



Bildquelle: SK Standort & Kommune Beratungs GmbH

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt FÜRTH

Mai 2024

<b>0</b>	<b>AUSGANGSLAGE, AUFTRAG UND METHODIK .....</b>	<b>4</b>			
<b>1</b>	<b>RAHMENBEDINGUNGEN.....</b>	<b>8</b>			
<b>1.1</b>	<b>Entwicklung Einzelhandel allgemein ....</b>	<b>8</b>			
1.1.1	Verkaufsflächenentwicklung im deutschen Einzelhandel .....	8			
1.1.2	Entwicklung der Anzahl der Einzelhandelsunternehmen (im engeren Sinne)	9			
1.1.3	Entwicklung der Marktanteile nach Vertriebsformen .....	10			
1.1.4	Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels .....	12			
<b>1.2</b>	<b>Einzelhandelstrends.....</b>	<b>18</b>			
<b>1.3</b>	<b>Gesellschaftliche Trends .....</b>	<b>23</b>			
1.3.1	Liefersdienste .....	23			
1.3.2	Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein und Regionalität .....	25			
1.3.3	Esskultur .....	28			
1.3.4	Homeworking .....	31			
<b>1.4</b>	<b>Rechtliche Rahmenbedingungen.....</b>	<b>32</b>			
1.4.1	Bauplanungsrecht .....	32			
1.4.2	Raum- und Landesplanung .....	33			
1.4.3	Europarecht.....	34			
1.4.4	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB).....	36			
1.4.5	Fazit.....	36			
<b>2</b>	<b>STANDORTANALYSE.....</b>	<b>38</b>			
<b>2.1</b>	<b>Makro-Standort FÜRTH.....</b>	<b>38</b>			
2.1.1	Lage im Raum, zentralörtliche Einstufung und verkehrliche Erreichbarkeit.....	38			
2.1.2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen .....	40			
2.1.3	Kurzskizze zum Wohnungsbau in der Stadt FÜRTH.....	43			
2.1.4	Kurzskizze zur städtebaulichen Entwicklung der Stadt FÜRTH .....	44			
2.1.5	Fazit.....	45			
<b>2.2</b>	<b>Der Einzelhandel in der Stadt FÜRTH. ....</b>	<b>46</b>			
2.2.1	Räumliche Strukturen und Bestandslagen.....	46			
2.2.1.1	Zentraler Versorgungsbereich (ZVB) Innenstadt.....	46			
2.2.1.2	Angebote in den Bereichen Dienstleistung, Gastronomie und Beherbergung im ZVB Innenstadt.....	52			
2.2.1.3	Leerstandssituation im ZVB Innenstadt .....	55			
2.2.1.4	Übriges Stadtgebiet .....	57			
2.2.2	Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels .....	59			
2.2.2.1	Verkaufsfläche .....	59			
2.2.2.2	Betriebsgrößen .....	65			
2.2.2.3	Einzelhandelszentralitäten.....	66			
2.2.3	Veränderungen in der Fürther Einzelhandelslandschaft im Zeitraum 2009-2022 .....	71			
<b>2.3</b>	<b>Kurzskizze zur regionalen Wettbewerbssituation .....</b>	<b>76</b>			
2.3.1	Nürnberg .....	76			
2.3.2	Erlangen .....	77			
2.3.3	Fazit .....	78			
<b>2.4</b>	<b>Marktgebiet, Kaufkraft und Bindungsquoten .....</b>	<b>79</b>			
2.4.1	Marktgebiet und Kaufkraft .....	79			
2.4.2	Exkurs zu touristischen Potenzialen in der Stadt FÜRTH .....	80			
2.4.3	Kaufkraftbindung .....	82			
2.4.4	Entwicklungsszenarien zur zukünftigen Kaufkraftentwicklung im Marktgebiet .....	84			
2.4.5	Bewertung relevanter Faktoren.....	86			
<b>3</b>	<b>ZENTRENKONZEPT .....</b>	<b>89</b>			
<b>3.1</b>	<b>Evaluation bisheriger Zentrenkonzepte ..</b>	<b>89</b>			
<b>3.2</b>	<b>Entwicklungsperspektiven allgemein..</b>	<b>92</b>			
<b>3.3</b>	<b>Zentren- und Versorgungsstrukturen..</b>	<b>93</b>			
3.3.1	ZVB Innenstadt .....	96			
3.3.2	Stadtteilzentrum Phoenix-Center .....	101			
3.3.3	Nahversorgungszentrum Erlanger Straße .....	105			
3.3.4	Nahversorgungszentrum Oberfürberg ....	109			
3.3.5	Nahversorgungszentrum Unterfürberg....	113			

