebunden.

III. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Als Wettbewerber für das Vorhaben gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Waren angeboten werden, die Überschneidungen mit dem Hauptsortiment des zu untersuchenden Aldi-Lebensmittelmärktes aufweisen. Aufgrund der Flächengröße, des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung ist davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (d. h. Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser) die Hauptwettbewerber darstellen.

1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Großrosseln

Die Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in Großrosseln werden im Wesentlichen durch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte geprägt, die sich auf den Hauptort Großrosseln konzentrieren. Im Ortsteil Naßweiler ist ein weiterer Lebensmittelmärkte ansässig.

Die Hauptwettbewerber in Großrosseln präsentieren sich als leistungsstarke Anbieter, die von der räumlichen Nähe zu anderen Anbietern (alle liegen innerhalb der Ortsmitte mit anderen Geschäften und Komplementäranbietern) sowie aufgrund der Kundenzuflüsse aus Frankreich profitieren.

Tabelle 3: Strukturprägende Anbieter (Lebensmittelmärkte > 400 m² VK) in Großrosseln

Anbieter	Be- triebs- typ*	Adresse	VK-Größen- klasse	Lage	Distanz in km
Aldi Süd	DIS	Hauptort, Am Mühlenbach	800 – 1.199	Streulage	--
Rewe*	SM	Hauptort, Emmersweiler Straße	1.200 – 1.799	Ortszentrum (ZVB)	0,2
Lidl	DIS	Hauptort, Deutsch-Französi- scher-Platz	800 – 1.199	Ortszentrum (ZVB)	0,5
Netto	DIS	Naßweiler, Am Kirchberg	800 – 1.199	Streulage	6,6

* inkl. separatem Getränkemarkt

GMA-Zusammenstellung 2025, ca.-Werte gerundet; Distanz ermittelt mit Google Maps

Insgesamt nehmen die hier dargestellten Hauptanbieter eine Verkaufsfläche von rd. 4.500 m² ein (inkl. Aldi-Markt) und erwirtschaften einen Umsatz im Lebensmittelbereich i. H. von rd. 27 Mio. €. ¹⁸

Über die dargestellten Hauptanbieter hinaus, sind im Hauptort Großrosseln sowie im Ortsteil Dorf im Warndt vereinzelt noch kleine Lebensmittelgeschäfte des täglichen Bedarfs vorhanden (z. B. Bäckereien, Metzgerei, Anbieter für Getränke und Tabakwaren), wodurch die Nahversorgungsstrukturen im Gemeindegebiet unterstützt werden.

¹⁸ Bereinigte Umsatzleistung (ohne Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte); inkl. Aldi-Markt im Bestand.

2. Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland

Außerhalb der Gemeinde Großrosseln sind im Lebensmittelbereich wie in Karte 3 dargestellt die Angebotsstrukturen in den umliegenden Städten und Gemeinden relevant.

Die **Mittelstadt Völklingen** weist ein dichtes Netz an Lebensmittelmärkten auf. An dieser Stelle hervorzuheben sind v. a. autokundenorientierte Standorte, darunter der Kaufland-Markt im Stadtteil Wehrden sowie das SB-Warenhaus Globus in der Rathausstraße, das dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zuzuordnen ist. Diese Großflächenbetriebe sind nicht nur für den erweiterten Versorgungseinkauf von Bedeutung, sondern auch für Arbeitspendlerinnen und -pendler aus Großrosseln aufgrund ihrer verkehrlichen Erreichbarkeit relevant.

In den an Großrosseln angrenzenden Stadtteilen stellt sich die Angebotssituation wie folgt dar:

Im **Stadtteil Lauterbach** (ca. 11 km entfernt) sind mit Ausnahme eines nah & gut-Marktes (< 400 m² VK), einem Getränkehandel (Tabac et Boissons Getränkemarkt Kreuz) sowie einem Kiosk am Grenzübergang zu Carling derzeit keine Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln vorhanden. Aktuelle Planungen sehen den Neubau eines Edeka-Supermarktes (ca. 1.400 m² VK) als Ersatz für den nah & gut-Markt vor.

Die Versorgungssituation im **Stadtteil Ludweiler** (ca. 5 km entfernt) ist nach der Schließung des nah & gut-Marktes am Friedrich-Ebert-Platz als nicht sehr ausgeprägt einzustufen. Das Lebensmittelangebot wird in der Ortsmitte durch einen Norma-Markt an der Völklinger Straße sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (u. a. Berek Metzgerei und Feinkost, Petit Pain, Bäckerei Duchene) und Spezialanbieter (u. a. Tankstellenshop, Jacovin Weinhandel) gesichert. Im Falle des Norma-Marktes bestehen aktuell Planungen, den Standort auf max. 1.100 m² VK zu erweitern, um die Versorgung im Stadtteil langfristig zu sichern.¹⁹ Darüber ist die Bevölkerung v. a. auf die Angebote im Stadtteil Geislautern bzw. im weiteren Stadtgebiet von Völklingen ausgerichtet. Der Aldi-Markt in Großrosseln spielt für die Versorgung der Bevölkerung in Ludweiler keine Rolle, da die Aldi-Filiale im Stadtteil Geislautern deutlich schneller zu erreichen.

Die Versorgungssituation im **Stadtteil Geislautern** ist mit Angeboten aus dem Discount- und Vollsortimentsbereich sowohl quantitativ als auch qualitativ sehr gut aufgestellt. Die Versorgungsangebote konzentrieren sich auf den Standort „Am Hammergraben“ (u. a. Edeka Lorenz²⁰, Aldi Süd, Lidl). Der Bereich ist gemäß interkommunaler Zentren- und Einzelhandelsuntersuchung für den Regionalverband Saarbrücken als Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung eingestuft. Hierbei handelt es sich um einen Standort des großflächigen Lebensmitteleinzelhandels, der autokundenorientiert und eher dezentral gelegen ist. Die Lebensmittelmärkte sind modern aufgestellt und insgesamt als wettbewerbsfähig einzustufen.

