

6.2 Räumliche Entwicklungspotenziale der Fürther Innenstadt

Neben dem unter 6.1 beschriebenen **Angebots-Ausbau** sind hinsichtlich der räumlichen Entwicklung der Fürther Innenstadt folgende Schritte zu empfehlen:

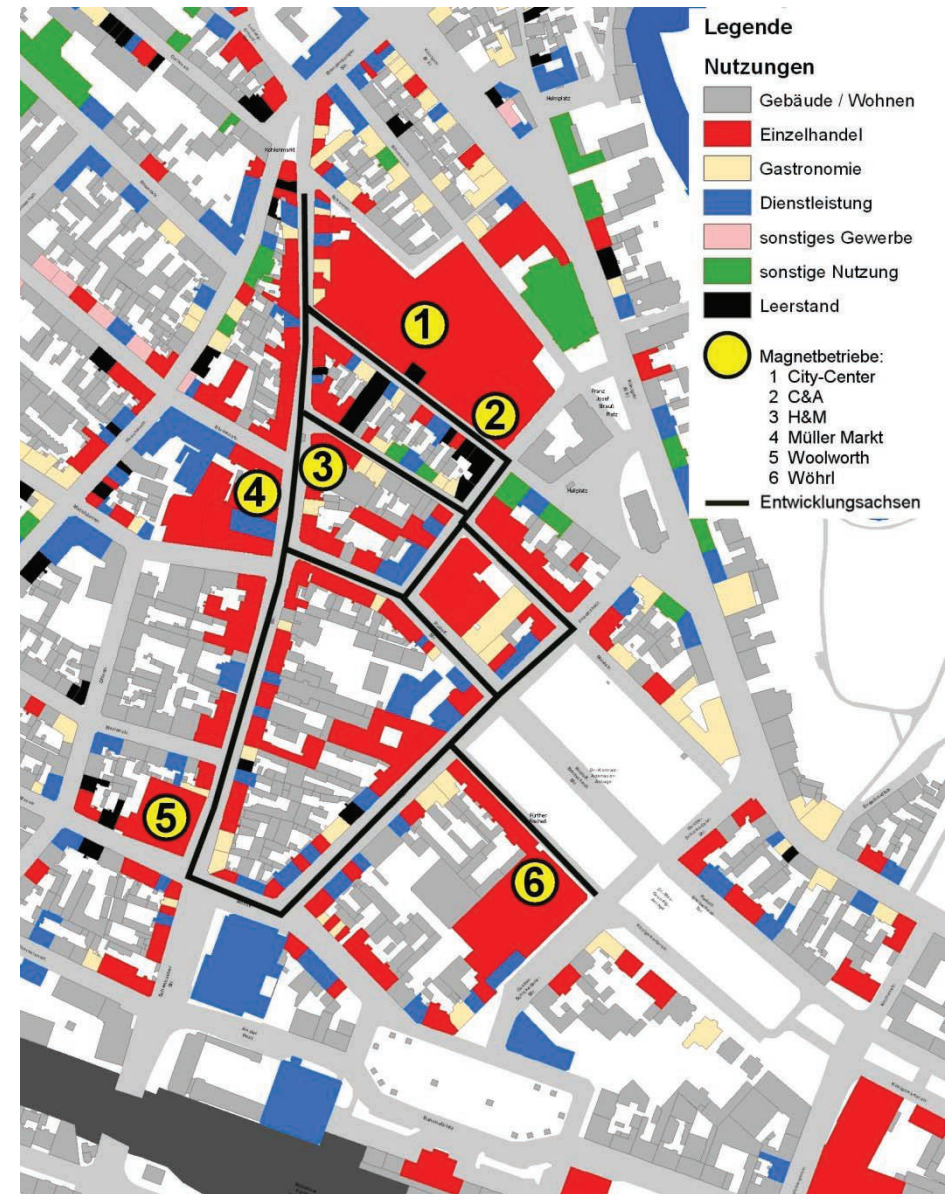
- Die Fürther Innenstadt erstreckt sich zwischen Maxbrücke und Kirchenstraße über 1,25 km in der Ost-West-Ausdehnung und rd. 1,0 km in Nord-Süd-Richtung. Die erweiterte Innenstadt zwischen Maxbrücke und A73 (also einschließlich der Bahnflächen und der Nürnberger Straße) reicht in Ost-West-Richtung sogar über rd. 2,5 km.

Die Schwabacher Straße misst zwischen Bahnstrecke und Rathaus rd. 700 Meter, die Fußgängerzone allein rd. 550 Meter. Wesentliche Magnetbetriebe wie das City-Center, Woolworth und Wöhrli liegen 400 – 500 Meter auseinander.

