

Auswirkungsanalyse zum Abriss und großflächigen Neubau eines Netto-Lebensmittelmarktes in der Stadt Annweiler am Trifels

AUFTRAGGEBER: Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG, Worms

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck

PROJEKTBEARBEITUNG: Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüler

Ludwigsburg, den 13.08.2026

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 Foto Titelblatt: GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

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

Vorbemerkung

Im Juli 2026 erteilte die Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG, Worms, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse für den vorgesehenen Abriss und Neubau eines bestehenden Netto-Marktes mit ca. 1.022 m² VK an der Straße In den Bruchwiesen 2 in Annweiler am Trifels.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Informationen und Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, der Bundesagentur für Arbeit sowie diverse Branchenstatistiken und GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. In Ergänzung der sekundärstatistischen Daten wurden im August 2026 die relevanten Wettbewerber und Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum erhoben.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für bauplanungsrechtliche Maßnahmen der zuständigen Genehmigungsbehörden. 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 13.08.2026
SC

Inhaltsverzeichnis Seite

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen 5

1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung 5

2. Wesentliche Definitionen und Marktdaten zum Lebensmittelhandel 6

3. Rechts- und Planungsrahmen 8

4. Untersuchungsschema 9

II. Überprüfung des Vorliegens einer Atypik 11

1. Funktion des Netto-Lebensmittelmarktes als Nahversorger 11

2. Auswirkungen auf den Verkehr 12

3. Städtebauliche Integration 14

4. Sicherung der verbrauchernahen Versorgung 15

4.1 Rahmenbedingungen in Annweiler 15

4.2 Angebots- und Wettbewerbssituation in der Stadt Annweiler 18

4.3 Wettbewerbssituation im Umland 19

4.4 Abgrenzung des zu versorgenden Bereichs 21

4.5 Vorhabenspezifische Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale 23

4.6 Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Markt 24

5. Zusammenfassende Bewertung einer städtebaulichen Atypik 25

III. Auswirkungsanalyse 27

1. Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens 27

2. Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgungsstruktur 29

3. Auswirkungen des Vorhabens auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche 30

4. Sonstige Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO 30

5. Fazit der Auswirkungsanalyse 31

IV. Zusammenfassung 32

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung

In der südpfälzischen Stadt Annweiler am Trifels betreibt die Firma Netto Marken-Discount (in diesem Bericht Netto genannt) am Standort In den Bruchwiesen 2 eine Filiale eines Lebensmittelmarktes mit einer Verkaufsfläche (VK) mit derzeit ca. 800 m². Um den Betrieb an die konzerneigenen Marktvorgaben anzupassen, ist der Abriss des Bestandsgebäudes und Neubau an selber Stelle mit ca. 1.022 m² VK geplant. Mit der Planung soll das neue Konzept der Warenpräsentation bei Netto umgesetzt werden, um die Kundenfreundlichkeit zu verbessern und die marktinterne Bewirtschaftung zu erleichtern. Eine Vergrößerung des Sortiments geht damit aber nicht einher. Die Erweiterungsplanung ist als Maßnahme zur Standortsicherung des bestehenden Marktes zu verstehen. Wie bisher wird also auch zukünftig das standardisierte Sortiment von Netto-Filialen vorgehalten (ohne Änderungen).

Am Standort gilt der Bebauungsplan „In den Bruchwiesen“ (in Kraft seit dem 02.08.2001), der für das Netto-Grundstück ein Gewerbegebiet (GE) gemäß § 8 BauNVO ausweist. In Gewerbegebieten ist großflächiger Einzelhandel grundsätzlich nur unter eng umgrenzten Ausnahmetatbeständen möglich.

Großfläche Einzelhandelsbetriebe unterliegen der sog. Regelvermutung i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO. So wird bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben (als Neuansiedlung oder Erweiterung) regelmäßig vermutet, dass negative Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung und auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung entstehen. Als Rechtsfolge hieraus wäre das Vorhaben nur in einem Kerngebiet oder in einem ausgewiesenen Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel zulässig. Nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO kann die Regelvermutung aber widerlegt werden, wenn im konkreten Einzelfall Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass eine sog. atypische Fallgestaltung (Atypik) vorliegt.

Mit diesem Gutachten soll untersucht werden, ob im vorliegenden Fall Anhaltspunkte für eine solche Atypik bestehen. Bei Widerlegung der Regelvermutung könnte der großflächige Einzelhandelsbetrieb am Standort dann auch ohne Ausweisung eines Sondergebietes zulässig sein. Hierzu sind insbesondere die Nahversorgungswirkung des Netto-Lebensmittelmarktes, sein kleinräumiges Standortumfeld sowie die Größe und Siedlungsstruktur der Stadt Annweiler zu untersuchen. Sofern das Vorliegen einer atypische Fallgestaltung bejaht werden kann, sind in einem zweiten Schritt die zu erwartenden versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens zu prüfen.

Im Einzelnen werden in der Untersuchung folgende Schritte vorgenommen:

- Definitionen und Darlegung des Rechtsrahmens
- Überprüfung des Vorliegens einer Atypik:
  - Warenangebot und Sortimentsstruktur des Anbieters
  - Größe und Gliederung der Stadt Annweiler
  - gegenwärtigen Versorgungssituation in Annweiler
  - mögliche Marktdurchdringung des Vorhabens (Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes, Ermittlung des erschließbaren Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials)

- Auswirkungsanalyse:
  - Umsatzprognose
  - Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
  - zu erwartende Auswirkungen auf die Nahversorgung in Annweiler
  - zu erwartende Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Annweiler und anderen Kommunen
  - sonstige Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO (Immissionen, infrastrukturelle Ausstattung, Verkehr, Orts- und Landschaftsbild, Naturhaushalt)
- Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

2. Wesentliche Definitionen und Marktdaten zum Lebensmittelhandel

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.[1] Ausgenommen sind Lager, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bei den **Sortimenten** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden:

- **Nahrungs- und Genussmittel** (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- Als „**Nonfood**“ (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.)[2].

Zur Einordnung der im Untersuchungsraum vorhandenen **Betriebstypen** des großflächigen Lebensmitteleinzelhandels werden diese nachfolgend kurz definiert:

> *Discounter:*
> *Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche zwischen ca. 800 und 1.700 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment sowie wöchentlich wechselnde Aktionsangebote (v. a. Nonfood II*

[1] Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2025, Köln 2025, S. 381. Vgl. hierzu auch die Gerichtsurteile BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

[2] Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2025, Köln 2025, S. 382.

und spezialisierte Lebensmittel) führt. Discounter führen eine konsequente Niedrigpreisstrategie, einen hohen Anteil an Eigenmarken und ein straffes, standardisiertes Sortiment, das durch Aktionswaren punktuell ergänzt wird.

Supermarkt:
Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt; der Verkaufsflächenanteil für Nonfood II-Artikel ist gering. Supermärkte profilieren sich gegenüber Discountern v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Mehrweg-Getränke, Convenience, individuelle Ladenatmosphäre und persönliche Kundenansprache. Die Artikelzahl ist daher deutlich höher als bei Discountern.

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. [3]

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 ausschnittweise vorhalten. Moderne Lebensmittelmärkte sind daher als Eckpfeiler der Grundversorgung anzusehen. Betriebe des Lebensmittelhandwerks, kleinere Lebensmittelgeschäfte (auch als Online- bzw. Automaten-Betrieb), Convenience-Shops (Kioske, Tankstellen), Getränkemärkte, Biomärkte, Naturkostläden, Wochenmärkte und Direktvermarkter ergänzen die Nahversorgung.

Lebensmitteldiscounter sind wegen des wahrgenommenen Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Sie weisen daher im deutschen Lebensmitteleinzelhandel den größten Umsatzanteil auf (ca. 47 % im Jahr 2024); Supermärkte kommen auf knapp 42 %, SB-Warenhäuser auf ca. 9 % und sonstige Lebensmittelgeschäfte auf rund 2 % des Umsatzvolumens in Deutschland.[4] Die durchschnittliche Betriebsgröße eines Lebensmitteldiscounters beträgt aktuell ca. 845 m² VK, die eines Supermarktes ca. 1.178 m² VK[5]. Die im Laufe der Zeit eingetretene Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat sowohl bei Discountern als auch bei Vollsortimentern zu einer sukzessiven Ausweitung der Sortimente geführt. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preis-Bereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen), Herkunft und Qualitätsstufen (Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel wie etwa gluten- oder laktosefreie Produkte, regional erzeugte Lebensmittel oder Fair Trade). Daher optimieren derzeit alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hauptursachen für den steigenden Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation (breitere Gänge, niedrigere Regale usw.), Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenwünsche (z. B. hinsichtlich Frische, Bio-Produkte).

3 GMA-Definitionen, auf Basis von Marktdaten und Begriffsbestimmungen des EHI Retail Institute (aus: handelsdaten aktuell 2025, Köln 2025, S. 376 f.).

4 Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2025; Köln 2025, S. 64; GMA-Berechnungen.

5 Quelle: GMA-Berechnung auf Basis von Angaben des EHI Retail Institutes, Datenstand 2024.

3. Rechts- und Planungsrahmen

Generell gilt ein Einzelhandelsvorhaben mit einer Geschossfläche ab 1.200 m² bzw. einer Verkaufsfläche ab 800 m² als großflächig. Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungs-verordnung (BauNVO) dar. Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind grundsätzlich nur in Kerngebieten im Sinne des § 7 BauNVO oder in förmlich durch Bebauungsplan festgesetzten Sondergebieten zulässig, soweit sie sich nicht nur unwesentlich auf raumordnerische und städtebauliche Belange nachteilig auswirken können.

Der für diesen Zusammenhang maßgebliche **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der aktuellen Fassung[6] für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

> *„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-Immissionsschutz-gesetzes 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.“*

Sofern es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb[7] handelt – wie im vorliegenden Fall des geplanten Netto-Marktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.022 m² – tritt gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO die sog Regelvermutung ein. So sind bei einer Überschreitung der Geschossfläche von 1.200 m² bzw. der Verkaufsfläche von 800 m² in der Regel Auswirkungen auf

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

7 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 etwaige Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

die Umwelt, die infrastrukturelle Ausstattung, den Verkehr, die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Vorhabens, die Entwicklung zentraler Versorgungsbereich in der Gemeinde oder anderen Gemeinden, das Orts- und Landschaftsbild oder auf den Naturhaushalt zu vermuten.

Diese Regelvermutung kann aber nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO im konkreten Einzelfall widerlegt werden, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass solche Auswirkungen trotz Überschreitung der Großflächigkeit nicht vorliegen. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere das Warenangebotes des Betriebes (= betriebliche Atypik), die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile sowie die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung (städtebauliche Atypik) zu berücksichtigen. Für Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels kommt v. a. der städtebaulichen Atypik eine entscheidende Rolle zu.

Hinsichtlich der Regelvermutung stellt das Bundesverwaltungsgericht in seinem Urteil vom 24. November 2004[8] – in Rückgriff auf den Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ vom 30.04.2002 – folgendes fest:

> *„Ob die Vermutung widerlegt werden kann, hängt maßgeblich davon ab, welche Waren angeboten werden, auf welchen Einzugsbereich der Betrieb angelegt ist und in welchem Umfang zusätzlicher Verkehr hervorgerufen wird. Entscheidend ist, ob der Betrieb über den Nahbereich hinauswirkt und dadurch, dass er unter Gefährdung funktionsgerecht gewachsener städtebaulicher Strukturen weiträumig Kaufkraft abzieht, auch in weiter entfernten Wohngebieten die Gefahr heraufbeschwört, dass Geschäfte schließen, auf die insbesondere nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen angewiesen sind. […]*
>
> *Dabei kann allerdings die jeweilige Siedlungsstruktur nicht außer Betracht bleiben. Je größer die Gemeinde oder der Ortsteil ist, in dem der Einzelhandelsbetrieb angesiedelt werden soll, desto eher ist die Annahme gerechtfertigt, dass sich die potenziellen negativen städtebaulichen Folgen relativieren.“*

Dies wird im Jahr 2017 neu aufgelegten Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels im selben Wortlaut aufgegriffen.[9]

Mit dem vorliegenden Bericht ist zu prüfen, ob der erweiterte Netto-Lebensmittelmarkt mit künftig ca. 1.022 m² VK die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen tatsächlich auslösen wird. Kann die Regelvermutung widerlegt werden, ist das Vorhaben in der geplanten Zielgröße auch ohne Ausweisung eines Kern- oder Sondergebietes zulässig. Damit könnte das Vorhaben auch auf Grundlage des bestehenden Bebauungsplans realisiert werden.

