

8.4.2 C-Zentrum NVZ Phoenix Center

Abbildung 24: Kartographische Darstellung NVZ Phoenix Center

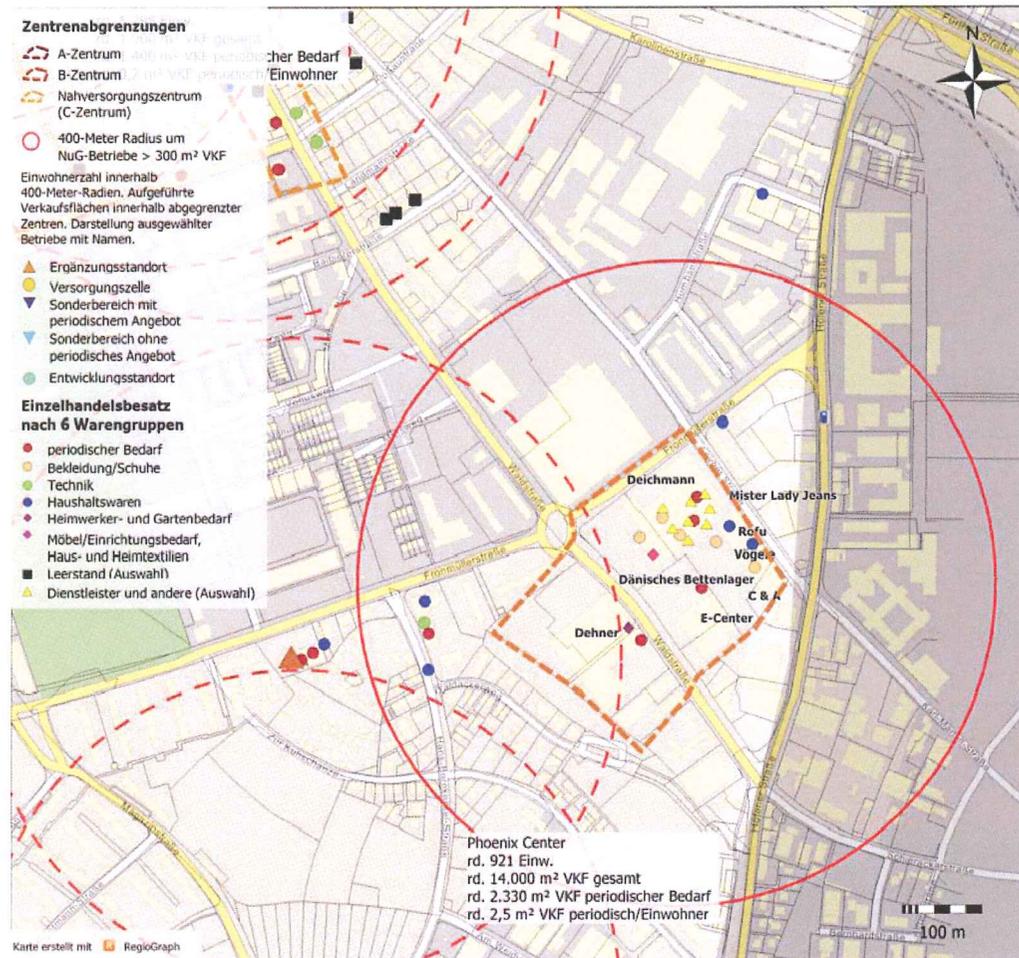


Tabelle 19: Kennziffern NVZ Phoenix Center

Einzelhandelsumsatz Verkaufsfläche	Einzelhandelsumsatz 2008 ¹⁾	Verkaufsfläche ²⁾	Umsatz pro m ² Verkaufsfläche
Hauptwarengruppen	in Mio. Euro	in m ²	in Euro/m ²
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 Radius⁴⁾	15,2	VKF periodischer Bedarf pro Einwohner im Radius⁴⁾	2,5

ökonomische und soziodemographische Indices (im Radius⁴⁾, FÜRTH gesamt = 100)

Kinder	Senioren	Wohndichte
124	101	110
Gewerbe	Einkommen niedrig	Einkommen hoch
189	105	78

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 Lebensmittelhandwerk.

