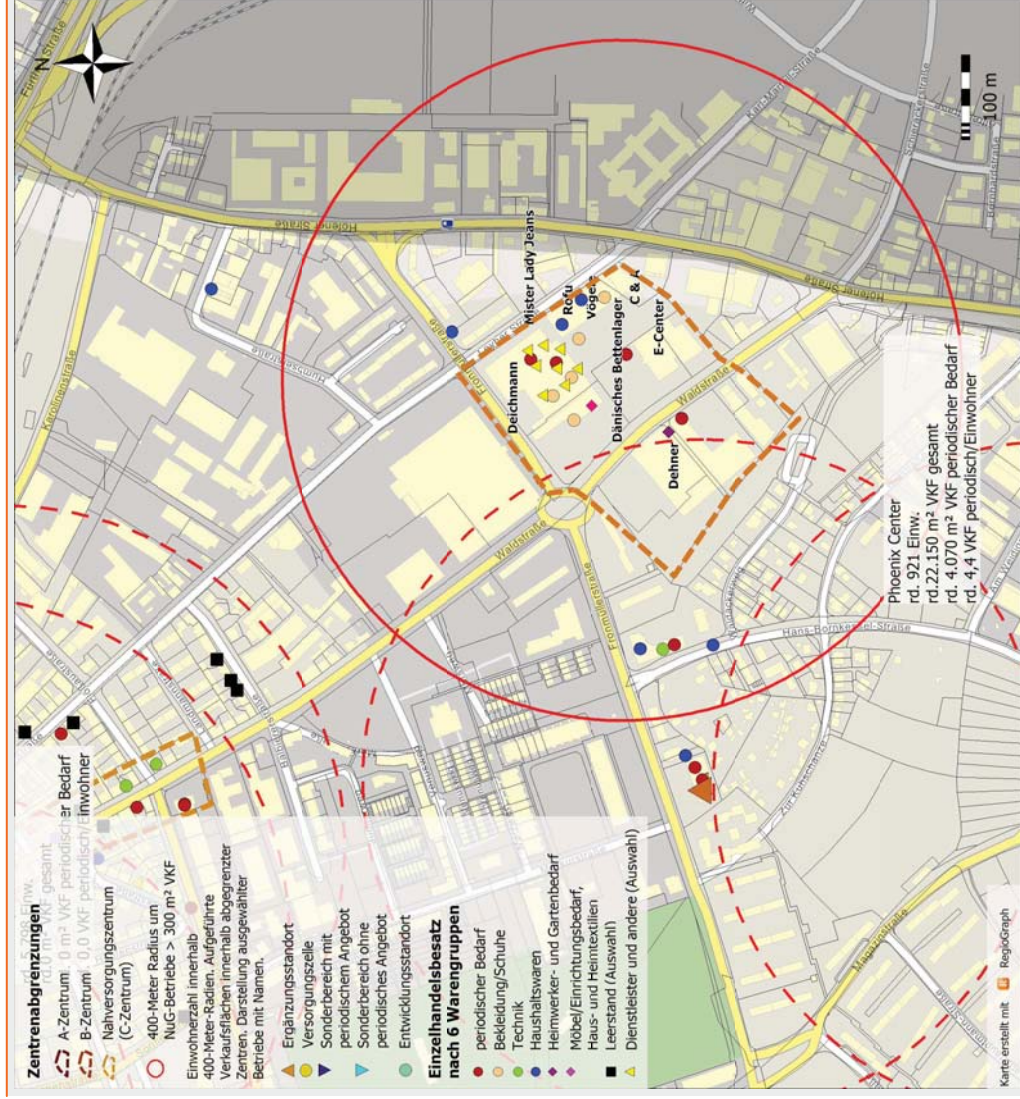


Einzelhandelsstandorte in FÜRTH

NVZ Phoenix Center



32

Kennziffern Phoenix Center (C-Zentrum)

Einzelhandelsumsatz Verkaufsfläche	Einzelhandelsumsatz 2008 ¹⁾	Verkaufsfläche ²⁾	Umsatz pro m² Verkaufsfläche
Hauptwarengruppen	in Mio. Euro	in m²	in Euro/m²
periodischer Bedarf gesamt	11,5	2.330	4.900
aperiodischer Bedarf gesamt (a+b)	21,2	11.680	1.800
a) Bekleidung/ Textilien, Schuhe/ Lederwaren	8,7	3.680	2.400
b) Hartwaren gesamt ³⁾	12,5	8.000	1.600
Insgesamt	32,7	14.010	2.300