4. Untersuchungsschema

Eine betriebliche Atypik liegt im vorliegenden Fall nicht vor, da das Vorhaben als „normaler Lebensmittelmarkt“ einzustufen ist. Der Netto-Markt in Annweiler wird als Filialbetrieb eines Anbieters geführt, der im Untersuchungsraum mit identischem Angebotskonzept mehrfach vertreten ist (Schwesterfilialen u. a. in Landau, Hauenstein und Bad Bergzabern).

---

8 Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

9 Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels; beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28.09.2017.

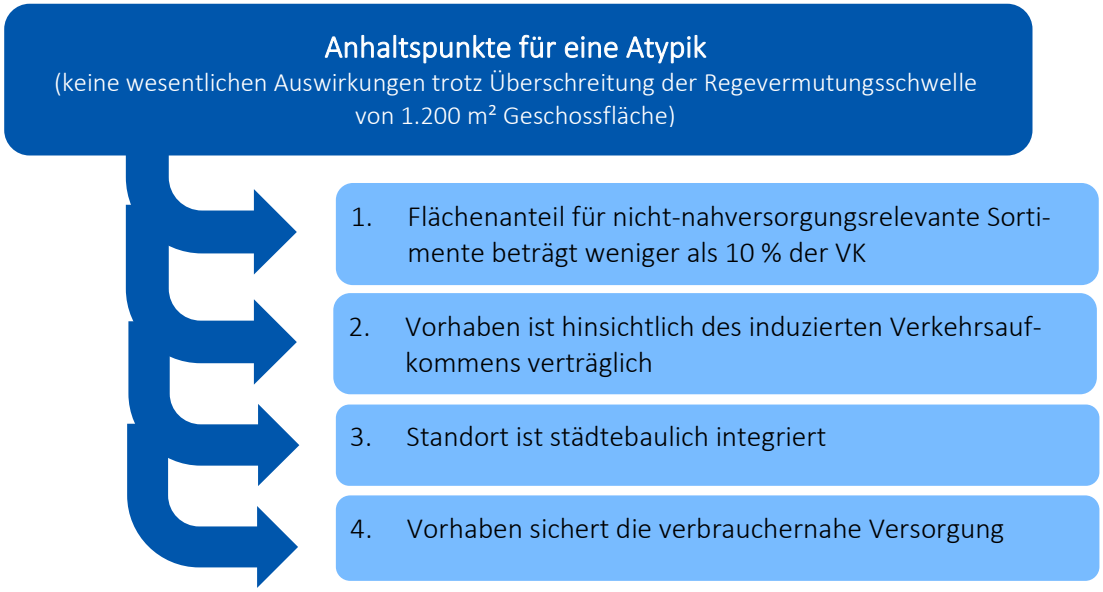
Daher fokussiert der vorliegende Bericht auf die Frage, ob aufgrund der siedlungsstrukturellen Situation am Standort in Annweiler **Anhaltspunkte für eine städtebauliche Atypik** zu erkennen sind, so dass der geplante Lebensmittelmarkt auch bei Überschreitung von 1.200 m² Geschossfläche nicht der Vermutungsregel unterworfen wäre.

Daran anschließend folgt in einem zweiten Schritt eine Überprüfung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO:

- schädliche Umweltwirkungen
- Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung
- Auswirkungen auf den Verkehr
- Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet
- Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
- Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild und den Naturhaushalt.

Zur Untersuchung, ob bei dem Vorhaben eine atypische Fallgestaltung vorliegt, wird– in Anlehnung an den „Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels“[10] – nachfolgend das in Abb. 1 dargestellte Prüfschema abgearbeitet.

Abbildung 1: Prüfschema zur städtebaulichen Atypik bei Nahversorgern



GMA-Zusammenstellung; in Anlehnung an den „Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels“ (2017)

[10] Beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28. September 2017.

II. Überprüfung des Vorliegens einer Atypik

1. Funktion des Netto-Lebensmittelmarktes als Nahversorger

Bei dem Vorhaben in Annweiler handelt es sich um die Bestandsmodernisierung eines Lebensmittelmarktes von Netto am Standort In den Bruchwiesen 2. Dort besteht die Filiale seit vielen Jahren mit knapp 800 m² VK. Durch den Abriss des Bestandsgebäudes mit anschließender Neubebauung an selber Stelle soll die Verkaufsfläche auf **künftig 1.022 m² VK** erweitert werden (einschließlich Windfang und Leergut-Vorraum). Dazu muss der Parkierungsbereich neu angeordnet werden, wodurch sich die Zahl der Kundenstellplätze auf 55 verringert. Die Architektur des Verkaufsgebäudes wird nicht wesentlich verändert; es bleibt bei einem eingeschossigen Standardbau. Die Zu- und Abfahrtssituation zum Grundstück bleibt unverändert.

Ziel der Erweiterung der Filiale ist es, durch eine optimierte Warenpräsentation und eine großzügige Gestaltung des Verkaufsraums die Kundenfreundlichkeit des Marktes zu erhöhen. Auch dem Personal erleichtern größere Verkehrs- und Gangflächen eine ökonomische Bewirtschaftung. Das Vorhaben ist somit als **bestandsorientierte Modernisierung zur Standortsicherung** einzuordnen. Änderungen des Konzepts oder der Sortimentsstruktur sind nicht vorgesehen.

Der Anbieter Netto ist eine Marken-Discounter-Linie des Handelsunternehmens EDEKA. Als sog. Softdiscounter führt Netto rund 5.000 Standardartikel[11] und liegt damit an der Spitze der Discounter. Die Produktpalette bei Netto umfasst u. a. Mehrweggetränke, Bio- und fair gehandeltes Artikel) und einen hohen Anteil an Handelsmarken (ca. 60 %). Die **Nahversorgungsfunktion** ist daher für einen Discounter **überdurchschnittlich hoch**. Anders als bei den Branchenführern Aldi und Lidl nehmen Nonfood-Aktionswaren bei Netto nur einen geringen Anteil ein.

Der Angebotsschwerpunkt bei Netto liegt klar im Lebensmittelbereich bzw. bei weiteren nahversorgungsrelevanten Artikeln. Das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmitteln nimmt rund 85 % der Verkaufsfläche ein (inkl. Aktionswaren mit Lebensmitteln). Das bei Netto angebotene ständige Randsortiment an Nonfood I-Waren (Drogeriewaren, Hygiene-, Pflege- und Kosmetikartikel, Reinigungs- und Waschmittel sowie Tiernahrung) ist ebenfalls dem täglichen Bedarf zuzuordnen (im Sinne des Berichtes der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“); ihr Anteil beläuft sich auf ca. 10 – 15 % der Verkaufsfläche. In Summe werden in typischen Netto-Märkten, also auch in der Filiale in Annweiler, mehr als 95 % der Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt. Der Anteil von nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten beträgt in der angestrebten Größe also weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche.

Wegen der Sortimentsstruktur, die nur eine begrenzte Zahl von Produkten des Grundbedarfs umfasst und auch im Branchenvergleich weitgehend austauschbar ist, sowie des zumeist niedrigen Warenwertes der Produkte (= Preis je Artikel) entwickeln Lebensmitteldiscounter generell nur **kurze räumliche Absatzreichweiten** (i. d. R. nur wenige Kilometer bzw. fünf bis etwa zehn Minuten Pkw-Fahrzeit). Die in Annweiler vorgesehene Größenordnung stellt im Vergleich der Discounter-Branche und der Netto-Filialen **keine außergewöhnlich große Dimensionierung** dar.

[11] Quelle: https://www.netto-online.de/unternehmen/index.chtm; abgerufen am 29.07.2026.

Die durchschnittliche Marktgröße der Netto-Filialen liegt bei ca. 821 m² VK, die Flächenleistung bei ca. 5.360 € je m² VK. Daraus ergibt sich ein Durchschnittsumsatz pro Filiale von ca. 4,4 Mio. €.[12]

Netto-Märkte werden als Regiebetriebe geführt, die das **standardisierte Sortimentsspektrum** von Netto anbieten. Der Schwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. 87 % der Umsätze). Die Sortimentsstruktur ist unabhängig von der Größe der Filiale sowie von wettbewerblichen oder städtebaulichen Rahmenbedingungen vor Ort. Das künftige Sortimentsgefüge entspricht damit dem anderer Netto-Filialen in der Region (Schwesterfilialen u. a. in Landau, Hauenstein, Bad Bergzabern und Neustadt a.d.W.) und auch dem des bestehenden Marktes. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort vom Kunden nur dann aufgesucht wird, wenn er näher liegt oder bequemer zu erreichen ist als andere Lebensmittelmärkte.

Mit Blick auf eine mögliche Atypik ist festzuhalten, dass es sich bei dem geplanten großflächigen Netto-Markt in Annweiler um einen branchentypischen Anbieter von Lebensmitteln handelt, der sowohl in seinem Sortimentsgefüge als auch in seiner Flächen- und Umsatzstruktur einen eindeutigen Schwerpunkt bei nahversorgungsrelevanten Waren des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Kosmetik, Körperpflege) hat. **Der Flächenanteil nicht-nahversorgungsrelevanter Sortimente (u. a. wöchentlich wechselnde Nonfood-Aktionswaren der Warengruppe Nonfood II) nimmt bei Netto weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche ein. Somit kann das Planobjekt als klassischer Nahversorger eingeordnet werden.**