Auch in den französischen Grenzorten bestehen teils ausgeprägte Angebotsstrukturen:

Im östlich gelegenen **Forbach und Morsbach** ist neben einer Reihe von Discountern auf eine Vielzahl weiterer Lebensmitteleinzelhändler hinzuweisen. Neben den Discountern Lidl, Norma

¹⁹ Der Stadtrat der Stadt Völklingen hat in öffentlicher Sitzung am 20.07.2023 gemäß § 1 Abs. 3 und § 2 Abs. 1 BauGB beschlossen, den Bebauungsplan X / 24 „Erweiterung Norma Ludweiler“ aufzustellen.

²⁰ Neueröffnung 2019 nach umfassender Modernisierung des Standortes (ehemals Rewe).

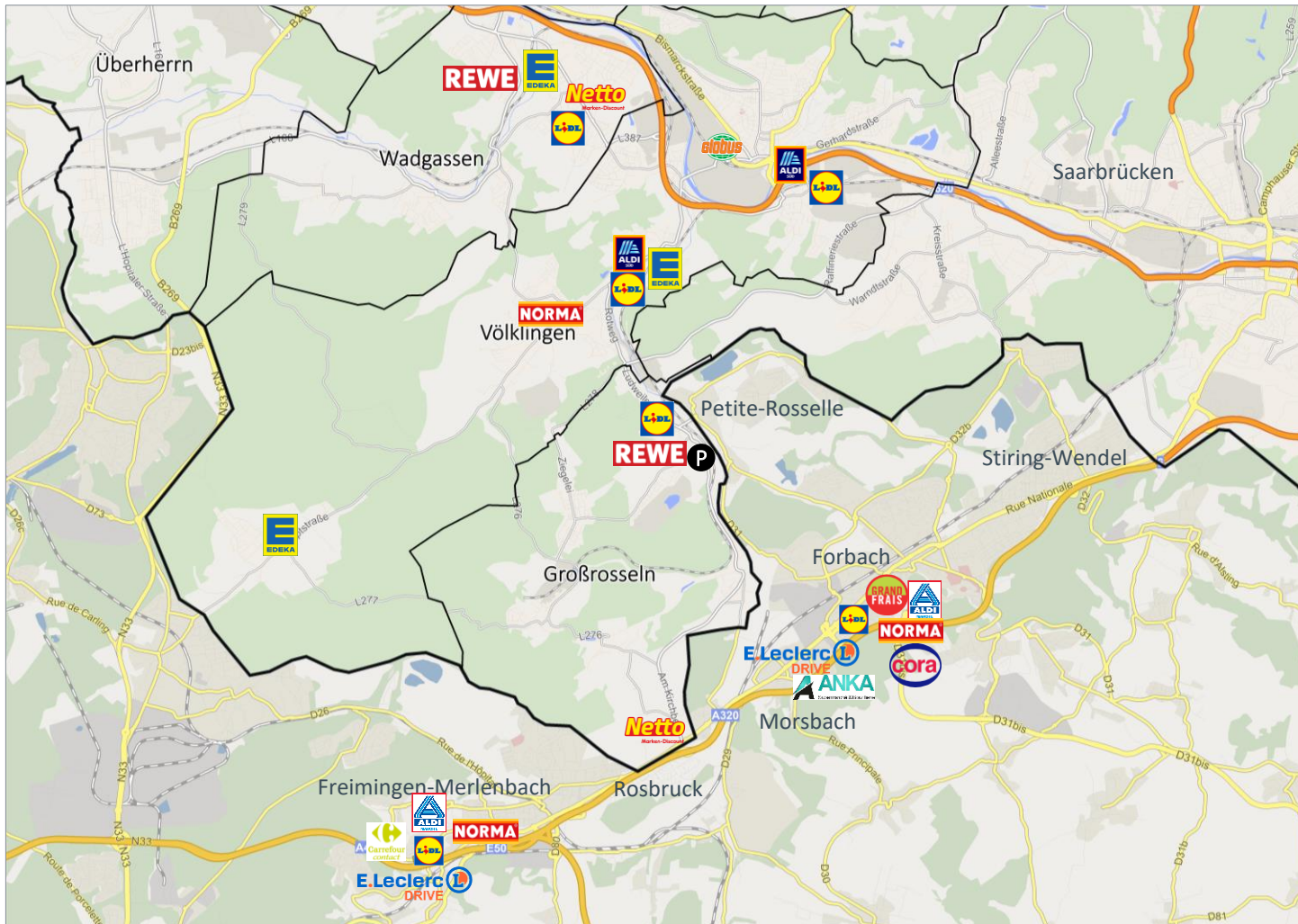
und Aldi, sind unter anderem die Lebensmitteleinzelhändler Cora, Grand Frais und Weitere vorzufinden.