²⁾ Stand August 2009

³⁾ 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.

⁴⁾ Gesamtheit der 400-Meter Radien 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)

Umfeld- und Nutzungsstrukturen	Umgeben von Mischnutzung 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		SCHWÄCHEN	
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	Konkurrenz zur Innenstadt (innenstadt-relevante Leitsortimente wie Bekleidung und Schuhe) geringes Nahpotenzial
Städtebau	Durch gastronomisches bzw. freizeitspezifisches Angebot Nutzung auch außerhalb Ladenöffnungszeiten	Städtebau	Städtebaulich kein gewachsenes Zentrum architektonische Mängel, insb. für Fußgänger kein attraktiver Zugangs- und Aufenthaltsbereich durch Waldstraße getrennt
Verkehr	zentrale Lage durch Anbindung an wichtige Achsen, Kreisverkehr 'entschärft' Enpass, angebunden an Radwegennetz	Verkehr	im ÖPNV nur durchschnittliche Erreichbarkeit (eine Buslinie)
CHANCEN		RISIKEN	
Einzelhandel	Entwicklungspotenzial (Brachfläche)	Einzelhandel	Verschärfung der Konkurrenzsituation zur Innenstadt
Städtebau	architektonische Abrundung und Aufwertung durch Weiterentwicklung	Städtebau	-
Verkehr	-	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.		

