

## 8.4.2 C-Zentrum NVZ Phoenix Center

Abbildung 24: Kartographische Darstellung NVZ Phoenix Center

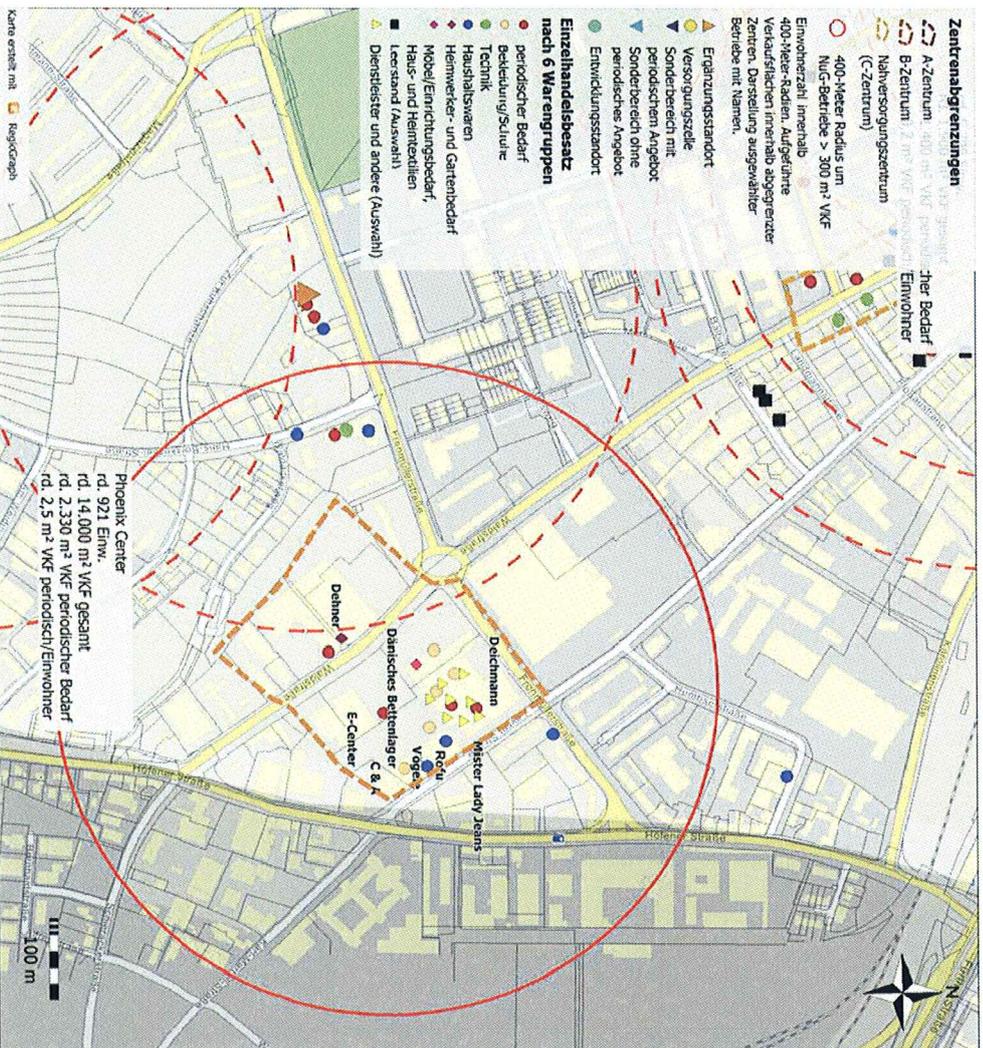


Tabelle 19: Kennziffern NVZ Phoenix Center

Einzelhandelsumsatz Verkaufsfläche	Einzelhandels- umsatz 2008 <sup>1)</sup>	Verkaufsfläche <sup>2)</sup>	Umsatz pro m <sup>2</sup> Verkaufs- fläche
<b>Haupt- warengruppen periodischer Bedarf gesamt</b>	in Mio. Euro <b>11,5</b>	in m <sup>2</sup> <b>2.330</b>	in Euro/m <sup>2</sup> <b>4.900</b>
<b>aperiodischer Bedarf gesamt (a+b)</b>	<b>21,2</b>	<b>11.680</b>	<b>1.800</b>
a) Bekleidung/ Textilien, Schuhe/ Lederwaren	8,7	3.680	2.400
b) Hartwaren gesamt <sup>3)</sup>	12,5	8.000	1.600
<b>Insgesamt</b>	<b>32,7</b>	<b>14.010</b>	<b>2.300</b>
<b>Einwohner im 400-Meter Radius <sup>4)</sup></b>	rd. 921 Einwohner		
<b>VKF pro Einwohner im Radius <sup>4)</sup></b>	15,2	<b>VKF periodischer Bedarf pro Ein- wohner im Radius <sup>4)</sup></b>	2,5
<b>ökonomische und soziodemographische Indices (im Radius <sup>4)</sup>, FÜRTH gesamt = 100)</b>			
<b>Kinder</b>	<b>Senioren</b>	<b>Wohndichte</b>	
124	101	110	
<b>Gewerbe</b>	<b>Einkommen niedrig</b>	<b>Einkommen hoch</b>	
189	105	78	