Auch im südlich gelegenen **Freyming-Merlebach** sind mehrere Lebensmitteleinzelhändler lokalisiert. Hierzu gehören neben den Discounter Norma, Lidl und Aldi auch ein E.Leclerc mit rd. 4.000 m² VK für das Lebensmittelsegment sowie ein Carrefour Contact und Weitere.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die umliegenden Kommunen von Großrosseln über teilweise umfassende Nahversorgungsangebote mit jeweils mehreren Lebensmittelmärkten verfügen. In den zu Großrosseln gehörenden Ortsteilen (St. Nikolaus, Karlsbrunn, Emmersweiler, Naßweiler und Dorf im Warndt) sind mit Ausnahme von Naßweiler (Netto) keine größeren Lebensmittelanbieter bzw. nur vereinzelt kleinteilige Nahversorgungsstrukturen vorzufinden. Der Hauptort Großrosseln übernimmt mit Angeboten aus dem Discount und Vollsortimentsbereich sowie ergänzenden nahversorgungsrelevanten Angeboten (Drogeriefachmärkte Rossmann und dm) daher eine wesentliche Versorgungsfunktion für die Gesamtgemeinde.

Weitere Kaufkraftzuflüsse sind in erster Linie aus den angrenzenden französischen Gemeinden festzuhalten, gerade wegen der Preisunterschiede im Lebensmitteleinzelhandels zwischen Deutschland und Frankreich.

Karte 3: Angebots- und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (Auswahl)



Legende

P Projektstandort

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung, Kaufkraft

1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial

Die Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes ist die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der dort für den Lebensmittelmarkt zur Verfügung stehenden Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- die verkehrliche Erschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungsstarker Lebensmittelmärkte)
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Großrosseln bzw. der Region.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren kann der Aldi-Markt in Großrosseln ein Einzugsgebiet erschließen, welches auf deutscher Seite in erster Linie auf das Gemeindegebiet Großrosseln mit den Ortsteilen Dorf im Warndt, Emmersweiler, Karlsbrunn, Naßweiler und St. Nikolaus begrenzt bleibt. Insgesamt leben im Einzugsgebiet aktuell ca. 7.740 Einwohner.²¹

Eine weitere Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes ist auf deutscher Seite wegen der ausgeprägten Wettbewerbssituation im Umland sowie der räumlichen Strukturen nicht anzunehmen. Der zu Völklingen gehörende Stadtteil Ludweiler liegt rd. 4 – 5 km von Großrosseln entfernt und verfügt mit dem Discounter Norma über ein eigenes Angebot zur Nahversorgung. Darüber hinaus orientieren sich die Bewohner des Stadtteils Ludweiler v. a. in Richtung Geislautern. Der Stadtteil, der mit Ludweiler zusammengewachsen ist, ist deutlich schneller zu erreichen und verfügt über attraktive Angebote sowohl aus dem Discount- als auch Vollsortimentsbereich (Standort „Am Hammergraben“ mit Edeka Lorenz, Aldi Süd, Lidl). Weiter in Richtung Kernstadt folgen noch eine Vielzahl attraktiver Wettbewerbsstandorte (u. a. Kaufland in Völklingen-Wehrden, Globus SB-Warenhaus im Stadtteil Mitte).

Gleichwohl ist davon auszugehen, dass aufgrund der Grenzlage ein erheblicher Anteil des Umsatzes – von 40 – 45 % – durch Kundinnen und Kunden von außerhalb des Gemeindegebietes generiert wird. Der überwiegende Teil dieser Umsätze entfällt auf französische Kunden (ca. 35 – 40 %²²), insbesondere aus Petite-Rosselle, aber auch aus Forbach sowie weiteren Orten im Grenzraum. Darüber hinaus ist auch mit einem gewissen Anteil deutscher Kunden zu rechnen – etwa Berufspendler oder gelegentliche Einkäufer aus Völklingen und der Umgebung. Jedoch

²¹ Quelle: Statistisches Amt Saarland (Stand: 30.09.2024).

²² Vgl. hierzu auch Ergebnisse der Passantenbefragung am Einzelhandelsstandort Großrosseln; Einzelhandels- und Zentrenuntersuchung im Regionalverband Saarbrücken Band II: Gemeindeteil, S. 42 f, GMA 2017.

ist auf deutscher Seite nicht mit regelmäßigen Einkaufsverflechtungen zum Vorhabenstandort auszugehen.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass im speziellen Fall von Großrosseln aufgrund der Grenzlage v. a. mit Kundenzuflüssen aus den französischen Nachbargemeinden (u. a. Petite-Rosselle, Forbach) zu rechnen. Die grenzüberschreitenden Einkaufsbeziehungen an den Planstandort werden ebenso wie gelegentlich auftretende Kundenzuflüsse von deutscher Seite (z. B. durch Pendler oder Zufallskunden) als sog. „Streuumsätze“ im weiteren Verlauf der Analyse berücksichtigt.