2. Auswirkungen auf den Verkehr

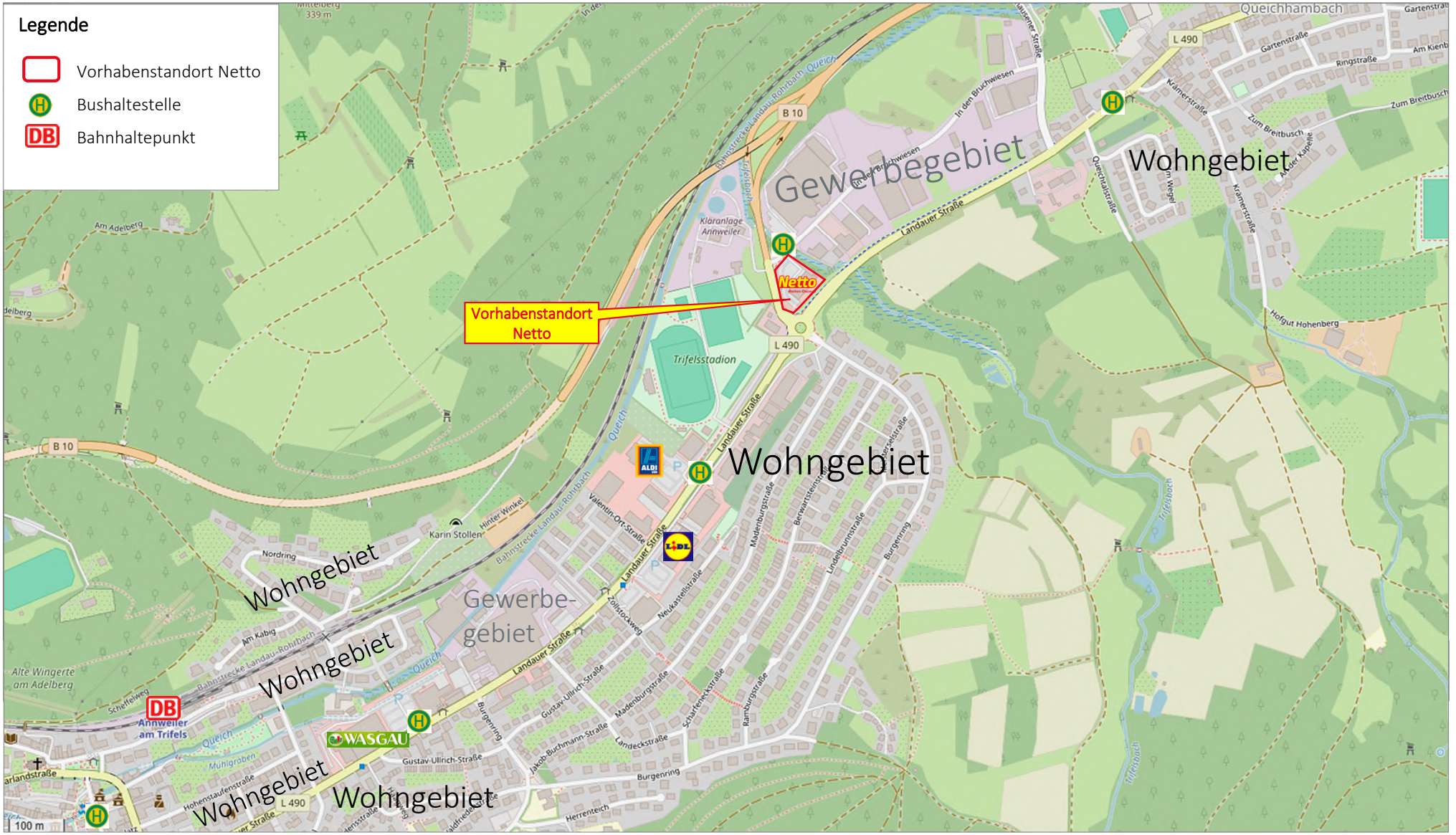
Auswirkungen auf den Verkehr sind anzunehmen, wenn die zum Standort führenden Straßen durch den vom Vorhaben ausgehenden zusätzlichen Verkehr überlastet bzw. ihrer bestimmungsgemäßen Nutzung entzogen werden oder wenn Verkehrsbehinderungen auftreten. Dies ist etwa dann der Fall, wenn Wohnstraßen wesentlich zusätzlich belastet und dadurch zu Durchgangsstraßen werden, Straßenquerschnitte nicht mehr ausreichen, Linksabbieger den Geradeausverkehr behindern oder sich an Verkehrsknoten Staus entwickeln könnten.

Auch nach dem geplanten Neubau von Netto am Bestandsstandort bleiben die **Zufahrts- und Erschließungsbedingungen unverändert.** Lediglich die Zahl der Kundenstellplätze wird leicht reduziert (auf ca. 55). Bereits an dieser im Branchenvergleich geringen Stellplatzkapazität ist erkennbar, dass der Netto-Markt vornehmlich als Nahversorger auftreten soll und wird.

Im vorliegenden Fall besteht eine verkehrliche Erschließung des Standortes über die Straße In den Bruchwiesen, welche in Höhe des Netto-Marktes in die Zufahrtsstraße zur B 10 einmündet (vgl. Karte 1). Diese führt am Netto-Areal vorbei zu einem Kreisverkehr, in den die Landauer Straße (L 490) in Richtung der Innenstadt bzw. nach Queichhambach sowie der Burgenring (Erschließungsstraße des dortigen Wohngebietes) einmünden. **Die verkehrliche Erschließung kann somit als gesichert gelten. Sie ermöglicht eine geordnete Abwicklung des Kunden- und Lieferverkehrs.**

[12] Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Retail Real Estate Report Germany 2025 / 2026, Bergisch Gladbach 2025, S. 49, Daten für 2024.

Karte 1: Lage des Vorhabenstandortes und Umfeldnutzungen



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; * georeferenzierte Einwohnerberechnung nach Panaddress; GMA-Bearbeitung 2026

Im ÖPNV ist der Vorhabenstandort über die Bushaltestellen „Annweiler, In den Bruchwiesen“ (ca. 200 m östlich des Netto-Marktes) und „Annweiler, Stadion“ (ca. 350 m westlich) erreichbar. Hier verkehren die Regionalbuslinien 523, 524 und 531 in Richtung Bindersbach, Klingenmünster und Landau Hbf. Der örtliche Bahnhaltepunkt „Annweiler am Trifels“ ist ca. 1,6 km entfernt. Unter Berücksichtigung der regionaltypischen Verhältnisse ist die **ÖPNV-Anbindung des Standortes überdurchschnittlich gut.**

Da mit dem Modernisierungsvorhaben bei Netto weder eine Änderung des Betriebstyps noch Sortimentsausweitungen einhergehen, sind aus der vorgesehenen Erweiterung der Verkaufsfläche um ca. 222 m² keine erheblichen Auswirkungen auf die Kundenzahl zu erwarten. Mit seiner Größe und seinem standardisierten Discounter-Konzept erzielt Netto keine Wettbewerbsvorteile im Untersuchungsraum. Vor dem Hintergrund der Zahl, Leistungsstärke und Lage der konkurrierenden Lebensmittelmärkte in Annweiler und Nachbarkommunen (vgl. hierzu Kapitel II.4.2.) ist auch nicht mit einer räumlichen Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes zu rechnen. Auch zukünftig wird der Netto-Markt hauptsächlich als Nahversorger auftreten. **Das Vorhaben wird daher keinen zusätzlichen gebietsfremden Verkehr in erheblichem Umfang auslösen.**

Insgesamt sind keine wesentlichen Auswirkungen auf den Verkehr (im Sinne einer erheblichen Verkehrszunahme, verkehrlichen Beeinträchtigungen oder der Zunahme von gebietsfremdem Verkehr im Standortumfeld) zu erwarten. Negative Auswirkungen der Erweiterung des Nahversorgers Netto auf den Verkehr sind wegen der Leistungsfähigkeit der zuführenden Straßen nicht absehbar.

3. Städtebauliche Integration

Der Vorhabenstandort befindet sich am östlichen Rand der Kernstadt in dem ausgewiesenen Gewerbegebiet „In den Bruchwiesen“ (vgl. Karte 1). Dementsprechend besteht das Nahumfeld in nördlicher Richtung um den Vorhabenstandort aus gewerblichen Nutzungen. Im Westen liegen das Trifelsstadion und die Kläranlage, in südlicher Richtung das Wohngebiet Burgenring. Jenseits der Landauer Straße erstrecken sich in östlicher Richtung Wiesen- und Waldgebiete bis zum Stadtteil Queichhambach (rund 600 m entfernt).

Das Wohnquartier am Burgenring liegt ca. 100 m entfernt, in Sichtweite vom Netto-Markt. Von dort ist der Netto-Standort über straßenbegleitende Fußwege und einen Direktzugang für Fußgänger gut erreichbar. Auch die Wohnquartiere an der Valentin-Ort-Straße in Annweiler und Im Wegel in Queichhambach liegen noch in fußläufiger Erreichbarkeit (ca. 500 – 700 m). Der Vorhabenstandort kann daher – trotz seiner Zugehörigkeit zu einem Gewerbegebiet – **Nahversorgungsfunktionen** erfüllen. Für den Stadtteil Queichhambach ist der Netto der nächste Lebensmittelmarkt; von dort ist er teils fußläufig bzw. mit dem Fahrrad erreichbar (straßenbegleitender Fuß- und Radweg entlang der Landauer Straße). Gleichwohl ist in der Praxis davon auszugehen, dass angesichts der hügeligen Topografie im Untersuchungsraum die meisten Kunden für Versorgungseinkäufe das Auto nutzen.

Eine **recht gute Anbindung an den ÖPNV** ergibt sich durch die Bushaltestellen „Annweiler, In den Bruchwiesen“ und „Annweiler, Stadion“ in ca. 200 m bzw. ca. 350 m Distanz.

Der Netto-Markt besteht an seinem Standort bereits viele Jahre und kann dementsprechend als **etablierter Nahversorger im örtlichen Standortgefüge** gelten.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der Vorhabenstandort aus städtebaulicher Sicht nicht als optimal integrierter Standort einzuordnen ist. Trotz seiner formalen Zugehörigkeit zu einem Gewerbegebiet liegt er aber in fußläufiger Entfernung zu mehreren Wohngebieten in der Kernstadt und Queichhambach, sodass das er Nahversorgungsfunktionen übernehmen kann. Seine Lage an einer örtlichen Hauptverkehrsachse und die gute Anbindung an den ÖPNV begünstigen die Versorgungsbedeutung und die Kundenakzeptanz des Standortes für Annweiler und die umliegenden Ortsgemeinden. Aus versorgungsstruktureller Sicht handelt es sich daher um einen für die örtliche Nahversorgung wichtigen Einzelhandelsstandort.

4. Sicherung der verbrauchernahen Versorgung

4.1 Rahmenbedingungen in Annweiler

Die Stadt Annweiler am Trifels liegt im Westteil des Landkreises Südliche Weinstraße im Pfälzerwald. Die Stadt ist durch ihre **topografische Lage** im Queichtal geprägt, was zu einer langgezogenen Siedlungsstruktur und zu einer Konzentration der überörtlichen Verkehrswege auf das von ausgedehnten bergigen Waldgebieten gesäumte Tal geführt hat.

Landesplanerisch ist die Stadt Annweiler in der Metropolregion Rhein-Neckar als Mittelzentrum im mittelzentralen Verbund ausgewiesen. Sie fungiert in erster Linie als Versorgungsstandort für die Verbandsgemeinde (VG) Annweiler. Dieser gehören außer der Stadt Annweiler selbst noch 12 weitere Ortsgemeinden an (Albersweiler, Dernbach, Eußerthal, Gossersweiler-Stein, Münchweiler am Klingbach, Ramberg, Rinnthal, Silz, Völkersweiler, Waldhambach, Waldrohrbach, Wernersberg).

Die **überörtliche Verkehrsanbindung** von Annweiler erfolgt v. a. durch die Bundesstraßen B 10 (Pirmasens – Annweiler – Landau in der Pfalz) und B 48 (Bad Kreuznach – Enkenbach-Alsenborn – Annweiler – Bad Bergzabern). Landes- und Ortsstraßen binden zudem die umliegenden Ortsgemeinden an. Mit dem ÖPNV ist die Stadt aus dem Umland über die Regionalbahnstrecke Landau – Pirmasens und drei Buslinien im Verkehrsverbund Rhein-Neckar erreichbar.

Als **Wirtschaftsstandort** hat die Stadt Annweiler im regionalen Vergleich eine hohe Bedeutung. Von den aktuell rund 3.010 Arbeitsplätzen für sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gebiet der VG Annweiler entfallen zwei Drittel (ca. 2.020) auf die Stadt Annweiler. Somit ergeben sich für die Stadt beträchtliche Pendlerverflechtungen (ca. 1.430 Einpendler, ca. 2.120 Auspendler).[13] Auch der **Tourismus** spielt in Annweiler eine große Rolle; so wurden in der Stadt im Jahr 2025 rund 21.600 Übernachtungsgäste und rund 54.200 Übernachtungen verzeichnet.[14]

Das **Kaufkraftniveau** in der Stadt Annweiler liegt aktuell bei einer Kaufkraftkennziffer von 94,1[15] um etwa 5,9 % unter dem Bundesdurchschnitt (100,0). Auch für die anderen Ortsgemeinden in der VG Annweiler sind unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffern ausgewiesen.[16]

---

13 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2025.

14 Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 2025.