Rundungsdifferenzen möglich

<sup>1)</sup> Eigene Berechnungen auf der Basis der Vor-Ort-Recherchen der Gutachter (Stichtragshebung), EKLI, Kfz, Brennstoffe, inkl. Tankstellenshops, Apothekenumsätze (anteilig) und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk.

<sup>2)</sup> Stand August 2009

<sup>3)</sup> Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik, Bücher/Schreibwaren, Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Hausrat/Schmuck, Heimwerker- und Gartenbedarf/Autozubehör/zoologischer Bedarf, Möbel/Einrichtungsbefdarf/Haus- und Heimtextilien.

<sup>4)</sup> Gesamtheit der 400-Meter-Radius um die jeweiligen qualifizierten Grundversorger des Zentrums; siehe Abgrenzung in Karte  
Definition der Indices s. Kapitel Wirtschaftliche und soziodemographische Rahmendaten, Tab. 1

Tabelle 20: Standortanalyse NVZ Phoenix Center (C-Zentrum)

<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Umgeben von Mischung Gewerbe und Wohnen Stadtgrenze zu Nürnberg im Osten Stark befahrene Straßen Frommliester-, Waldstr. und Höfener Str. Sonderbaufläche mit Zweckbestimmung großflächiger Einzelhandel	
<b>bestehendes Baurecht</b>	Weiterentwicklung durch Verlagerung E-Center auf Brachfläche geplant	
<b>Planungen</b>		
	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	Facettenreicher Einzelhandelsbesatz (u.a. Bekleidung: C&A, Vögele, Mister Lady Jeans, Takko; Schuhe: Deichmann; dm Drogeriemarkt, Dän. Bettenlager, Dehner) Sicherung der Grundversorg. (E-Center)	Konkurrenz zur Innenstadt (Innenstadt-relevante Leitsortimente wie Bekleidung und Schuhe) geringes Nahpotenzial
<b>Städtebau</b>	Durch gastronomisches bzw. freizeitspezifisches Angebot Nutzung auch außerhalb Ladenöffnungszeiten	Städtebaulich kein gewachsenes Zentrum architektonische Mängel, insb. für Fußgänger kein attraktiver Zugangs- und Aufenthaltsbereich durch Waldstraße getrennt
<b>Verkehr</b>	zentrale Lage durch Anbindung an wichtige Achsen, Kreisverkehr 'entschärfte' Empass, angebunden an Radwegeneitz	im ÖPNV nur durchschnittliche Erreichbarkeit (eine Buslinie)
	<b>CHANCEN</b>	<b>RISIKEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	Entwicklungspotenzial (Brachfläche)	Verschärfung der Konkurrenzsituation zur Innenstadt
<b>Städtebau</b>	architektonische Abrundung und Aufwertung durch Weiterentwicklung	
<b>Verkehr</b>		weitere Belastung der o.g. Straßen
<b>FAZIT</b>	Städtebaulich nicht historisch gewachsenes Zentrum mit hoher Verkaufsfächendichte 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 (u.a. Dienstleistungsbetriebe, Zentrencharakter, ÖPNV-Erreichbarkeit) erfüllt
- Flächenpotenzial für nicht zentrenrelevante Sortimente vorhanden
- Flächennutzung und Arrondierung des bestehenden Angebotes durch Dienstleistung und Gewerbe
- keine Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente mit Ausnahme der Sortimente Tiere / Tiernahrung, Zoartikel und Fahrräder
- Erweiterung im Bereich zentrenrelevanter Sortimente nur im Rahmen von Erweiterungen im Bestand ('Spielraum' für Marktanpassungen gewährleisten; Einzelfallprüfungen notwendig)
- Nachnutzung von Flächen nur im selben zentrenrelevanten Kernsortiment des Bestandes (Stichwort Bestandsschutz)
- städttebauliche Aufwertung
- fußläufige Erreichbarkeit, insbesondere auch für Familien mit Kindern (vgl. soziodemographischer Index 'Kinder') attraktiveren und sicherer gestalten