2. Vorhabenrelevantes Kaufkraftpotenzial

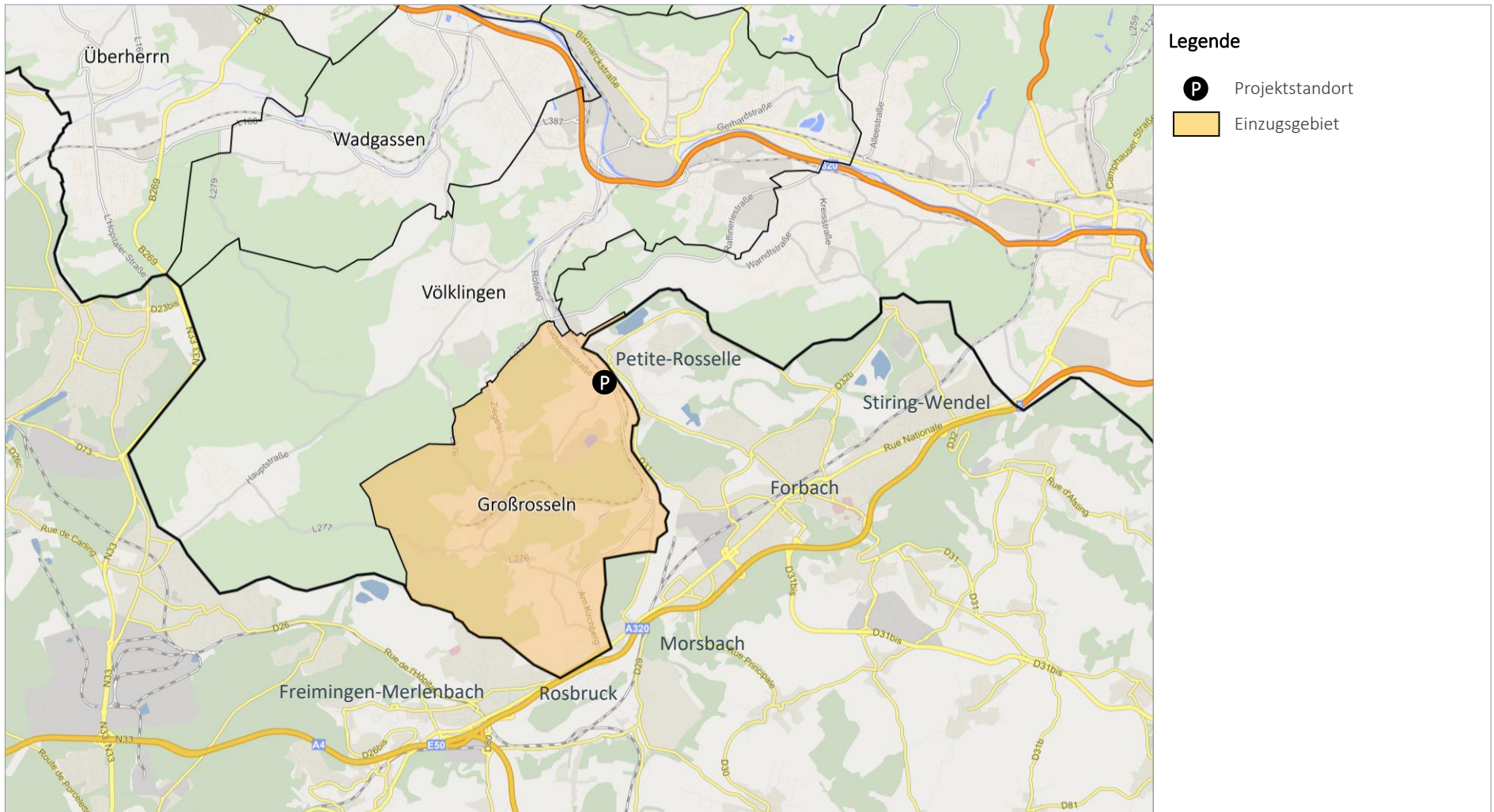
Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft wird für die untersuchungsrelevanten Sortimente vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes und GMA-Kaufkraftwerte zugrunde gelegt. Die einzelhandelsrelevanten Ausgabebeträge in Deutschland insgesamt (inkl. Apotheken und Lebensmittelhandwerk) betragen nach GMA-Berechnungen derzeit ca. 6.864 € pro Jahr und Kopf der Wohnbevölkerung. Auf Nahrungs- und Genussmittel entfallen davon rund 43 %, d. h. etwa 2.930 € p. a.

Bei der Berechnung der Kaufkraft ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Das Kaufkraftniveau in der Gemeinde Großrosseln liegt bei 90,9 und damit 9,1 % unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0)²³.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren errechnet sich für das Einzugsgebiet des Vorhabens (= Gesamtgemeinde Großrosseln) ein **Kaufkraftpotenzial von ca. 20,6 Mio. € im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel**. Hinzu kommen Streukundenpotenziale aus Frankreich (v. a. aus Petite-Rosselle, Forbach).

²³ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2024.

Karte 4: Einzugsgebiet des Aldi-Lebensmittelmarktes in Großrosseln



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

V. Auswirkungsanalyse

1. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden im Einzugsgebiet. Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Das Marktanteilkonzept lässt jedoch keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Erweiterung des Marktes neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzzumlenkungen für das Vorhaben wird in einem späteren Kapitel ausführlich behandelt.

Bei der Umsatzermittlung mit Hilfe des Marktanteilkonzepts wurden die konkreten Konzept-, Standort- und Wettbewerbsbedingungen berücksichtigt. Es handelt sich um einen Discounter-Filialisten mit standardisiertem Sortiments- und Betriebskonzept, der im Untersuchungsraum im Wettbewerb mit weiteren Aldi-Filialen (u. a. in Völklingen) sowie anderen leistungsstarken Lebensmittelmärkten konkurriert. Unter Berücksichtigung der o. g. Einflussfaktoren ist für den Aldi-Markt in Großrosseln ein Marktanteil von max. 20 % realistisch. Höhere Marktanteile erscheinen auch vor Ort wenig wahrscheinlich, da weiterhin davon auszugehen ist, dass ein Teil der lokalen Kaufkraft an benachbarte Einkaufsstandorte, insbesondere nach Völklingen, abfließen wird. Für „Streukunden“ – dazu zählen v. a. Kundenzuflüsse aus dem unmittelbar angrenzenden französischen Raum als auch gelegentliche Einkäufer aus Deutschland (z. B. Pendler, Zufallskunden) – wird auf Basis der Standortlage sowie GMA-Untersuchungen²⁴ ein Umsatzanteil von rd. 45 % veranschlagt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich demnach für den geplanten Aldi-Lebensmittelmarkt mit max. 1.200 m² VK anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln²⁵.