15 Wert auf den Bundesdurchschnitt (100,0) normiert. Quelle: Michael Bauer Research (MBR), Stand 2026.

16 Diese rangieren zwischen 87,7 (Völkersweiler) und 95,8 (Waldhambach). Quelle: MBR, Stand 2026.

Mit **aktuell ca. 7.230 Einwohnern** ist die Stadt Annweiler die größte Kommune in der Verbandsgemeinde Annweiler (ca. 16.920 Einwohner). Sowohl in der Stadt als auch in der gesamten VG besteht nur eine geringe Bevölkerungsdichte (Stadt: 181 EW je km², VG: 130 EW je km²). Im 10-Jahres-Vergleich 2015 – 2025 ergab sich für die Stadt ein **Bevölkerungszuwachs** von ca. 2,1 %. Im Vergleich zum VG-Durchschnitt (+0,5 % Zuwachs in diesem Zeitraum) ist für die Stadt Annweiler eine besonders positive Einwohnerentwicklung zu verzeichnen. [17]

Für die kommenden Jahre rechnet das Statistische Landesamt für die VG Annweiler mit einem leichten Bevölkerungsrückgang. Demnach werden für die VG Ende des Jahres 2030 ca. 16.570 Einwohner erwartet, Ende 2040 ca. 16.350 Einwohner.[18]

Die **Einzelhandelsstruktur** in der Stadt Annweiler fokussiert auf folgende Schwerpunkte:

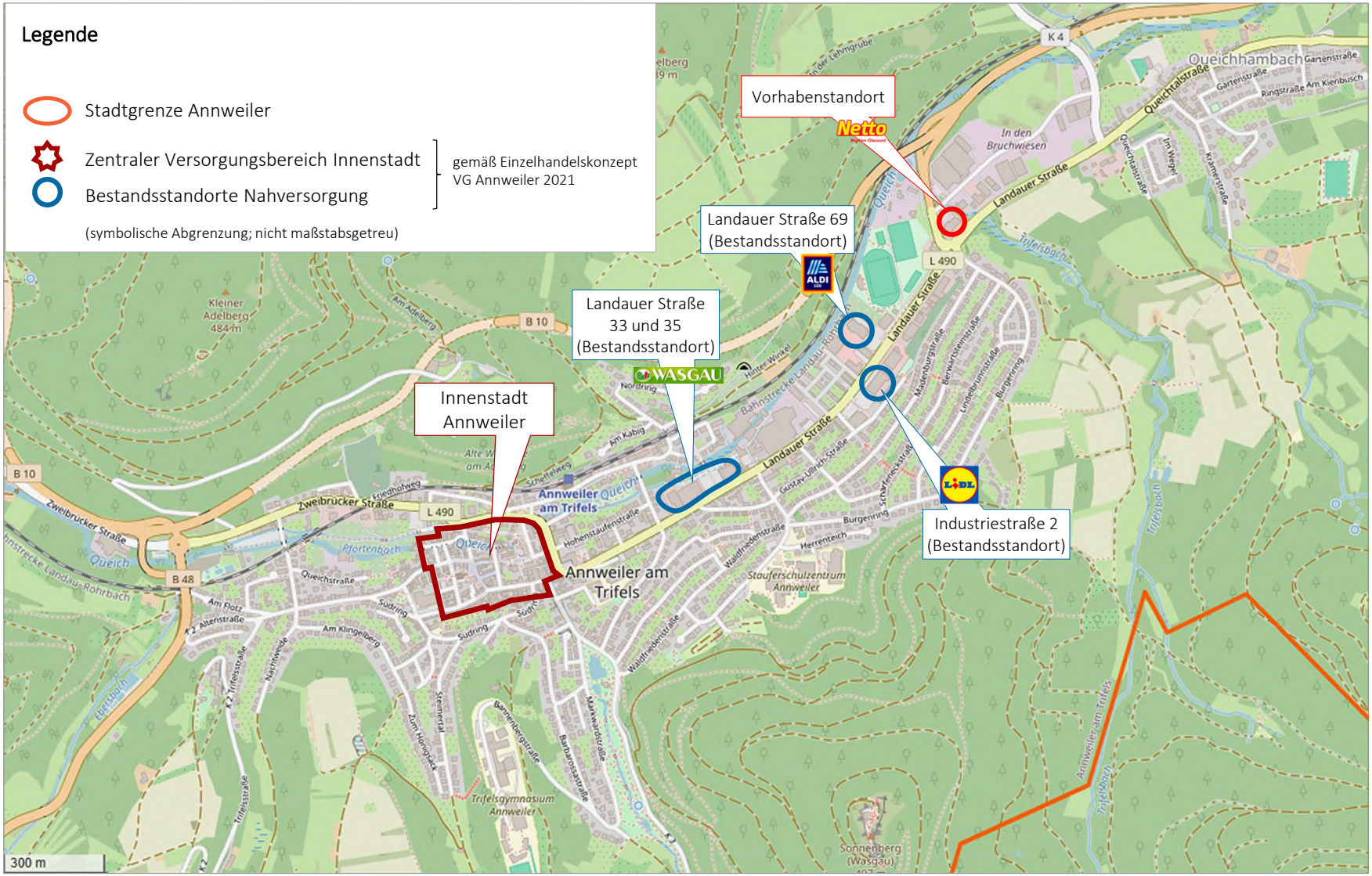
- In der **Innenstadt** konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz auf die Hauptstraße und den angrenzenden Abschnitt der Altenstraße in der historischen Altstadt. Gemäß Einzelhandelskonzept der VG Annweiler (2021) ist dies die Hauptlage für den Einzelhandel (zentraler Versorgungsbereich). Der dortige Besatz umfasst kleine Fachgeschäfte, Anbieter des Lebensmittelhandwerks, Apotheken, öffentliche Einrichtungen, Kreditinstitute, Dienstleister, Arztpraxen und Gastronomie. Wegen der hohen Bebauungsdichte und der engen Straßen konnte in der Altstadt kein großflächiger Einzelhandel entstehen. Lebensmittelmärkte oder andere größere Einzelhandelsmagneten gibt es nicht.
- In der **östlichen Vorstadt**, im Anschluss an die Altstadt, besteht eine Einzelhandelskonzentration im Bereich des „Wasgau-Centers“ (Wasgau-Supermarkt, dm-Drogeriemarkt, Takko-Textilfachmarkt, Bäckerei, Apotheke). Da es sich bei Wasgau um den einzigen Supermarkt und bei dm um den einzigen Drogeriefachmarkt in der gesamten VG Annweiler handelt, nimmt dieser Standort eine zentrale Bedeutung im Versorgungsgefüge der VG und Magnetfunktionen für den gesamten Einzelhandelsstandort Annweiler an. Im Einzelhandelskonzept der VG Annweiler (2021) ist der Bereich des Wasgau-Centers als „Bestandsstandort Nahversorgung“ ausgewiesen.
- Im weiteren östlichen Verlauf der **Landauer Straße** sind in lockerer Bebauung u. a. die Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi sowie ein KiK-Textilfachmarkt, ein Baustoffhandel und ein Sonderpostenmarkt (Kaufhaus X) etabliert. Mit ihrer verkehrsgünstigen Lage erfüllen die Lebensmittelmärkte Grundversorgungsfunktionen für das Stadtgebiet und die umliegenden Ortsgemeinden. Im Einzelhandelskonzept der VG Annweiler (2021) sind die Lebensmittelmärkte von Lidl und Aldi als „Bestandsstandorte Nahversorgung“ eingestuft. Netto liegt etwas weiter östlich in Richtung Queichhambach.

Als Fazit für die Prüfung einer städtebaulichen Atypik ist festzuhalten, dass die Stadt Annweiler als Mittelzentrum ein breiteres Einzelhandelsangebot aufweist. Dieses ist primär auf die Grundversorgung der Verbandsgemeinde ausgerichtet. Das Angebot konzentriert sich in hohem Maße auf die Landauer Straße, wo alle größeren Nahversorgungsmärkte liegen (vgl. Kap. II., 4.2.). Hier befindet sich auch der Netto-Markt.

17 GMA-Berechnung auf Basis von Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2025 bzw. 31.12.2015, nur Einwohner mit Hauptwohnsitz.

18 Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Demografischer Wandel in Rheinland-Pfalz – Sechste kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für verbandsfreie Gemeinden und Verbandsgemeinden (Basisjahr 2020). Ergebnisse für den Landkreis Südliche Weinstraße; GMA-Berechn. 2026, ca.-Werte gerundet.

Karte 2: Einzelhandelsstruktur und wesentliche Angebotslagen in der Stadt Annweiler



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2026

4.2 Angebots- und Wettbewerbssituation in der Stadt Annweiler

Zur Bewertung der Angebotssituation in Annweiler und Umgebung wurde von der GMA im August 2026 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für den zur Erweiterung vorgesehenen Netto-Markt gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche Betriebe (Lebensmitteldiscounter) als Hauptwettbewerber agieren.

Außer dem Netto-Markt sind im Stadtgebiet von Annweiler die in der Tabelle 1 aufgeführten strukturprägenden Lebensmittelmärkte hervorzuheben. Dabei handelt es sich um die beiden Discounter Aldi und Lidl sowie den großen Supermarkt Wasgau. Alle Wettbewerber liegen, wie auch Netto, im östlichen Kernstadtgebiet an der Landauer Straße bzw. in unmittelbarer Nähe dazu, und können von Zuführungseffekten durch andere Lebensmittel- und Fachmärkte profitieren; außerdem von der Nähe zu großen Arbeitsstätten.

Tabelle 1: Strukturprägende Wettbewerber für den Netto-Lebensmittelmarkt in der Stadt Annweiler (Lebensmittelmärkte ab 400 m² VK)

Adresse	Anbieter	Betriebstyp	VK-Größenklasse	Lage*	Distanz zu Netto
Landauer Straße	Aldi	Discounter	801 – 1.200	Bestandsstandort	< 1 km
Landauer Straße	Lidl	Discounter	1.201 – 1.600	Bestandsstandort	< 1 km
Landauer Straße	Wasgau	Gr. Supermarkt	2.501 – 3.000	Bestandsstandort	1 – 2 km

* Einstufung als „Bestandsstandort Nahversorgung“ gemäß Einzelhandelskonzept der VG Annweiler (2021)

GMA-Erhebung 2026; ca.-Werte gerundet; Distanz ermittelt mit googlemaps

Neben diesen Hauptwettbewerbern gibt es im Stadtgebiet von Annweiler weitere kleine Lebensmittelanbieter. Hierzu gehören das Lebensmittelgeschäft Blockhaus, der Naturkostladen Kornmühle, zwei Bäckereien bzw. Konditoreien, ein Teefachgeschäft und ein Direktvermarkter von Bioland-Produkten in der Altstadt. In Streulagen der Kernstadt sind zudem ein kleiner Getränkeabholmarkt, eine Vinothek, zwei Bäckereien und drei Tankstellen zu nennen. Auch der Drogeriemarkt dm führt Lebensmittel als Randsortiment. In Queichhambach gibt es eine Tankstelle und einen Hofladen. Im rund 3 km entfernten Gräfenhausen ist eine Bäckerei zu nennen.

Insgesamt wurde für die Anbieter mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel in Annweiler ein Verkaufsflächenbestand von ca. 6.870 m² erhoben (einschließlich Netto-Markt in seiner jetzigen Größe). Davon entfallen ca. 500 VK auf den zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt), ca. 6.140 m² auf die vier Nahversorgungsstandorte und ca. 230 m² auf Streulagen. [19]

Die Umsatzleistung mit Nahrungs- und Genussmitteln im Stadtgebiet von Annweiler beläuft sich nach gutachterlicher Schätzung derzeit auf ca. 37,5 Mio. €[20] (einschließlich Bestandsumsätze bei Netto). Davon entfallen ca. 2,1 Mio. € auf den zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt), ca. 34,1 Mio. € auf Nahversorgungsstandorte und ca. 1,3 Mio. € auf Streulagen.

19 Unbereinigte Verkaufsfläche, d. h. einschließlich Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten; ohne Lebensmittelangebote bei fachfremden Anbietern (z. B. Drogeriemarkt, Sonderpostenmarkt).

20 Bereinigte Umsatzleistung, d. h. ohne Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten, einschließlich Lebensmittelumsätzen bei Nonfood-Betrieben.

Als Fazit für die Prüfung einer städtebaulichen Atypik ist festzuhalten, dass sich der vorhabenrelevante Angebots- und Wettbewerbsbestand in Annweiler stark auf die Nahversorgungsstandorte (Lebensmittelmärkte) konzentriert.