3.3.6	Nahversorgungszentrum Burgfarnbach .....	116	3.6.1	Würzburger Straße 6 – ehemaliger Saturn-Standort.....	179	<b>3.8</b>	<b>Fürther Sortimentsliste .....</b>	<b>202</b>
3.3.7	Nahversorgungszentrum Hintere Straße .....	120	3.6.2	Schwabacher Straße 11/13 – ehemaliger H&M-Standort.....	180	3.8.1	Methodische Vorbemerkungen .....	202
3.3.8	Nahversorgungszentrum Gründlacher Straße .....	124	<b>3.7</b>	<b>Nahversorgungskonzept .....</b>	<b>181</b>	3.8.2	Abgleich mit der Sortimentsliste aus dem Jahr 2017 .....	205
3.3.9	Nahversorgungszentrum Stadeln .....	128	3.7.1	Kurzskizze zum gesamtstädtischen Angebot im periodischen Bedarfsbereich .....	181	3.8.3	Fürther Sortimentsliste (2024).....	207
3.3.10	Nahversorgungszentrum Seeackerstraße .....	132	3.7.2	Nahversorgungsanalyse Stadt FÜRTH .....	185	<b>4</b>	<b>FAZIT UND AUSBLICK .....</b>	<b>210</b>
3.3.11	Nahversorgungszentrum Südstadt-Center .....	136	3.7.2.1	Zentren- und Nahversorgungsstrukturen.....	185	<b>5</b>	<b>GLOSSAR .....</b>	<b>211</b>
3.3.12	Nahversorgungszentrum Westliche Südstadt .....	140	3.7.2.2	Die Versorgungsqualität .....	187			
3.3.13	Nahversorgungszentrum Nürnberger Straße .....	145	3.7.2.3	Fußläufige Erreichbarkeit qualifizierter Nahversorgungsangebote ....	189			
3.3.14	Nahversorgungszentrum Hans-Vogel-Straße .....	149	3.7.2.4	Unterstützende Abdeckungseffekte durch Bushaltestellen in Bereichen ohne fußläufig erreichbare qualifizierte Nahversorgungsangebote.....	191			
3.3.15	Nahversorgungszentrum Herrnstraße/Waldstraße .....	154	3.7.2.5	Radmobile Erreichbarkeit qualifizierter Nahversorgungsangebote ....	192			
3.3.16	Nahversorgungszentrum Hardhöhe .....	158	3.7.3	Exkurs zu alternativen Nahversorgungsmodellen .....	193			
3.3.18	Nahversorgungszentrum Vacher Straße .....	162	3.7.3.1	Dorfladen .....	193			
<b>3.4</b>	<b>Zentrendefinition und Darstellung ....</b>	<b>166</b>	3.7.3.2	Integrative Supermärkte (CAP-Märkte, oder ähnliche) .....	193			
3.4.1	Zentrenstrukturvorschlag 2024.....	166	3.7.3.3	Kleinstsupermärkte ohne Verkaufspersonal .....	193			
3.4.2	Veränderungen in der Zentrenstruktur und -abgrenzung im Vergleich zu 2017.....	171	3.7.3.4	Automatenläden (24/7) .....	193			
<b>3.5</b>	<b>Entwicklung von Leitlinien und Zielen ...</b>	<b>175</b>	3.7.3.5	Ambulante Nahversorger.....	194			
			3.7.3.6	Lieferdienste .....	194			
<b>3.6</b>	<b>Nutzungsbewertung für Gewerbe- und Dienstleistungsflächen .....</b>	<b>178</b>	3.7.3.7	Bürgerbusse/Sammeltaxis.....	194			
			3.7.4	Fazit und Handlungsempfehlungen..	197			