²⁴ Im Rahmen der Einzelhandels- und Zentrenuntersuchung für den Regionalverband Saarbrücken hat die GMA eine Passantenbefragung im Ortszentrum von Großrosseln durchgeführt. Dabei zeigte sich, dass rund 37 % der Befragten aus Frankreich stammen – insbesondere aus den grenznahen Orten Petite-Rosselle und Forbach.

²⁵ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Tabelle 4: Umsatzprognose (Lebensmittelmarkt mit max. 1.200 m² VK)

Kundenherkunft	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Großrosseln	20,6	20	4,1	1,0	5,1 – 5,2	55
Streuumsätze (v. a. aus Frankreich)			3,4	0,9	4,3	45
Insgesamt			7,5	1,9	9,4	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt ca. 20 %.

Quelle: GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Für den erweiterten Aldi-Markt mit max. 1.200 m² VK wird eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 9,4 Mio. €** prognostiziert. Davon entfallen ca. 7,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,9 Mio. € auf das Nonfood-Sortiment.

Die o. g. Umsatzerwartung liegt etwa im Durchschnitt von Aldi Süd-Filialen. Im Verhältnis zur angestrebten Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² ergibt sich aus dem Prognoseumsatz eine Flächenproduktivität von rd. 7.830 € je m² VK.

2. Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

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

Für die Bewertung der geplanten Erweiterung eines Aldi-Lebensmittelmarktes in Großrosseln werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Der erweiterte Lebensmittelmarkt wird auf einer Verkaufsfläche von max. 1.200 m² eine Umsatzleistung von ca. 9,4 Mio. € erzielen. Dabei entfallen ca. 7,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Zu berücksichtigen ist, dass der Anbieter Aldi seit vielen Jahren am Standort Großrosseln auf einer Verkaufsfläche von aktuell ca. 1.015 m² ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit nach gutachterlicher Einschätzung einen Gesamtumsatz von mind. 8,8 Mio. €. Davon entfallen ca. 7,0 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,8 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch nach Umsetzung des Vorhabens weiterhin gebunden bleiben, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine Veränderungen ergeben werden.

- Nach Abzug der bestehenden Umsätze des Aldi-Marktes bleibt ein Umsatzanteil von max. 0,6 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 0,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,1 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Die Wettbewerbswirkungen werden insbesondere in der Gemeinde Großrosseln wirksam werden. Ein Teil des Umsatzes wird aber auch an Standorten außerhalb der Gemeinde Großrosseln (v. a. Völklingen, Frankreich) umverteilungswirksam werden. Die genannten Umsatzzumlenkungsquoten liegen an allen untersuchten Standorten deutlich unterhalb der 10 %-Schwelle, ab der in der Regel negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche nicht auszuschließen sind (vgl. Tabelle 5).

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzzumlenkungen zu erwarten:

Tabelle 5: Prognose der Umsatzzumverteilungen durch das Vorhaben von Aldi am Standort Großrosseln, Am Mühlenbach 3

Standorte		Umsatz in Mio. €	Umvertei- lungs- quote
Foodbereich	Bestandsumsatz ALDI mit Nahrungs- und Genussmitteln	7,0	--
	Umsatzzumverteilungen in Großrosseln	0,3 – 0,4	2 %
	- davon ggü. Anbietern in der Ortsmitte (ZVB)	0,3	2 %
	- davon ggü. Anbietern in sonstigen Lagen	< 0,1	1 %
	Umsatzzumverteilungen außerhalb von Großrosseln	0,1 – 0,2	--
	- Völklingen	0,1	n. n.
	- sonstige Standorte (u. a. Frankreich)	< 0,1	n. n.
Prognoseumsatz ALDI mit Nahrungs- und Genussmitteln		7,5	--
Nonfood- bereich	Bestandsumsatz Aldi mit Nichtlebensmitteln	1,8	--
	Umsatzzumverteilungen im Untersuchungsraum	0,1	n. n.
	Prognoseumsatz ALDI mit Nichtlebensmitteln	1,9	--
Prognoseumsatz ALDI insgesamt		9,4	--

GMA-Berechnung 2025; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzzumlenkungen sind folgende städtebauliche und versorgungsstrukturelle Wirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- In Großrosseln sind durch die Erweiterung des Aldi-Marktes Umsatzzumverteilungseffekte bei Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von rd. 0,4 – 0,5 Mio. € zu erwarten, was bezogen auf die Umsatzleistung der bestehenden Betriebe einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von ca. 2 % entspricht.
- Betroffen sind in erster Linie die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in der Ortsmitte Großrosseln (zentraler Versorgungsbereich), wobei Lidl als Discounter und Hauptwettbewerber von Aldi Süd etwas stärker tangiert wird als der Rewe-Supermarkt. Die Umverteilungsquoten liegen mit max. 2 % auf einem wettbewerblichen Niveau. Bei Umverteilungen in der genannten Größenordnung ist von keiner nachhaltigen Betriebsschwächung auszu-

gehen, zumal es sich hier um leistungs- und wettbewerbsfähige Anbieter handelt. Demzufolge sind für den zentralen Versorgungsbereich keine negativen versorgungsstrukturellen oder städtebaulichen Auswirkungen absehbar.