4.3 Wettbewerbssituation im Umland

In den übrigen **Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Annweiler** sind keine größeren Lebensmittelmärkte vorhanden. Ein Lebensmittelgeschäft besteht nur in Gossersweiler-Stein (Online-SB-Markt von EDEKA Paul), dort besteht auch eine Tankstelle. In Albersweiler, Ramberg, Silz und Wernersberg halten Bäckereien ein gewisses Lebensmittelangebot vor; in Albersweiler kommen noch Getränke- und Weinanbieter hinzu. Alle Anbieter sind sehr klein und weisen eine rein lokale Bedeutung auf. Insgesamt beläuft sich die Umsatzleistung mit Nahrungs- und Genussmitteln im VG-Gebiet ohne die Stadt Annweiler auf rund 2 Mio. €

In allen Ortsgemeinden in der VG Annweiler wird die Grundversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln zu wesentlichen Teilen durch die Lebensmittelmärkte in Annweiler sichergestellt. Für alle Ortsgemeinden ist daher eine **hohe Abhängigkeit von den Versorgungsangeboten der Stadt Annweiler** festzuhalten.

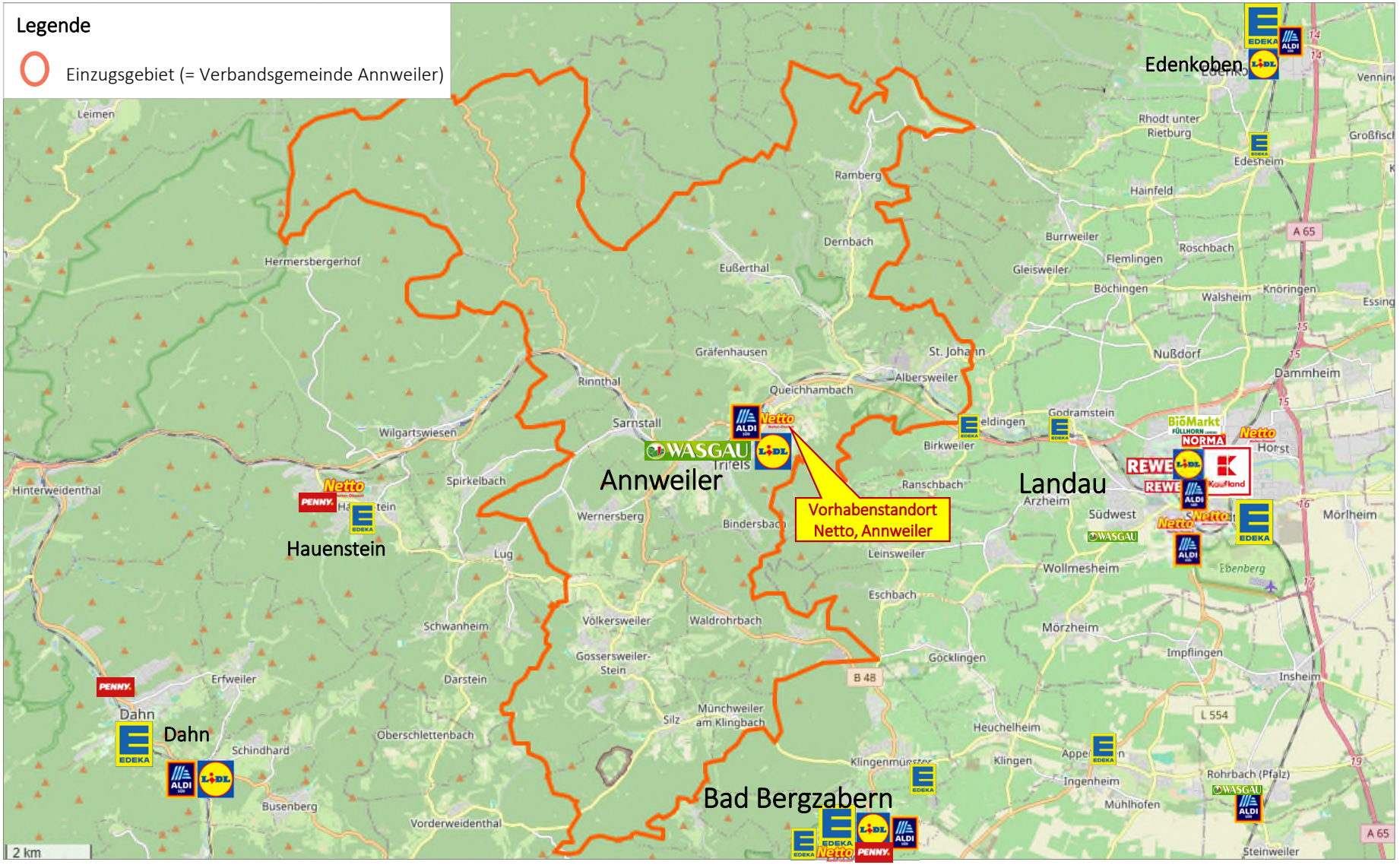
In den **umliegenden größeren Orten** sind folgende Lebensmittelmärkte hervorzuheben:

- Hauenstein: Netto, Penny, EDEKA Schopfer
- Birkweiler: EDEKA Kissel
- Landau in der Pfalz: Netto, Aldi (2 x), Netto (3 x), Norma, Kaufland, EDEKA Kissel SBK, REWE (2 x), EDEKA Kissel, Wasgau, Füllhorn
- Edenkoben / Kirrweiler: Lidl, Aldi, EDEKA Kissel SBK
- Klingenmünster: EDEKA Kissel
- Bad Bergzabern / Pleisweiler-Oberhofen: Aldi, Lidl, Netto, Penny, EDEKA Kissel SBK, EDEKA Albrecht
- Rohrbach: Aldi, Wasgau
- Dahn: Aldi, Lidl, Penny, EDEKA Kissel SBK.

Außerhalb der VG Annweiler wirken besonders Hauenstein, Landau und Bad Bergzabern als Wettbewerbsstandorte für das Vorhaben, da dort Netto-Filialen und attraktive Vollsortimenter vorhanden sind.

In einem Fazit der Angebots- und Wettbewerbssituation ist für das Vorhaben festzustellen, dass sich im Untersuchungsraum die Wettbewerber für den Netto-Lebensmitteldiscounter in hohem Maße auf die Stadt Annweiler und hier auf die östliche Kernstadt konzentrieren. Hier sind den Discountern Aldi und Lidl zwei direkte Konkurrenten ansässig. Außerdem ist noch Wasgau zu berücksichtigen, der als Vollsortimenter allerdings konzeptbedingt geringere Überschneidungen mit dem Discounter Netto aufweist und mit seinem umfangreichen Lebensmittel- und Getränkesortiment anders ausgerichtet ist als Netto. Alle konkurrierenden Lebensmittelmärkte in Annweiler sind leistungsstarke und moderne Filialisten. Auch nach seiner Erweiterung wird Netto im Stadtgebiet viertgrößter Lebensmittelmarkt bleiben. **Die geplante Erweiterung bei Netto wird also nicht zu einer marktbeherrschenden Stellung führen.**

Karte 3: Wesentliche Wettbewerber in Annweiler und umliegenden Kommunen (Lebensmittelmärkte ab 400 m² VK)



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2026

Außerhalb von Annweiler selbst sind in der Verbandsgemeinde Annweiler keine wesentlichen Wettbewerber vorhanden. Die Ortsgemeinden der VG Annweiler, die teilweise nur wenige hundert Einwohner aufweisen, können dem Einzelhandel wegen der geringen Bevölkerungszahlen und der ungünstigen topografischen bzw. städtebaulichen Voraussetzungen kaum noch rentable Ausgangsbedingungen bieten, sodass hier nur noch punktuell kleine Nahversorger bestehen (z. B. Online-SB-Markt, Bäckereien). Wie das Infrastruktur- und Einzelhandelsangebot insgesamt ist auch der Lebensmitteleinzelhandel in der VG Annweiler im hohen Maße auf das Mittelzentrum Annweiler konzentriert. Auch die Verkehrswege sind auf die Stadt ausgerichtet. Absehbar ist daher, dass das **Einzugsgebiet des Vorhabens dem Gebiet der Verbandsgemeinde Annweiler entspricht**.

4.4 Abgrenzung des zu versorgenden Bereichs

Die Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes stellt die wesentliche Grundlage für die Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und die damit zur Verfügung stehende Kaufkraft für den vorliegenden Netto-Markt dar. Als „Nahbereich“ wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, für den der Standort explizit eine Nahversorgungsfunktion übernimmt.[21]

Da es sich bei dem Netto-Markt um einen Filialisten mit standardisiertem Sortiment handelt, wird die Marktreichweite des Planobjektes in erster Linie durch die zunehmende Distanz im Raum bzw. die Erreichbarkeit von konkurrierenden Einkaufsstandorten im Umfeld begrenzt. Zu berücksichtigen ist, dass sich das Sortimentsspektrum der Netto-Filiale durch die Verkaufsflächenerweiterung nicht ändern wird. Auch die geplante Dimensionierung von ca. 1.022 m² VK und das geringe Parkplatzaufkommen am Standort lassen weiterhin auf eine lokale Versorgungsfunktion schließen. Somit ist nicht zu erwarten, dass die Marktbedeutung des Netto-Lebensmittelmarktes durch den geplanten Neubau mit ca. 222 m² mehr Verkaufsfläche wesentlich zunimmt. **Das Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes wird weiterhin dem des Betriebs in seiner bisherigen Größe entsprechen. Es umfasst die VG Annweiler.**

In der Terminologie des Leitfadens kann davon ausgegangen werden, dass für die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Bereichen mit einer Einwohnerdichte von weniger als 1.250 EW je km² (d. h. im ländlichen Raum) als „Nahbereich“ ein Raum mit Radius von 2.500 m um den Lebensmittelmarkt anzusetzen ist[22]. Dies trifft auch auf Annweiler zu.

Für den Netto-Markt lässt sich demnach ein „Nahbereich“ (i. S. des zitierten Leitfadens) abgrenzen, welcher große Teile des Stadtgebietes von Annweiler umfasst (wesentliche Teile der Kernstadt, außerdem Stadtteile Queichhambach und Gräfenhausen). Über die Stadt hinaus reicht der „Nahbereich“ allerdings nicht. **In diesem „Nahbereich“ innerhalb von 2.500 m rund um den Netto-Markt leben nach georeferenzierter Berechnung der GMA ca. 6.690 Einwohner[23].** Die räumliche Darstellung ist der Karte 4 zu entnehmen.