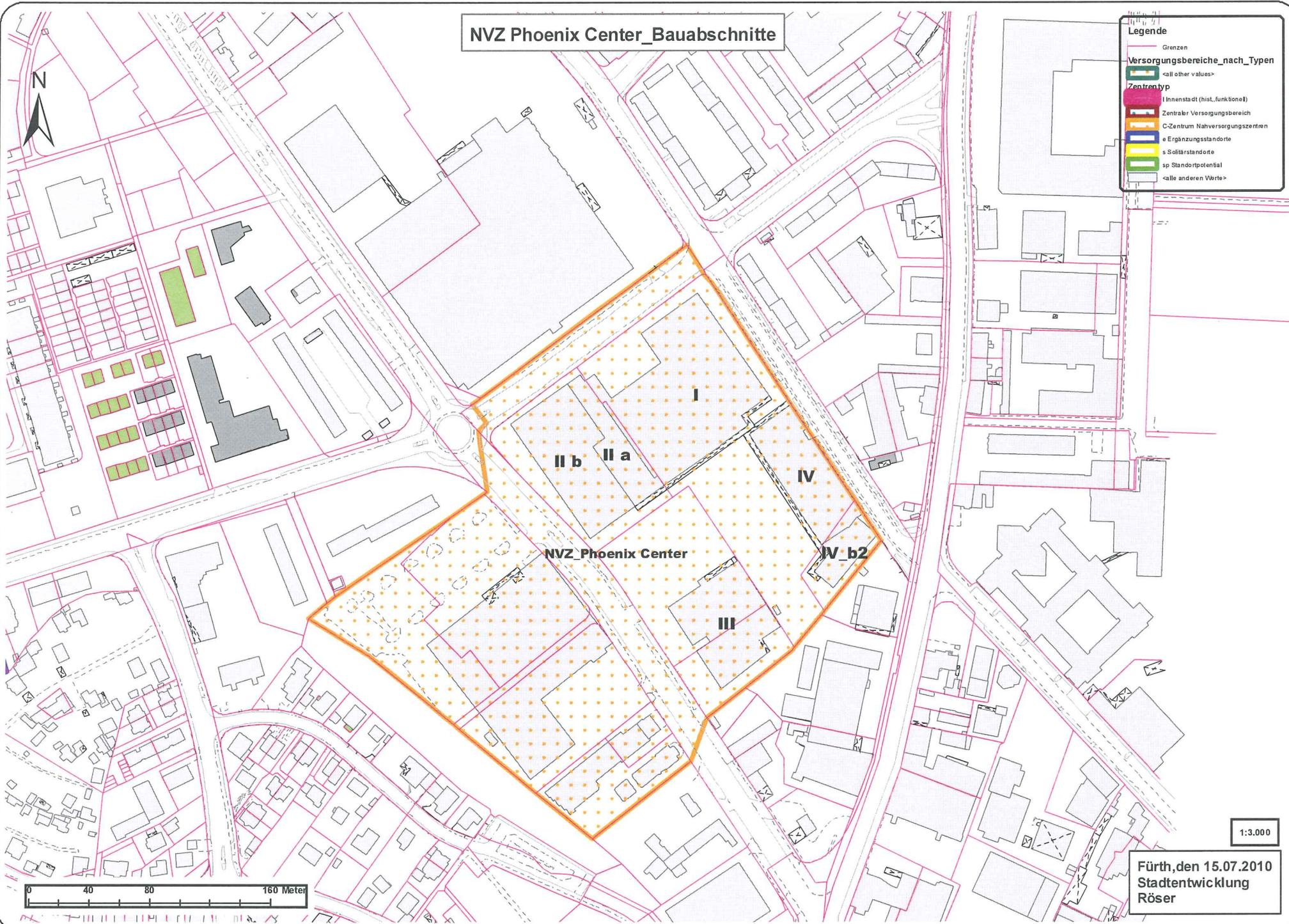
Empfehlungen

- keine weitere Stärkung der bisherigen Wettbewerbsstellung zur Innenstadt
- Klassifizierung als C-Zentrum, da nicht alle Kriterien für B-Zentrum (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, Zooartikel 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)
- städtebauliche Aufwertung
- fußläufige Erreichbarkeit, insbesondere auch für Familien mit Kindern (vgl. soziodemographischer Index 'Kinder') attraktivieren und sicherer gestalten

NVZ Phoenix Center_Bauabschnitte

Legende

- Grenzen
- Versorgungsbereiche_nach_Typen
 - <alle other values>
- Zentrentyp
 - I Innenstadt (hist. funktionell)
 - Zentraler Versorgungsbereich
 - C-Zentrum Nahversorgungszentren
 - e Ergänzungsstandorte
 - s Solitärstandorte
 - sp Standortpotential
 - <alle anderen Werte>