- Im **Ortsteil Naßweiler** ist zudem ein Netto-Discountmarkt angesiedelt. Gemäß gutachterlicher Einschätzung wird dieser Standort durch eine Umsatzumverteilungsquote von max. 1 – 2 % betroffen sein. Negative Auswirkungen auf die Nahversorgung sind als Folge des Vorhabens damit auszuschließen.
- **Außerhalb der Gemeinde Großrosseln** werden max. 0,1 – 0,2 Mio. € umverteilt. Betroffen sind eine Vielzahl von Anbietern und Standorten (v. a. attraktive Großflächenstandorte in Völklingen sowie Frankreich), so dass die hier ausgelösten Auswirkungen zu gering sind, um sie rechnerisch noch nachweisen zu können (< 1 %). Negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstrukturen sind in den umliegenden Kommunen auszuschließen.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von max. 0,1 Mio. € v. a. gegenüber den Lebensmittelmärkten im Untersuchungsraum und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern in Großrosseln und im Umland wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten. Somit sind auch keine versorgungsstrukturell oder städtebaulich relevante Folgen abzuleiten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass mit dem Vorhaben (bestandsorientierten Erweiterung des Aldi-Marktes um + 187 m²) nur geringe Umsatzumverteilungswirkungen verbunden sind. Mit negativen städtebaulichen Auswirkungen oder Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen ist nicht zu rechnen. Das Vorhaben trägt vielmehr zur langfristigen Sicherung eines seit vielen Jahren für die Gemeinde Großrosseln wichtigen Nahversorgers bei.

VI. Raumordnerische Prüfung

Abschließend gilt es zu prüfen, ob die Planung den Vorgaben des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“ entspricht. Folgende Ziele und Grundsätze sind hier zu beachten:

1. Konzentrationsgebot

Nach Ziffer 42 des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“, sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO – wie vorliegend der Fall – nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Grundzentren des Saarlandes zulässig. In nicht-zentralen Gemeindeteilen („Nahbereich“) ist die Versorgung der Bevölkerung auf die wohnortnahe Grundversorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs auszurichten (Z 41).

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind nach Ziffer 42 nur in Ausnahmefällen in nicht-zentralen Gemeindeteilen zulässig, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung dient und eine entsprechende Mantelbevölkerung, d. h. die für die Auslastung der großflächigen Einzelhandelseinrichtungen erforderliche Bevölkerungszahl, vorhanden ist.

Der Aldi-Markt liegt im Hauptort Großrosseln, der als Grundzentrum eingestuft ist. Das großflächige Einzelhandelsvorhaben ist hier zulässig.

Die Zielvorgabe des LEP, hinsichtlich des Konzentrationsgebotes ist damit erfüllt.

2. Kongruenzgebot

Nach Ziel 44 müssen sich großflächige Einzelhandelseinrichtungen bzgl. Größenordnung und Warensortiment funktional in die vorgegebene zentralörtliche Versorgungsstruktur einfügen. Der Einzugsbereich der entsprechenden Einzelhandelseinrichtung darf den Verflechtungsbereich des betreffenden zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten.

Das Einzugsgebiet des Aldi-Marktes erstreckt sich in erster Linie auf die Gemeinde Großrosseln. Auf deutscher Seite wird darüber hinaus kein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet erschlossen. Aufgrund der unmittelbaren Nähe zur französischen Grenze ist jedoch mit einem erhöhten Anteil an Kunden aus Frankreich zu rechnen. Solche grenzüberschreitenden Austauschbeziehungen – insbesondere mit nahegelegenen lothringischen Städten und Gemeinden – werden auch im Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“ (vgl. Kapitel 2.1.2), anerkannt. Im Einklang mit den deutsch-französischen Konsultationen ist allerdings darauf zu achten, dass keine übermäßige Kaufkraftabschöpfung aus Frankreich erfolgt. Eine Grenze von max. 50 % des Umsatzes durch französische Kunden sollte dabei nicht überschritten werden.

In diesem Zusammenhang ist auch hervorzuheben, dass die raumordnerische Bewertung des Vorhabens ausschließlich auf die saarländische Seite des Marktgebiets bezogen werden kann. Der Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“, entfaltet seine Gültigkeit nur innerhalb des Saarlandes. Dementsprechend ist auch die Prüfung des Kongruenzgebots gemäß Ziffer 44 LEP auf die Verflechtungsbereiche der saarländischen Zentralen Orte zu beschränken. Für das Grundzentrum Großrosseln bedeutet dies konkret: Der geplante

Aldi-Markt darf auf saarländischer Seite keine wesentliche Versorgungsfunktion übernehmen, die über den Nahbereich – also das Gebiet der Gesamtgemeinde Großrosseln – hinausgeht.

Umsatzherkunft und Einhaltung des Kongruenzgebots:

Für die vorliegende Projektplanung ist festzuhalten, dass der überwiegende Teil des erwarteten Umsatzes auf saarländischer Seite mit Kunden aus dem Gemeindegebiet Großrosseln erzielt wird. Weniger als 10 % (vgl. Tabelle 6) fließen durch deutsche Kunden von außerhalb (z. B. Pendler, Zufallskunden) an den Standort zu.

Tabelle 6: Umsatzherkunft

Umsatzherkunft	Anteil in %
Umsatz mit Kunden aus Großrosseln	55
Umsatz mit Streukunden	45
• davon französische Kunden (v. a. Petite-Rosselle, Forbach, Freyming-Merlebach)	37
• davon deutsche Kunden (z. B. Pendler, Zufallskunden)	8
insgesamt	100

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

Auf Basis dieser Umsatzverteilung ergibt sich, dass der Markt primär der Versorgung innerhalb des Nahbereichs – also der Gemeinde Großrosseln – dient. Die Umsätze mit Streukunden, insbesondere aus Frankreich, bewegen sich in einem vertretbaren Rahmen.

Eine Verletzung des Kongruenzgebots gemäß Ziffer 44 des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“, liegt somit nicht vor.