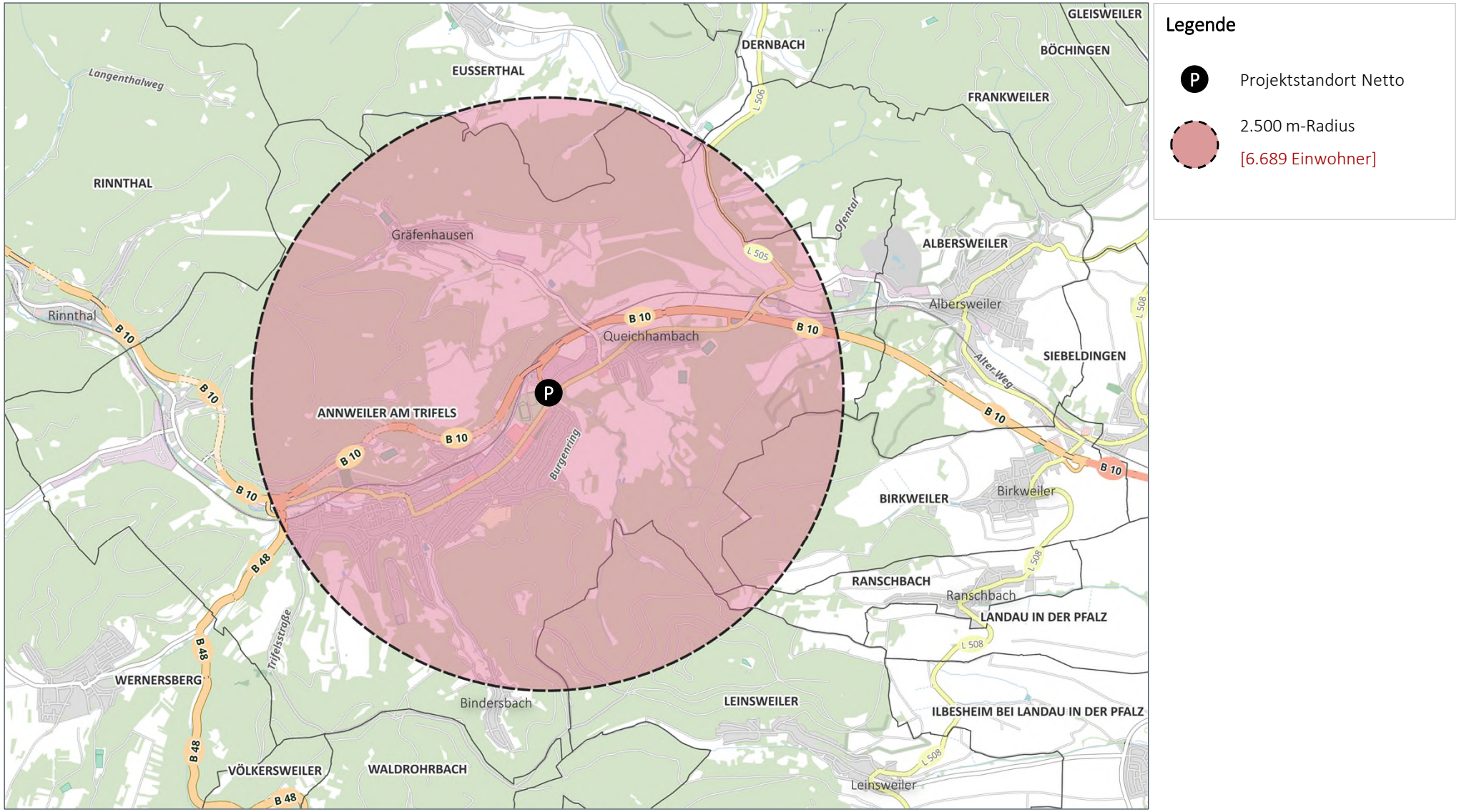
---

21 Der Begriff „Nahbereich“ wird im Folgenden im Sinne des zitierten Leitfadens verwendet und ist nicht identisch mit dem regionalplanerisch definierten Nahbereich.

22 Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels; beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28.09.2017, S. 16.

23 Georeferenzierte Berechnung durch GMA 2026 mit Hilfe von panaddress: Stand 2024.

Karte 4: „Nahbereich“ des Netto-Marktes in Annweiler (Radius 2.500 m)



Quelle: © OpenMapTiles, © OpenStreetMap-Mitwirkende; panadress: Stand 2024; GMA-Bearbeitung 2026

Zur **Abgrenzung des übrigen Einzugsgebietes** wurden folgende Kriterien herangezogen:

- Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Betriebstyp, Größe, Leistungsfähigkeit und Bekanntheit des Anbieters) und daraus folgende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung
- verkehrliche Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts in Annweiler, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- projektrelevante Wettbewerbssituation in Annweiler und umliegenden Städten und Gemeinden (v. a. Lage und Erreichbarkeit von Discountern und Vollsortimentern mit überörtlichen Einzugsgebieten), vgl. hierzu Kapitel III.
- wesentliche 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).

Das Einzugsgebiet entspricht der Verbandsgemeinde Annweiler. So ist wegen der Lage des Netto-Marktes an einer städtischen und auch überörtlichen Hauptverkehrsachse zu erwarten, dass außer der Bevölkerung im „Nahbereich“ auch Bewohner aus anderen Siedlungsbereichen der Stadt sowie Bewohner anderer Ortsgemeinden innerhalb der VG Annweiler den Netto-Standort aufsuchen. **Insgesamt leben in der VG Annweiler ca. 16.920 Einwohner.** Nach Abzug der Bewohner des “Nahbereiches“ verbleibt für das übrige Einzugsgebiet ein Bevölkerungspotenzial von ca. 10.230 Einwohnern (davon ca. 540 in der Stadt Annweiler und ca. 9.690 in den Ortsgemeinden). Vor dem Hintergrund der höheren Distanzen zum Planstandort ist im übrigen Einzugsgebiet eine weitaus geringere Einkaufsintensität zu erwarten als im „Nahbereich“.

Da es sich bei dem Netto-Markt um einen Filialisten mit standardisiertem Sortiment handelt, wird die Marktreichweite des Vorhabens v. a. durch die Erreichbarkeit von konkurrierenden Einkaufsstandorten sowie die zunehmende Distanz im Raum bestimmt. Zu berücksichtigen ist, dass sich das Sortimentsspektrum der Netto-Filiale durch die geringe Flächenerweiterung nicht verändern wird. Es ist daher nicht zu erwarten, dass sich ihre Marktbedeutung durch die geplante Erweiterung vergrößert. **Daher entspricht das Einzugsgebiet des erweiterten Marktes dem des Betriebs in seiner bisherigen Größe.**

Aus Räumen außerhalb der Verbandsgemeinde Annweiler sind zwar geringe Umsatzanteile mit sog. **Streukunden** möglich (z. B. Arbeitspendler, Touristen, Zufallskunden), jedoch keine regelmäßigen Einkaufsverflechtungen. So wird das Streukundenaufkommen im vorliegenden Fall wegen der örtlichen Wettbewerbssituation und der beschränkten Stellplatzkapazitäten am Vorhabenstandort nur eine geringe Rolle spielen. In Anbetracht der guten Ausstattung der umliegenden Mittel- und Grundzentren mit Lebensmittelmärkten und den teilweise beträchtlichen Entfernungen ist für das Vorhaben nicht mit regelmäßigen Einkaufsverflechtungen von Städten und Gemeinden außerhalb der Verbandsgemeinde Annweiler zu rechnen.

4.5 Vorhabenspezifische Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

Die Berechnung der Einzugsgebiet vorhandenen **Kaufkraft** erfolgt unter Verwendung von aktuellen Daten des Statistischen Bundesamtes. Die einzelhandelsrelevanten Ausgabebeträge in Deutschland betragen nach GMA-Berechnungen derzeit insgesamt ca. 7.099 € pro Jahr und

Kopf der Wohnbevölkerung. Der größte Teil davon (ca. 3.096 €) entfällt auf Nahrungs- und Genussmittel, das Kernsortiment des Vorhabens. Außerdem ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Einkommensniveau (Kaufkraftniveau) der jeweiligen Orte zu berücksichtigen. Alle Ortsgemeinden in der VG Annweiler liegen mit ihren Kaufkraftkoeffizienten unter dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert = 100,0), die Stadt Annweiler bei einem Wert von 94,1[24].

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren steht damit für den Netto-Markt **in der VG Annweiler ein Kaufkraftpotenzial von ca. 49,0 Mio. €** im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel zur Verfügung (vgl. Tabelle 2). Davon entfallen ca. 19,5 Mio. € auf den „Nahbereich" (Zone I), d. h. die vom Vorhabenstandort aus innerhalb von 2,5 km liegenden Teile der Stadt Annweiler, und ca. 29,5 Mio. € auf das übrige Einzugsgebiet (Zone II).

Tabelle 2: Projektrelevante Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Netto-Marktes am Standort Annweiler, In den Bruchwiesen 2

Zone	Stadt / Ortsgemeinden / Stadtbereiche	Einwohner *	Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel in Mio. €
I	Teile der Stadt Annweiler (max. 2.500 m)	6.690	19,5
II	Übrige Teile der Stadt Annweiler und weitere Ortsgemeinden der VG Annweiler	10.230	29,5
Einzugsgebiet		**16.920**	**49,0**

* Quelle: Zone I: georeferenzierte Einwohnerermittlung durch GMA mit Hilfe von panaddress, Stand 2024; Zone II: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2025, ca.-Werte gerundet

GMA-Berechnung 2026 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

4.6 Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.[25] Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Kernsortiment an sich zu binden.

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

24 Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2026.

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

Bei den gegebenen Planungs-, Standort- und Wettbewerbsbedingungen und der daraus folgenden Größe des Einzugsgebiets errechnet sich für den auf ca. 1.022 m² VK vergrößerten Netto-Markt in Worst-Case-Berechnung eine **Umsatzprognose von insgesamt ca. 4,6 Mio. €** (vgl. Tabelle 3). Davon entfallen ca. 4,0 Mio. € auf das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,6 Mio. € auf die Nonfood-Randsortimente des Netto-Marktes.

Tabelle 3: Umsatzerwartung des Netto-Lebensmittelmarktes am Standort Annweiler, In den Bruchwiesen 2, nach Erweiterung auf ca. 1.022 m² VK

Umsatzherkunft	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-Herkunft in %
Zone I	19,5	12	2,3 – 2,4	0,3 – 0,4	2,7	58 %
Zone II	29,4	5	1,4 – 1,5	0,2 – 0,3	1,7	37 %
Einzugsgebiet	**49,0**	**7 – 8**	**3,8**	**0,6**	**4,4**	**95 %**
Streukunden (Anteil hier max. 5 %)			0,2	< 0,1	0,2	5 %
Insgesamt			**4,0**	**0,6**	**4,6**	**100 %**

* Der Umsatzanteil für Nonfood liegt bei diesem Anbieter typischerweise bei ca. 13 %.

GMA-Berechnung 2026; ca.-Werte gerundet, Abweichung durch Rundung möglich

Der Prognoseumsatz liegt über dem bundesweiten Durchschnitt von Netto-Märkten (vgl. Kapitel II.1.). Als **Flächenproduktivität** errechnet sich aus der o. g. Umsatzerwartung für den Markt in seiner künftigen Größe von ca. 1.022 m² VK ein Wert von rund 4.500 € je m² VK. Damit bleibt der künftige Markt hinter dem Durchschnitt bei Netto zurück (aus rechnerischen Gründen, da die hier angestrebte Größe deutlich größer ist als der Bundesdurchschnitt). Jedoch ist angesichts des intensiven Wettbewerbs am Ort, der unterdurchschnittlichen Kaufkraft im Untersuchungsraum sowie der konzipierten Nahversorgungsausrichtung des Planobjektes keine höhere Umsatzprognose und somit auch keine höhere Flächenleistung denkbar.

Hinsichtlich der **Umsatzherkunft** ist festzustellen, dass der größte Teil (ca. 58 %) aus dem „Nahbereich“ stammen wird (Zone I innerhalb der Stadt Annweiler). Rund 37 % wird aus der Zone II (übrige VG Annweiler) resultieren, ca. 5 % von auswärtigen Kunden (Arbeitspendlern aus umliegenden Verbandsgemeinden oder Touristen). Der Anteil von Kunden aus dem Stadtgebiet von Annweiler summiert sich auf ca. 60 % (davon ca. 58 Prozentpunkte aus Zone I) und ca. 2 Prozentpunkte aus Zone II). Aufgrund der besonderen Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Annweiler für die einwohnerstarke Verbandsgemeinde ergibt sich für das Vorhaben ein beträchtlicher Umsatzanteil von ca. 35 %, der auf Kunden aus anderen Ortsgemeinden in der VG Annweiler (Teile der Zone II) zurückzuführen ist. **Insgesamt summieren sich die Umsatzanteile aus der Verbandsgemeinde Annweiler auf ca. 95 %; diese entspricht dem raumordnerisch festgelegten Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Annweiler.**

5. Zusammenfassende Bewertung einer städtebaulichen Atypik

Angelehnt an das Prüfschema gemäß des Leitfadens der Fachkommission Städtebau zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO bei Betrieben des Lebensmittelhandels, wird nachfolgend überprüft, ob es sich bei dem Vorhaben des Netto-Marktes am Standort In den Bruchwiesen 2 in der Stadt Annweiler am Trifels um ein städtebaulich atypisches Vorhaben handelt.