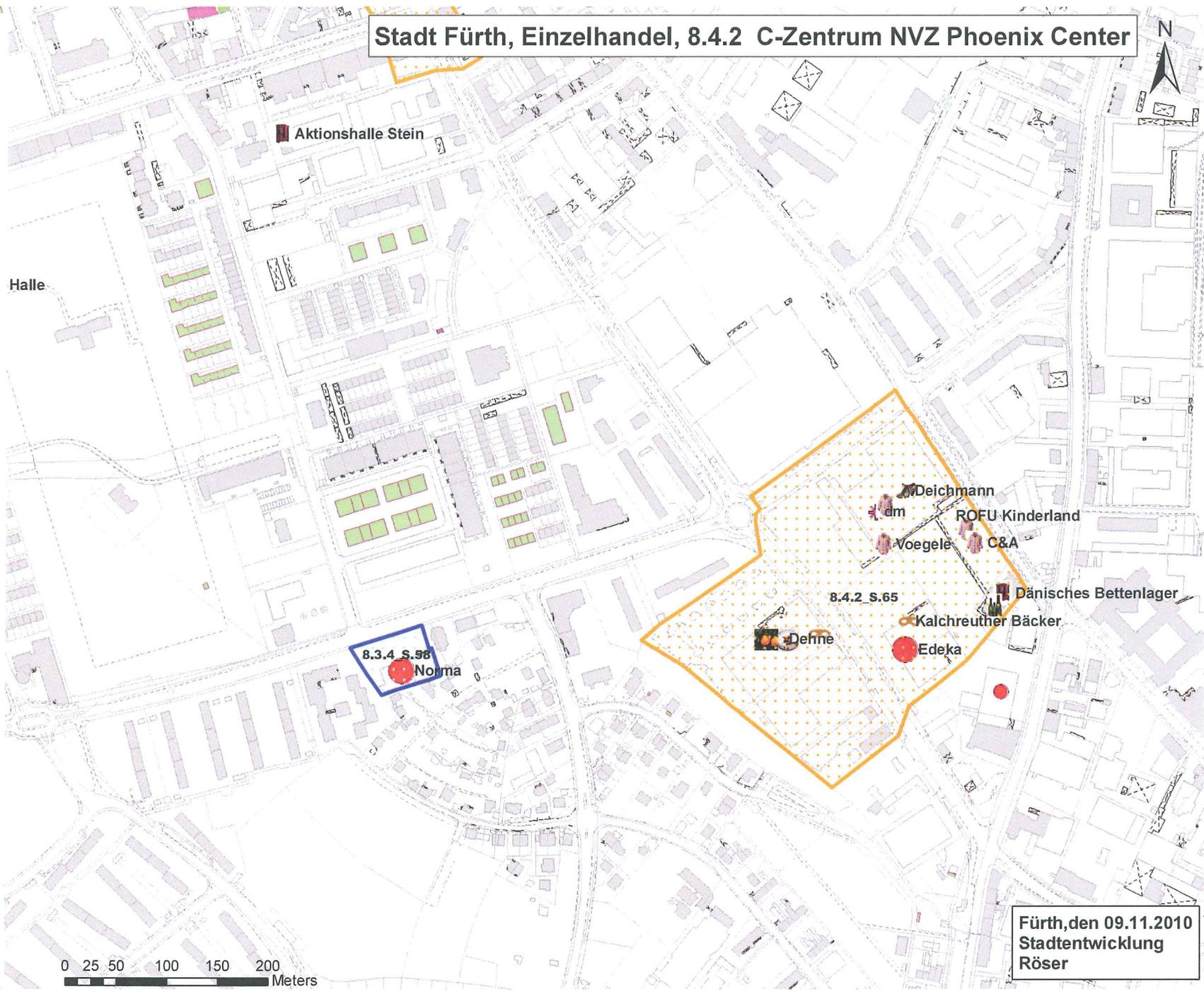


1:3.000

Fürth, den 15.07.2010
 Stadtentwicklung
 Röser

Stadt Fürth, Einzelhandel, 8.4.2 C-Zentrum NVZ Phoenix Center

- Legende**
- Versorgungsbereiche_nach_Typen**
- Zentraler Versorgungsbereich
 - C-Zentrum/Nahversorgungszentren
 - Ergänzungstandorte
 - Solitärstandorte
 - Sp-Standortpotential
- Grenzen**
- EZH Einzelhandel_nach_Vorhaben**
- VORHABEN**
- Baby-Markt
 - Matratzen
 - Zweirad
 - Verbrauchermarkt
 - Tierhaltung
 - Gartenmarkt
 - Gartenmarkt,Tierhaltung
 - Gartenmarkt
 - Elektrofachmarkt
 - Apothek
 - Drogere
 - Bekleidung
 - Buchhandel
 - Bäckerei
 - Baustoffhandel
 - Getranke
 - Lebensmittel EZH unter 100qm VK
 - Lebensmittel EZH unter 700qm VK
 - Lebensmittel EZH über 700qm VK
 - gpl. Lebensmittel EZH unter 799qm VK
 - gpl. Lebensmittel EZH über 799qm VK
 - Metzgerei
 - Obst+Gemüse
 - Möbel
 - Küchen
 - Optiker
 - Postagentur
 - Radio+Fernsehen
 - Schreibwaren
 - Schuhe
 - Teppich



Fürth, den 09.11.2010
 Stadtentwicklung
 Röser