3. Städtebauliches Integrationsgebot

Das Städtebauliche Integrationsgebot (Ziffer 46 des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“) bestimmt, dass großflächige Einzelhandelseinrichtungen im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereich (integrierter Standort) des jeweiligen zentralen Ortes (hier: Grundzentrum Großrosseln) innerhalb des Siedlungszusammenhangs zu errichten sind.

Der Projektstandort „Am Mühlenbach“ liegt zwar formal außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (Abgrenzung gemäß Zentren- und Einzelhandelsuntersuchung für den Regionalverband Saarbrücken, Stand Juni 2017), grenzt jedoch unmittelbar an diesen an. Ein direkter fußläufiger Zugang zur Bahnhofstraße bzw. Emmersweilerstraße – den zentralen Achsen des Versorgungsbereichs – ist vom Aldi-Standort aus problemlos in einer Entfernung von nur etwa 100 bis 150 Metern möglich. Der bestehende Aldi-Markt übernimmt – gemeinsam mit den benachbarten Nahversorgern wie Rewe und dm – seit vielen Jahren eine tragende Rolle in der wohnortnahen Versorgung der gesamten Gemeinde. Aufgrund dieser engen funktionalen Verflechtung und der unmittelbaren räumlichen Nähe zum zentralen Versorgungsbereich ist ein klarer räumlich-funktionaler Zusammenhang gegeben.

- Der Standort zeichnet sich durch seine zentrale innerörtliche Lage und sehr gute Erreichbarkeit aus – sowohl fußläufig und per Fahrrad aus den angrenzenden Wohnbereichen als auch mit dem ÖPNV (Bushaltestelle Rosseltalhalle ca. 100 m entfernt). Er erfüllt somit wesentliche Anforderungen an einen integrierten Standort.

Die Vorgaben des LEP, Teilabschnitt Siedlung (Ziffer 46 städtebauliche Integrationsgebot) werden durch das Vorhaben erfüllt.

4. Beeinträchtigungsverbot

Nach Ziffer 45 des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“ dürfen großflächige Einzelhandelsvorhaben das Zentrale-Orte-Gefüge des Landes sowie die Funktionsfähigkeit des jeweiligen zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereiches sowie der benachbarten zentralen Orte (Nachbargemeinden) nicht beeinträchtigen.

- Das Beeinträchtigungsverbot wird durch das Vorhaben (Abriss / Neubau des Aldi-Marktes inkl. Verkaufsflächenerweiterung um + 185 m²) nicht verletzt. Mit Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des innerörtlichen Versorgungsbereiches in Grossrosseln sowie in den Nachbargemeinden ist nicht zu rechnen.
- Von den Umsatzumverteilungen betroffen sind v. a. Wettbewerber in Grossrosseln selbst. Die Umverteilungsquoten liegen bei max. 2 % im zentralen Versorgungsbereich Grossrosseln (v. a. Lidl, Rewe) bzw. max. 1 – 2 % an sonstigen Lagen im Gemeindegebiet (v. a. Netto in Naßweiler) auf einem sehr geringen wettbewerblichen Niveau. **Beeinträchtigungen der Betriebe sind nicht zu befürchten.**
- Außerhalb des Einzugsgebietes (v. a. Völklingen sowie teilweise auch in Frankreich) liegen die Umsatzumverteilungen auf einem rechnerisch nicht mehr nachweisbaren Niveau. Mit negativen städtebaulichen Auswirkungen oder Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstrukturen ist an dieser Stelle nicht zu rechnen.

Das Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziffer 45 wird durch das Vorhaben nicht verletzt.