Tabelle 4: Anhaltspunkte einer städtebaulichen Atypik

Anhaltspunkt	Ausprägung	Bewertung
Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente beträgt weniger 10 % der Verkaufsfläche	Der Verkaufsflächenanteil von nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten beträgt sowohl im Bestand als auch in der Planung deutlich weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche. Hinsichtlich seines Warenangebotes ist der Lebensmittelmarkt Netto eindeutig als Nahversorger einzustufen.	
Hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich	Die Straßen In den Bruchwiesen und Landauer Straße, über die die Erschließung des Standortes erfolgt, sind als leistungsfähige Verkehrswege einzustufen. Durch die Verkaufsflächenerweiterung sind keine deutlichen Steigerungen des Verkehrsaufkommens (mit der Folge negativer verkehrlicher Auswirkungen im Standortumfeld) absehbar. Eine wesentliche Ausdehnung des Kundeneinzugsgebietes ist nicht zu erwarten. Das Vorhaben wird daher nur im geringen Umfang zusätzlichen gebietsfremden Verkehr auslösen.	
Städtebaulich integrierte Lage	Der Vorhabenstandort liegt in fußläufiger Distanz zu Wohngebieten, für die er Nahversorgungsfunktionen übernehmen kann. Auch die Nähe zu Wohnquartieren und Bushaltestellen sprechen dafür, dass es sich um einen zumindest teilintegrierten Standort handelt. Im Nahbereich des Marktes leben in einem Radius von 2,5 km ca. 6.690 Einwohner.	
Sichert die verbrauchernahe Versorgung	Der Netto-Markt ist ein strukturprägender Grundversorger für die VG Annweiler. An seinem Standort fungiert er als Nahversorger für umliegende, fußläufig erreichbare Wohngebiete. Von dem Prognoseumsatz des Netto-Marktes stammen ca. 60 % aus der Standortkommune Annweiler, davon ein beträchtlicher Teil von Kunden aus dem fußläufig erreichbaren Nahbereich. Wegen der besonderen Topografie und Siedlungsstruktur im Untersuchungsraum entfällt ein weiterer großer Teil auf Ortsgemeinden innerhalb der VG Annweiler (ca. 35 %); auch für diese besitzt Annweiler die Grundversorgungsfunktion. Der geplante Neubau von Netto mit ca. 1.022 m² VK dient der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit dieses etablierten Lebensmittelmarktes. Mit der Umsetzung des Vorhabens wird der Netto-Markt an aktuelle Kunden- und betriebliche Anforderungen angepasst. Das Vorhaben sichert somit einen für die Nahversorgung wichtigen Standort. Im örtlichen Vergleich ist die Zielgröße nicht überdimensioniert.	

GMA-Zusammenstellung 2026

III. Auswirkungsanalyse

1. Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens

Großflächige Einzelhandelsbetriebe lösen i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel aus. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt hierzu einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert. Hierin fließt eine Vielzahl von Kriterien ein[26]. Die wichtigsten Faktoren sind:

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

Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des als Neubau geplanten Netto-Lebensmittelmarkts erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in dieser Auswirkungsanalyse das Vorhaben des erweiterten Netto-Marktes mit ca. 1.022 m² VK bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils der Markt nach der geplanten Erweiterung betrachtet. Für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen ist aber der heute am Standort bestehende Markt zu berücksichtigen. So ist der Bestandsumsatz wettbewerbsneutral.

Für die Bewertung der Erweiterung des bestehenden Netto-Marktes in Annweiler werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Unter den gegebenen Standort- und Wettbewerbsbedingungen wird der Netto-Markt an seinem Standort In den Bruchwiesen auf der geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.022 m² eine Umsatzleistung von max. 4,6 Mio. € erzielen, davon ca. 4,0 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie ca. 0,6 Mio. € mit Nonfood-Randsortimenten.
- Zu berücksichtigen ist, dass der Netto-Markt bereits langjährig am Standort In den Bruchwiesen etabliert ist. Sowohl die Kunden als auch die anderen Lebensmittelanbieter haben sich darauf eingestellt. Derzeit erwirtschaftet der bestehende Netto-Markt

[26] Berücksichtigt wurden die folgenden Faktoren: die vorhandenen Verkaufsflächen, die Entfernung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten, das vom einzelnen Markt erschließbare Einwohner- und Kaufkraftpotenzial, die Nachfragebindung im Einzugsgebiet, der Distanzüberwindungsfaktor, der Attraktivitätsexponent, die Bewertung der Attraktivität des Angebotsmixes und des jeweiligen Einzelhandelsbetriebs, konkret zu erwartenden, planungsrechtlich abgesicherte weitere Einzelhandelsvorhaben (Erweiterungen, ggf. Neuansiedlungen).

nach gutachterlicher Einschätzung einen Bestandsumsatz von rund 4,3 Mio. € (davon ca. 3,7 – 3,8 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln, ca. 0,5 – 0,6 Mio. € mit Nichtlebensmitteln). Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine Veränderungen ergeben werden.

- Nach Abzug der bestehenden Umsätze des Netto-Marktes verbleibt demnach ein Umsatzanteil von max. 0,3 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 0,2 – 0,3 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel, weniger als 0,1 Mio. € auf Nonfood.

Im Detail sind für den Netto-Markt nach Erweiterung die in Tabelle 5 dargestellten Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum zu erwarten.

Tabelle 5: Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben mit ca. 1.022 m² VK

		in Mio. €	in %
Foodbereich	▪ Umsatz des bestehenden Netto-Marktes mit Nahrungs- und Genussmitteln	3,7 – 3,8	
	▪ Umsatzumlenkungen in Annweiler gegen Anbieter im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	n. n.	n. n.
	▪ Umsatzumlenkungen in Annweiler gegen Anbieter an „Bestandsstandorten Nahversorgung“	0,2 – 0,3	1 %
	▪ Umsatzumlenkungen in Annweiler gegen Anbieter an anderen Standorten (Streulagen)	n. n.	n. n.
	▪ Umsatzumlenkungen in Kommunen außerhalb von Annweiler	n. n.	n. n.
	Umsatz erweiterter Netto-Markt mit Nahrungs- und Genussmitteln	**4,0**	
Nonfood-bereich	▪ Umsatz des bestehenden Netto-Marktes mit Nichtlebensmitteln	0,5 – 0,6	
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	< 0,1	n. n.
	Umsatz erweiterter Netto-Markt mit Nichtlebensmitteln	**0,6**	
Umsatz erweiterter Netto-Markt insgesamt		**4,6**	

n. n. = nicht mehr nachweisbar (< 0,05 Mio. € bzw. < 0,5 %)

GMA-Berechnung 2026; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

Aus den zu erwartenden Umsatzumlenkungen durch das Erweiterungsvorhaben von Netto sind folgende **wettbewerbliche Wirkungen** im Untersuchungsraum abzuleiten:

- **Im Stadtgebiet von Annweiler** wird das Vorhaben zu Umsatzumverteilungen von insgesamt ca. 0,3 Mio. € führen (davon ca. 0,2 – 0,3 Mio. € im Lebensmittel-Kernsortiment). Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von rund 1 % im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel. In dieser Höhe ist generell nicht von Betriebsgefährdungen einzelner Anbieter auszugehen. Negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens sind somit auszuschließen.

- **Gegen Anbieter außerhalb von Annweiler** wird nur ein sehr geringer Teil des neu generierten Umsatzes des erweiterten Netto-Marktes (unter 0,1 Mio. €) wirksam. Die Umsatzumverteilungen verteilen sich auf eine Vielzahl von Standorten und Anbietern, sodass die Umsatzumverteilungsquoten bei einzelnen Betrieben nicht mehr nachweisbar

sind. Wesentliche Auswirkungen auf die Nahversorgung oder auf die Funktionsfähigkeit vorhandener zentraler Versorgungsbereiche in zentralen Orten werden nicht eintreten.

- **Im Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben Umsatzumverteilungen in Höhe von insgesamt weniger als 0,1 Mio. € ausgelöst. Diese richten sich in erster Linie gegen andere Lebensmittelmärkte in Annweiler. In untergeordnetem Umfang könnten auch andere Anbieter in Annweiler (z. B. Drogeriefachmärkte, Sonderpostenmärkte) oder Online-Händler betroffen sein. Diese Effekte sind in Einzelbetrachtung als minimal einzustufen, da sie sich auf eine Vielzahl von Standorten und Sortimente verteilen. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind nicht mehr nachweisbar.

Als Ergebnis ist festzuhalten, dass in allen Orten die von dem Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungsquoten weit unter 10 % bleiben werden. Im Höchstfall (Annweiler) liegen die Umverteilungswirkungen im Kernsortiment bei ca. 1 %. In anderen Kommunen ergeben sich Umverteilungsquoten in nicht mehr nachweisbarer Höhe. Erhebliche negative Auswirkungen auf einzelne Versorgungsstandorte können vollständig ausgeschlossen werden.

Die geplante Modernisierung des Netto-Marktes in Annweiler löst nur geringe Umsatzumverteilungen gegen konkurrierende Anbieter aus. Diese sind rein wettbewerblicher Natur und führen nicht zu Bestandsgefährdungen. Negative städtebauliche Wirkungen sind mit dem Vorhaben nicht verbunden.

2. Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgungsstruktur

Die vorangegangene Analyse der Umverteilungswirkungen bei bestehenden Wettbewerbern hat deutlich gemacht, dass das Vorhaben am Standort In den Bruchwiesen in Annweiler keine wesentlichen Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstrukturen nach sich ziehen wird, sowohl innerhalb des Stadtgebietes von Annweiler als auch außerhalb der Stadt.

In Annweiler wird das Vorhaben in erster Linie die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl an der Landauer Straße betreffen, des Weiteren auch den Vollsortimenter Wasgau. Die möglichen Umsatzumverteilungen im Kernsortiment belaufen sich an diesen „Bestandsstandorten Nahversorgung“ auf ca. 1 %. Angesichts der Leistungsstärke dieser Anbieter sind Gefährdungen dieser strukturprägenden Märkte auszuschließen. Weitere Umsatzumverteilungen sind gegenüber Anbietern in Streulagen von Annweiler zwar denkbar (z. B. bei Tankstellen oder Getränkeanbietern), konkrete Bestandsgefährdungen sind aber nicht absehbar.

Der Netto-Markt übernimmt in seiner integrierten, verbrauchernahen Lage eine wichtige Versorgungsfunktion für mehrere fußläufig erreichbare Wohnquartiere und außerdem auch eine Grundversorgungsfunktion für Bewohner der Verbandsgemeinde Annweiler. Seine Nahversorgungsbedeutung ist auch an der hohen Einwohnerzahl im „Nahbereich“ ablesbar (ca. 6.690 Einwohner in einem Radius von 2,5 km). Die geplante Modernisierung und Erweiterung dienen dem langfristigen Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit dieses strukturprägenden Standortes.

Bei dem Vorhaben handelt es sich um einen typischen Nahversorger. Mit der geplanten Flächenvergrößerung werden weder der Betriebstyp noch die Sortimentsstruktur des Filialbetriebs verändert. Da sich das Einzugsgebiet des Vorhabens auf den zugeordneten Nahbereich von Annweiler beschränkt (rund 95 % der künftigen Umsätze stammen aus der VG Annweiler),

sind in umliegenden Städten außerhalb der VG Annweiler allenfalls minimale Umsatzverluste als Folge der geplanten Erweiterung des Netto-Marktes möglich.

Das Vorhaben dient ist erster Linie der Sicherung einer wohnortnahen Versorgung für die Wohnbevölkerung von Annweiler. Andere Standorte mit Nahversorgungsfunktion werden nicht gefährdet. Insofern wirkt sich das Vorhaben stärkend auf die langfristige Versorgungssicherheit der Bevölkerung im Einzugsgebiet aus. Durch die geplante Erweiterung wird der Markt zukunftsfähig aufgestellt. Dies trägt zum langfristigen Erhalt und Stärkung der Nah- und Grundversorgungsfunktion von Annweiler bei.