Einwohner im 400-Meter Radius⁴⁾

rd. 921 Einwohner
VKF pro Einwohner im Radius ⁴⁾
15,2
VKF periodischer Bedarf pro Einwohner im Radius ⁴⁾
2,5

Rundungsdifferenzen möglich

- 1) Eigene Berechnungen auf der Basis der Vor-Ort-Recherchen der Gutachter (Stichtagserhebung). Exkl. Kfz, Brennstoffe; inkl. Tankstellenshops, Apothekenumsätze (anteilig) und Ausgaben beim Stand August 2009
- 2) Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik, Bücher/Schreibwaren, Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck, Heimwerker- und Gartenbedarf/Autozubehör/zoologischer Bedarf, Möbel/Einrichtungsbedarf/Haus- und Heimtextilien.
- 3) Stand August 2009
- 4) Gesamtheit der 400-Meter Radien um die jeweiligen qualifizierten Grundversorger des Zentrums; siehe Abgrenzung in Karte

GfK

Einzelhandelsstandorte in FÜRTH

NVZ Phoenix Center

33

Standortanalyse		NWZ Phoenix Center (C-Zentrum)	
Umfeld- und Nutzungsstrukturen		Umgeben von Mischung Gewerbe und Wohnen Stadtgrenze zu Nürnberg im Osten Stark befahrene Straßen Fronmüllerstr., Waldstr. und Höfener Str.	
bestehendes Baurecht		Sonderbaufläche mit Zweckbestimmung großflächiger Einzelhandel	
Planungen		Weiterentwicklung durch Verlagerung E-Center auf Brachfläche geplant	
STÄRKEN		CHANCEN	
Einzelhandel	Facettenreicher Einzelhandelsbesatz (u.a. Bekleidung: C&A, Vögele, Mister Lady Jeans, Takko; Schuhe: Deichmann; dm Drogeriemarkt, Dän. Bettenlager, Dehner) Sicherung der Grundversorgung (E-Center)	Einzelhandel	Entwicklungspotenzial (Brachfläche)
Städtebau	Durch gastronomisches bzw. freizeitspezifisches Angebot Nutzung auch außerhalb Ladenöffnungszeiten	Städtebau	architektonische Abrundung und Aufwertung durch Weiterentwicklung
Verkehr	zentrale Lage durch Anbindung an wichtige Achsen, Kreisverkehr 'entschärft' Engpass, angebunden an Radwegenetz	Verkehr	-
SCHWÄCHEN		RISIKEN	
Einzelhandel	Konkurrenz zur Innenstadt (innenstadt-relevante Leitsortimente wie Bekleidung und Schuhe) geringes Nahpotenzial	Einzelhandel	Verschärfung der Konkurrenzsituation zur Innenstadt
Städtebau	Städtebaulich kein gewachsenes Zentrum architektonische Mängel, insb. für Fußgänger kein attraktiver Zugangs- und Aufenthaltsbereich durch Waldstraße getrennt	Städtebau	-
Verkehr	im ÖPNV nur durchschnittliche Erreichbarkeit (eine Buslinie)	Verkehr	weitere Belastung der o.g. Straßen
FAZIT		Städtebaulich nicht historisch gewachsenes Zentrum mit hoher Verkaufsflächendichte und gleichzeitig niedrigem Nahpotenzial. Einzelhandel strahlt über das direkte Umfeld durch zentrenrelevante Sortimente hinaus. Flächenangebot bietet Entwicklungspotenzial, mit der Gefahr, zunehmend als Wettbewerbszentrum zur innenstadt aufzutreten.	

Empfehlungen

- Keine weitere Stärkung der bisherigen Wettbewerbsstellung zur Innenstadt
- Klassifizierung als C-Zentrum, da nicht alle Kriterien für B-Zentrum erfüllt (u.a. Dienstleistungsbetriebe, Zentrencharakter, ÖPNV-Erreichbarkeit)
- städtebauliche Aufwertung
- Flächenpotenzial für nicht zentrenrelevante Sortimente
- Flächennutzung und Arrondierung des bestehenden Angebotes durch Dienstleistung und Gewerbe
- Keine Neuansiedlung großflächiger innenstadtrelevanter Sortimente
- Erweiterung im Bereich innenstadt-relevanter Sortimente nur im Rahmen von Erweiterungen im Bestand („Spielraum“ für Marktanpassungen erhalten; Einzelfallprüfungen)
- Nachnutzung von Flächen nur im selben innenstadtrelevanten Kernsortiment des Bestandes

GfK