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	- Modernisierung und Erweiterung des Aldi-Marktes in Großrosseln - Geplant ist der Abriss des bestehenden Gebäudes mit anschließendem Neubau, wodurch sich die Verkaufsfläche von derzeit ca. 1.015 m² auf ca. 1.200 m² VK vergrößern wird. - Der Standort schließt direkt an den zentralen Versorgungsbereich (Abgrenzung gemäß Interkommunaler Zentren- und Einzelhandelsuntersuchung für den RV Saarbrücken) an.						
Rechtsrahmen und Untersuchung	Städtebauliche und raumordnerische Wirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO						
Standortrahmenbedingungen	- Makrostandort: Grundzentrum Großrosseln - Grenzlage zu Frankreich - rd. 7.740 Einwohner - Die Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in Großrosseln konzentrieren sich im Hauptort und dort v. a. im zentralen Versorgungsbereich (Lidl-Discounter, Rewe-Supermarkt und Rewe-Getränkemarkt). - Im Ortsteil Naßweiler besteht mit dem Netto-Markt ein Angebot - Im Ortsteil Dorf im Warndt mehrere kleine Lebensmittelgeschäfte des täglichen Bedarfs, so u. a. eine Metzgerei, eine Bäckerei. - Die umliegenden Städte und Gemeinden weisen z. T. umfangreiche Nahversorgungsstrukturen auf. Vor allem im Mittelzentrum Völklingen (u. a. SB-Warenhaus Globus, Kaufland) aber auch in den französischen Grenzorten liegen ausgeprägte Einzelhandelsagglomerationen vor, so in Forbach und in Freyming-Merlebach mit jeweils den Discountern Aldi, Lidl und Norma und einer Reihe von Vollsortimentern (u. a. Cora, E.Leclerc, Grand Frais).						
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	Das regelmäßige Einzugsgebiet des Vorhabens beschränkt sich i. W. auf die Gemeinde Großrosseln selbst. Für die dortige Bevölkerung errechnet sich ein Kaufkraftpotenzial bei Nahrungs- und Genussmitteln von ca. 20,6 Mio. €.						
Umsatzerwartung	- Umsatzprognose (Aldi-Markt mit max. 1.200 m² VK): - ca. 9,4 Mio. €, davon - ca. 7,5 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln - ca. 1,9 Mio. € mit Nonfood-Randsortimenten (v. a. Drogeriewaren und sonstige nahversorgungsrelevante Güter)						
Umsatzherkunft	<table> <tr> <td>Großrosseln</td><td>54 %</td></tr> <tr> <td>Streuumsätze Saarland</td><td>8 %</td></tr> <tr> <td>Frankreich</td><td>37 %</td></tr> </table>	Großrosseln	54 %	Streuumsätze Saarland	8 %	Frankreich	37 %
Großrosseln	54 %						
Streuumsätze Saarland	8 %						
Frankreich	37 %						
Umsatzumverteilungseffekte in %	<table> <tr> <td>Großrosseln</td><td>max. 2 %</td></tr> <tr> <td>außerhalb (u. a. Völklingen, Forbach)</td><td>n. n.</td></tr> </table>	Großrosseln	max. 2 %	außerhalb (u. a. Völklingen, Forbach)	n. n.		
Großrosseln	max. 2 %						
außerhalb (u. a. Völklingen, Forbach)	n. n.						
Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Zielen und Grundsätzen des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“	- Der Aldi-Markt liegt im Hauptort Großrosseln, der als Grundzentrum eingestuft ist. Das großflächige Einzelhandelsvorhaben ist hier zulässig. Die Zielvorgabe des LEP, hinsichtlich des Konzentrationsgebotes (Ziffer 42) ist damit erfüllt. - Für die vorliegende Projektplanung ist festzuhalten, dass der überwiegende Teil des Umsatzes auf saarländischer Seite mit Kunden aus dem Gemeindegebiet Großrosseln erzielt wird. Aufgrund der grenznahen Lage ist jedoch mit einem erhöhten Anteil französischer Kunden (ca. 35 – 40 %) zu rechnen. Der Anteil deutscher Kunden von außerhalb – etwa						

	Pendler oder Zufallskunden – beträgt hingegen weniger als 10 %. Auf Basis dieser Umsatzverteilung ergibt sich, dass der Markt primär der Versorgung des Nahbereichs – also der Gemeinde Großrosseln – dient. Die Umsätze mit Kunden aus Frankreich, bewegen sich in einem vertretbaren Rahmen. Eine Verletzung des Kongruenzgebots gemäß Ziffer 44 des LEP, Teilabschnitt „Siedlung“, liegt somit nicht vor. - Der Projektstandort „Am Mühlenbach“ liegt formal außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (Abgrenzung gemäß Zentren- und Einzelhandelsuntersuchung für den Regionalverband Saarbrücken, Stand Juni 2017), grenzt jedoch unmittelbar an diesen an. Ein direkter fußläufiger Zugang zur Bahnhofstraße bzw. Emmersweilerstraße – den zentralen Achsen des Versorgungsbereichs – ist vom Aldi-Standort aus problemlos in einer Entfernung von nur etwa 100 bis 150 Metern möglich. Der bestehende Aldi-Markt übernimmt – gemeinsam mit den benachbarten Nahversorgern wie z. B. Rewe und dm – seit vielen Jahren eine tragende Rolle in der wohnortnahen Versorgung der gesamten Gemeinde. Aufgrund dieser engen funktionalen Verflechtung und der unmittelbaren räumlichen Nähe zum zentralen Versorgungsbereich ist ein klarer räumlich-funktionaler Zusammenhang gegeben. Der Standort zeichnet sich durch seine zentrale innerörtliche Lage und sehr gute Erreichbarkeit aus – sowohl fußläufig und per Fahrrad aus den angrenzenden Wohnbereichen als auch mit dem ÖPNV (Bushaltestelle Rosseltalhalle ca. 100 m entfernt). Er erfüllt somit wesentliche Anforderungen an einen integrierten Standort. Die Vorgaben des LEP, Teilabschnitt Siedlung (Ziffer 46 städtebauliche Integrationsgebot) werden erfüllt. Das Beeinträchtigungsverbot wird durch das Vorhaben (Abriss / Neubau Aldi inkl. Verkaufsflächenerweiterung um + 185 m²) nicht verletzt. Die Umverteilungsquoten liegen sowohl in Großrosseln (1 – 2 %) als auch im Umland (< 1 %) auf einem sehr geringen wettbewerblichen Niveau. Beeinträchtigungen der Betriebe sind nicht zu befürchten. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereich oder auf die Nahversorgungsstrukturen sind in Großrosseln als auch in den umliegenden Kommunen nicht zu befürchten.
--	--

GMA-Zusammenstellung 2025

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage und zentralörtliche Struktur	12
Karte 2:	Mikrostandort „Am Mühlenbach“	14
Karte 3:	Angebots- und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (Auswahl)	19
Karte 4:	Einzugsgebiet des Aldi-Lebensmittelmärktes in Großrosseln	22

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Rahmenbedingungen in der Gemeinde Großrosseln	10
Tabelle 2:	Wesentliche Standorteigenschaften des Mikrostandorts „Am Mühlenbach“	13
Tabelle 3:	Strukturprägende Anbieter (Lebensmittelmärkte > 400 m² VK) in Großrosseln	16
Tabelle 4:	Umsatzprognose (Lebensmittelmärkte mit max. 1.200 m² VK)	24
Tabelle 5:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben von Aldi am Standort Großrosseln, Am Mühlenbach 3	25
Tabelle 6:	Umsatzherkunft	28