3. Auswirkungen des Vorhabens auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche

Im einzigen zentralen Versorgungsbereich von Annweiler, der Innenstadt, sind keine Lebensmittelmärkte als direkte Wettbewerber ansässig, sondern nur kleinere Anbieter von Lebensmitteln, Backwaren, Tee und Tabak. Die Geschäfte in der Innenstadt haben ihre Angebotskonzepte schon langjährig an die Präsenz des Discounters angepasst. Unmittelbare Konzeptüberschneidungen mit dem Netto-Markt bestehen bei diesen kleineren Anbietern nicht. Zu Lasten der Innenstadt-Betriebe werden Umsatzumverteilungen von weit weniger als 0,1 Mio. € wirksam. Dies entspricht einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote im zentralen Versorgungsbereich von unter 1 %. Bei den Nonfood-Sortimenten des Netto-Marktes sind die Auswirkungen des Vorhabens bei andren Anbietern in der Innenstadt zu gering, um noch nachweisbar zu sein. Negative Auswirkungen auf den Anbieterbestand, die Sortimentsvielfalt oder die künftigen Entwicklungsmöglichkeiten der Innenstadt sind nicht zu erwarten.

Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in umliegenden Kommunen können gänzlich ausgeschlossen werden, da der Netto-Markt nicht über die VG Annweiler hinauswirkt. In der VG Annweiler gibt es außer der Innenstadt von Annweiler keine weiteren zentralen Versorgungsbereiche. Weitere zentrale Orte mit zentralen Versorgungsbereichen sind mehr als 10 km entfernt.

Das Vorhaben zum Abriss eines bestehenden Lebensmittelmarktes und Neubau mit ca. 1.022 m² VK wird keine Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten zentraler Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum nach sich ziehen.

4. Sonstige Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO

Außer den bereits dargelegten Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgung und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sind gemäß § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO eventuelle schädliche Umwelteinwirkungen, Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, den Verkehr, das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt zu prüfen.

Da der Lebensmittelmarkt schon lange Jahre am Standort In den Bruchwiesen ansässig ist und das Grundstück bereits durch den Markt und seine Parkierungsanlage bebaut ist, sind durch das Neubauvorhaben **keine schädlichen Umwelteinwirkungen und keine Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt** zu erwarten. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse werden gewahrt, da bei dem Markt als Einzelhandelsbetrieb von keinen erheblichen Emissionen auszugehen ist.

Zusätzliche infrastrukturelle Anforderungen sind mit dem Vorhaben nicht verbunden. Die Erschließung des Grundstücks bleibt weiterhin gesichert. Eine ausreichend leistungsfähige Zufahrt zum Netto-Markt und eine Möglichkeit zur Anlieferung sind bereits vorhanden. Mit Auswirkungen auf den Verkehr im Sinne einer steigenden Verkehrsbelastung oder mit Beeinträchtigungen des Standortumfelds ist im vorliegenden Fall nicht zu rechnen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Netto-Markt aufgrund der gegebenen Standort- und Wettbewerbsbedingungen auch nach Modernisierung um einen vornehmlich nahversorgungsbezogenen Anbieter handeln wird. Eine wesentliche Ausdehnung seines Einzugsgebietes ist nicht zu erwarten. Da Angebotskonzept und Sortimentsstruktur bei dem Filialbetrieb auch nach seiner Modernisierung gleichbleiben werden, werden das Vorhaben bzw. die Vergrößerung der Verkaufsfläche nicht zu einer proportionalen Erhöhung des Kundenverkehrs führen. **Von dem Vorhaben sind daher keine negativen Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung und auf den Verkehr absehbar.**

Abschließend ist zu erwähnen, dass der Netto-Markt aus den umliegenden Wohngebieten zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad erreichbar ist. Er ist über mehrere Bushaltestellen in fußläufiger Entfernung an den ÖPNV angeschlossen. Die langfristige Sicherung des Netto-Marktes dient daher auch der Verkehrsvermeidung. Dies ist im Sinne einer wohnortnahen Nahversorgung positiv zu bewerten.

5. Fazit der Auswirkungsanalyse

Durch den geplanten Abriss und Neubau des Netto-Lebensmittelmarktes in großflächiger Dimensionierung werden keine schädlichen Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen in Annweiler (Innenstadt) oder in den anderen zentralen Orten ausgelöst. Der Standort des Netto-Marktes ist in der Versorgungsstruktur der Stadt und der VG Annweiler langjährig etabliert. Mit dem Erweiterungsvorhaben werden die Sortimentsbreite und -struktur des Filialbetriebes nicht verändert. Der Lebensmittelmarkt weist hinsichtlich seines Sortimentes eine hohe Nahversorgungsfunktion auf: weit über 90 % des Sortiments besteht aus Nahversorgungsgütern für den täglichen Bedarf. Die bestandsorientierte Erweiterung auf ca. 1.022 m² VK dient der Anpassung an aktuelle Kunden- und Logistikanforderungen und damit auch einer langfristigen Sicherung der Wettbewerbs- und Bestandsfähigkeit dieses für die Nahversorgung in Annweiler wichtigen Anbieters. Eine herausragende Profilierung wird dem Markt damit nicht gelingen.

Aus dem Vorhaben sind insgesamt keine erheblichen Auswirkungen auf andere Anbieter abzuleiten. Versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Folgen sind nicht absehbar. Die Umverteilungsquote in Annweiler liegt bei rund 1 %, in den umliegenden Städten und Ortsgemeinden durchweg unter 1 %,. Das Vorhaben bleibt somit in einem Bereich weit unterhalb des 10 %-Schwellenwertes, welcher als Anhaltspunkt für schädliche städtebauliche Auswirkungen herangezogen wird. Die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungbereiche sowie die verbrauchernahe Versorgung in der Stadt Annweiler und den umliegenden Kommunen im Einzugsgebiet werden nicht beeinträchtigt. Vielmehr wird der Standort, der eine wichtige Nahversorgungsfunktion im Stadtgebiet von Annweiler erfüllt, zukunftsfähig aufgestellt. Dies dient dem Erhalt der Grundversorgungsfunktion für den Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Annweiler.

Schädliche Umwelteinwirkungen oder negative Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf das Orts- und Landschaftsbild oder auf den Naturhaushalt sind bei dem Vorhaben nicht zu erwarten.

IV. Zusammenfassung

Im Hinblick auf eine möglicherweise vorliegende atypische Fallgestaltung war die Frage zu beantworten, ob Anhaltspunkte einer städtebaulichen Atypik zu erkennen sind, so dass auch bei einer Überschreitung der Geschossfläche von 1.200 m² von der Vermutungsregel abgesehen werden kann. **Aus der Prüfung ergeben sich wesentliche Argumente dafür, dass das betrachtete Vorhaben als atypische Fallgestaltung einzustufen ist**:

- Bei dem Untersuchungsobjekt handelt es sich um einen Lebensmittelmarkt mit besonderer Bedeutung für die Nahversorgung im Stadtgebiet von Annweiler sowie für die Grundversorgung der einwohnerstarken Verbandsgemeinde Annweiler. Der Verkaufsflächenanteil von nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt bei Netto nicht über 10 %. Weit über 90 % der Verkaufsfläche entfallen auf Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren und Kosmetikartikel. **Der Markt ist damit als Nahversorger einzuordnen**.
- **Die Anhaltspunkte für eine städtebauliche Atypik werden erfüllt**. Bei dem Standort handelt es sich um einen zwar nicht städtebaulich optimal integrierten, aber wohngebietsnahen Standort, der mit dem ÖPNV sowie zu Fuß bzw. mit dem Rad aus den umliegenden Wohnquartieren gut erreichbar ist. Die Verkehrsinfrastruktur im Standortumfeld ist ausreichend leistungsfähig. Der überwiegende Teil des Umsatzes stammt aus der Standortkommune Annweiler. Eine Ausdehnung des Kundeneinzugsgebietes als Folge der Verkaufsflächenerweiterung ist nicht zu erwarten. Das Vorhaben wird somit keinen erheblichen zusätzlichen gebietsfremden Verkehr auslösen. Da mit dem Neubauvorhaben weder das Angebotskonzept noch die Sortimentsstruktur des Filialisten Netto geändert werden und Netto nach wie vor der kleinste der vier Lebensmittelmärkte in Annweiler bleiben wird, ist nicht absehbar, dass der Markt durch die geplante Modernisierung und Erweiterung der Verkaufsfläche wesentliche Kundenzuwächse erfahren wird. Somit ist kein wesentliches zusätzliches Verkehrsaufkommen am Standort zu erwarten.

Die Untersuchung der konkreten Auswirkungen, insbesondere auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in der Standortkommune Annweiler, ergab, dass keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO vorliegen. Durch seine Erweiterung wird der Markt keine marktbeherrschende Stellung erreichen. Vielmehr dient die Modernisierung des Standortes dazu, langfristig die verbrauchernahe Grundversorgung in der Stadt Annweiler zu sichern. Der Netto-Markt ist in der städtischen Versorgungsstruktur bereits langjährig etabliert. Der Lebensmittelmarkt weist hinsichtlich seines Sortimentes (ganz überwiegend Nahversorgungsgüter für den täglichen Bedarf) eine wichtige Funktion auf. Mit dem Vorhaben wird die bisherige Sortimentsbreite und -struktur des Anbieters nicht verändert. Seine Erweiterung auf 1.022 m² VK dient der langfristigen Sicherung dieses für die Grundversorgung der Verbandsgemeinde wichtigen Anbieters.

Aufgrund der Funktion des Netto-Marktes als Nahversorger sowie der standörtlichen und städtebaulichen Besonderheiten ist im vorliegenden Fall absehbar, dass die beantragte Erweiterung des Netto-Marktes nicht zu wesentlichen Auswirkungen auf die örtliche oder überörtliche Versorgungsstruktur, die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder sonstige Belange des § 11 Abs. 3 BauNVO führen wird.

Das Einzugsgebiet des Vorhabens beschränkt sich auf Verbandsgemeinde Annweiler. Auch die Auswirkungen beziehen sich ganz überwiegend auf Annweiler. Die Umverteilungsquote liegt in Annweiler mit max. 1 % in einem Bereich weit unterhalb des 10 %-Schwellenwertes, der als Anhaltspunkt für schädliche städtebauliche Auswirkungen herangezogen wird. Außerhalb von Annweiler liegen die Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben auf einem kaum noch nachweisbaren Niveau. Im gesamten Untersuchungsraum sind keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf Nahversorgungsstrukturen absehbar. **Aus dem Vorhaben sind insgesamt nur geringfügige Auswirkungen auf andere Anbieter abzuleiten. Negative versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Folgen sind in allen Kommunen auszuschließen.**

Negative Auswirkungen auf die Wohnbedürfnisse, gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse, das Wohl der Allgemeinheit, die städtebauliche Gestalt, die örtliche Baukultur, den Denkmalschutz, das Orts- und Landschaftsbild, die natürlichen Lebensgrundlagen, den Naturhaushalt, die Wirtschaft, die infrastrukturelle Ausstattung oder auf den Verkehr sind nicht absehbar.

Verzeichnisse Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage des Vorhabenstandortes und Umfeldnutzungen	13
Karte 2:	Einzelhandelsstruktur und wesentliche Angebotslagen in der Stadt Annweiler	17
Karte 3:	Wesentliche Wettbewerber in Annweiler und umliegenden Kommunen (Lebensmittelmärkte ab 400 m² VK)	20
Karte 4:	„Nahbereich“ des Netto-Marktes in Annweiler (Radius 2.500 m)	22

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Strukturprägende Wettbewerber für den Netto-Lebensmittelmarkt in der Stadt Annweiler (Lebensmittelmärkte ab 400 m² VK)	18
Tabelle 2:	Projektrelevante Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Netto-Marktes am Standort Annweiler, In den Bruchwiesen 2	24
Tabelle 3:	Umsatzerwartung des Netto-Lebensmittelmarktes am Standort Annweiler, In den Bruchwiesen 2, nach Erweiterung auf ca. 1.022 m² VK	25
Tabelle 4:	Anhaltspunkte einer städtebaulichen Atypik	26
Tabelle 5:	Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben mit ca. 1.022 m² VK	28