Aufgrund dieser Entfernungen halten wir eine weitere Ausdehnung der Innenstadt für nicht sinnvoll und empfehlen eine **Konzentration auf einen zentralen Innenstadt-Bereich**.

Dieser Bereich sollte sich entlang der in der nebenstehenden Karte dargestellten Entwicklungsachsen erstrecken, die sich an der Dichte aktuell bestehender kundenorientierter Betriebe sowie der anzustrebenden Verbindung der bestehenden Magnetbetriebe orientiert.

- Betrachtet man neben der Lage der Magnetbetriebe auch die auf der Karte verzeichneten Einzelhandelsnutzungen (rote Schraffur), so zeigen sich Lücken insbesondere im Bereich der Rudolf-Breitscheid-Straße in Richtung Friedrichstraße und im Bereich der unteren Friedrichstraße in Richtung Maxstraße. Während die untere Friedrichstraße sich neben einzelnen kundenattraktiven Einzelhandelsbetrieben auch durch ein gutes gastronomisches Angebot auszeichnen kann, ist der bezeichnete Bereich der Rudolf-Breitscheid-Straße durch Sonderpostenverkäufe gekennzeichnet (ehemaliges Modehaus Fiedler, ehemaliger Lidl). Hier sollte durch die Schaffung eines **zusätzlichen Magnet** ein Impuls gesetzt werden.

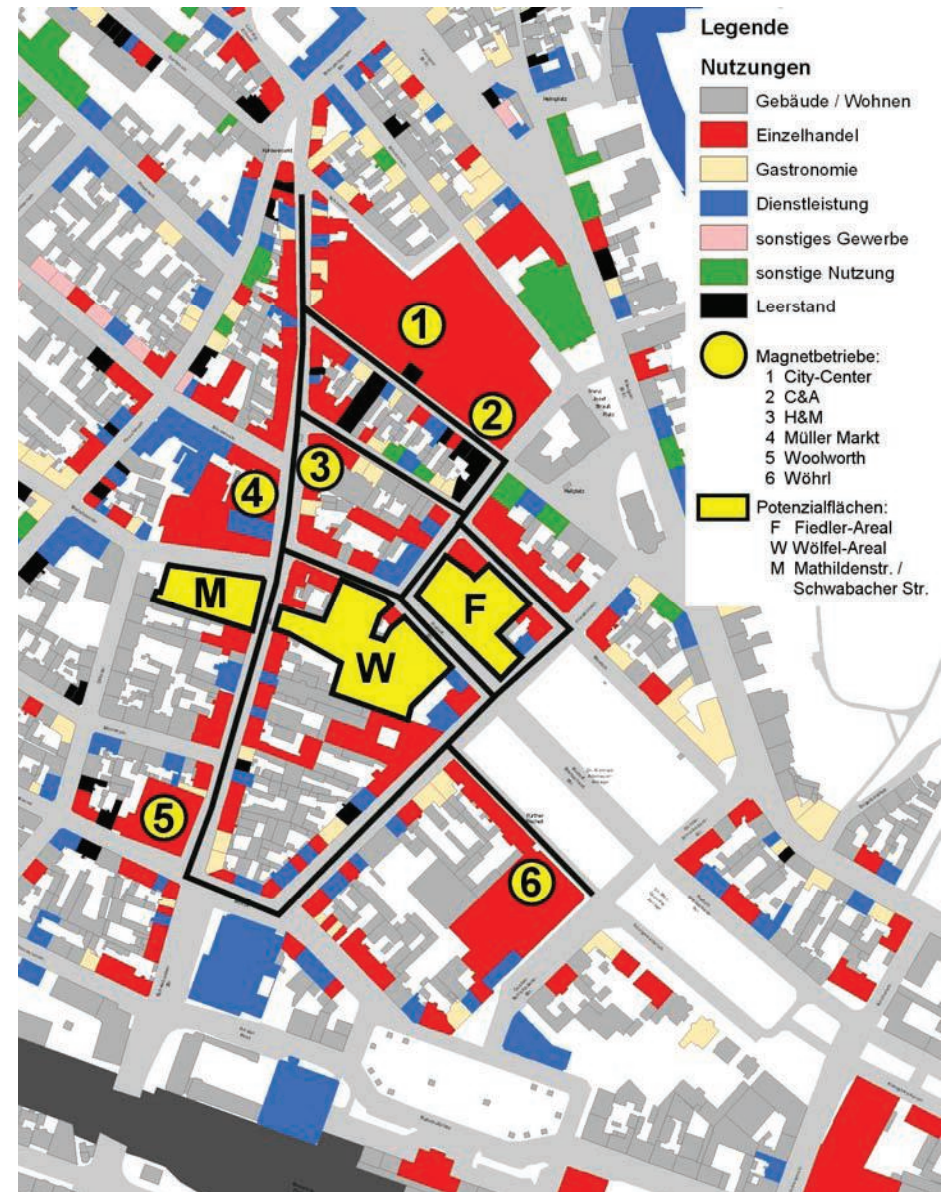


Im Hinblick auf die Vielzahl der für die Innenstadt empfohlenen zusätzlichen Einzelhandelsnutzungen und der Frage, wo diese Betriebe angesiedelt werden können, bietet sich als zusätzlicher Magnet ein **modernes Einkaufszentrum** an. Zwar kommt auch das City-Center in Frage, in dem sich aktuell mehrere auch großflächige Leerstände befinden. Ein Teil dieser Potenzialflächen wird jedoch in der bestehenden, mehrgeschossigen Center-Struktur nicht belegt werden können.

Als möglicher Standort zur Ansiedlung eines Centers, das den 6 ausgewiesenen Magnetbetrieben zur Seite zu stellen sein wird, bietet sich der in nebenstehender Karte bezeichnete, zentral gelegene Bereich Mathilden-/Schwabacher Straße – Wölfel-Areal – Fiedler Areal an. Insbesondere das zurzeit schwach strukturierte Fiedler-Areal und das gegenüber gelegene Wölfel-Areal mit zusammen rd. 8.000 m² Grundfläche sind als geeigneter Standort anzusehen.

- Unabhängig von der Ansiedlung zusätzlicher Betriebe sollte sich der bevorzugt zu entwickelnde Innenstadtbereich (innerhalb der ausgewiesenen Lagebereiche 1, 2, 3, 6 und 7) insgesamt durch ein besonders kundenattraktives Angebot auszeichnen. In der Fürther Innenstadt wechseln sich attraktiv auftretende Betriebe mit aktiver Kundenansprache und sehr gutem Sortiment mit Läden ab, die sich durchschnittlich bis unmodern gestaltet zeigen und nur geringe Außenwirkung auf Laufkunden bzw. Passanten haben. Es ist davon auszugehen, dass Geschäfte mit unzureichender Gestaltungsqualität auch die Kundenfrequenz anderer, benachbarter Betriebe negativ beeinflussen. Betriebe, die in ihrer Innengestaltung und Außenwirkung keine positiven Effekte setzen und durch ihr Auftreten dem Wunsch moderner Kunden nach einem attraktiven Servicebetrieb nicht entsprechen, verschenken eigene Umsatzpotenziale ebenso wie eine mögliche stärkere Funktion dieser Betriebe in der Innenstadt.

Hier sind in Kooperation mit dem Einzelhandel bzw. seinen institutionalisierten Vertretern (Werbegemeinschaft, Einzelhandelsverband) Maßnahmen zu ergreifen, die zu einer nachhaltigen Aufwertung der bestehenden Betriebe führen.



Einkaufen geht heute weit über die reine Erledigung hinaus. Neben Maßnahmen im Bereich des Einzelhandels selbst ist daher die Verknüpfung hoch frequentierter Lauflagen mit Verweil-, Erlebnis- bzw. Ruhezonen und ergänzenden Angeboten in den Bereichen Dienstleistung, Freizeit, Gastronomie oder Kultur zu schaffen. In Ergänzung zu der Aufwertung der bezeichneten Hauptachsen sollten weitere attraktive Wege-Beziehungen ausgebaut werden, welche die Haupt- und Nebenlagen sowie die übrigen Innenstadtbereiche einbeziehen.

Wesentliche Ergänzungslagen der Innenstadt sind in der nebenstehenden Karte gelb markiert.

- Wenn es um Gastronomie, aber auch den besonderen Einkauf geht, kommt der Fürther Altstadt rund um die Gustavstraße (Lagebereich 4) als Ergänzungslage eine spezielle Bedeutung innerhalb der Innenstadt zu.

Entsprechend bietet es sich aufgrund der Größe der gesamten Innenstadt an, einzelne Bereiche thematisch zu besetzen. Eine solche **Themenorientierung** bzw. thematische Ausrichtung bietet den Vorteil, innerhalb eines Straßenbereiches oder einer Einzellage (wie z.B. der Altstadt) ein insgesamt stimmiges Angebot darzustellen. Zudem können sich die Betriebe so gegenseitig besser Käufer zuführen, die gezielt ein bestimmtes Angebot suchen (aktive Zielgruppenorientierung).

Mögliche Gliederungsmöglichkeiten im Einzelhandel sind z.B.:

- Fashion (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren)
- Leisure (Parfümeriewaren, Blumen, Schmuck)
- Living (Wohnaccessoires, Glas/Porzellan/Keramik, Heimtextil, Bücher)
- Fun&Sports (Sportartikel, Spielwaren, Fahrräder)
- Technik (EDV, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation)