## 0 Ausgangslage, Auftrag und Methodik

### Ausgangslage

Die Stadt FÜRTH hat beschlossen, das bestehende Zentrenkonzept aus dem Jahr 2017 fortzuschreiben bzw. ein integriertes Einzelhandelskonzept erstellen lassen. Gemäß der systematischen Stellung als städtebauliches Entwicklungskonzept in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bildet ein abwäungsgerecht und widerspruchsfrei auszugestaltendes Einzelhandelskonzept die inhaltliche Grundlage für eine zentrenorientierte Steuerung der städtischen Einzelhandelsentwicklung über die Bauleitplanung. Es stellt somit einen wichtigen Abwägungsbelang im Rahmen der Bauleitplanung dar.

Mit Hilfe des Einzelhandelskonzepts und einer darauf fußenden zentrenorientierten Einzelhandelssteuerung soll mittel- bis langfristig eine möglichst flächendeckende Nahversorgung gesichert als auch die Attraktivität der Stadt FÜRTH als Erlebnis- und Einkaufsstadt weiter gefördert werden.

In den Jahren 2010 und 2017 wurden bereits zwei integrierte Einzelhandelskonzepte für die Stadt FÜRTH erstellt, welche im Wesentlichen

aus einer Analyse des IST-Zustandes und Handlungsempfehlungen mit einem Planungshorizont von 3-5 Jahren bestanden. Diese Einzelhandelskonzepte waren Grundlage für die Entwicklung und Steuerung des Einzelhandelsgewerbes durch die Stadt. Vor dem Hintergrund der angestrebten Regelmäßigkeit der Erstellung, der grundstrukturellen Veränderungen im Einzelhandel, besonders hervorgerufen durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie, der intrinsischen Weiterentwicklung des Einzelhandels selbst sowie des sich stetig verändernden Konsumverhaltens der Bevölkerung wurde eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2022 notwendig.

Für die Erstellung des Zentrenkonzeptes wurden Ausgangsdaten zur Verfügung gestellt, welche jedoch durch eigenständige Erhebungen im Durchführungszeitraum ergänzt und aktualisiert werden mussten.

### Auftrag

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage hat die Stadt FÜRTH im September 2022 folgende Untersuchungsinhalte lt. Ausschreibungsunterlagen beauftragt:

## 1. Rahmenbedingungen

### 1.1 Entwicklung Einzelhandel allgemein

Beschreibung und Bewertung der Einzelhandelsstrukturen 2010 bis vor der Pandemie und Veränderungen durch die Pandemie. Die Aussagen wurden belegt durch Daten zur Entwicklung von Umsatz, Verkaufsflächen, Betriebsformen/-typen und Branchen.

### 1.2 Einzelhandelstrends

Auf Basis der allgemeinen Entwicklungen und des Einflusses der Pandemie, wie auch des aktuellen Kriegsgeschehens in der Ukraine, erfolgte eine Bewertung der weiteren Entwicklungsperspektiven im Einzelhandel mit Schwerpunkt auf den Aspekt der perspektivischen Entwicklung der Innenstädte/Zentren. Das Zusammenspiel verschiedener City-Akteure war zu beleuchten.

### 1.3 Gesellschaftliche Trends / Nachhaltigkeit

Analyse und Prognose des veränderten Konsumverhaltens bspw. im Hinblick auf Klimaneutralität, Nachhaltigkeit, E-Commerce (v.a. Lieferdienste: Last-Mile-Delivery, Instant-

Delivery, On-Demand-Delivery). Berücksichtigung von aktuellen Trends in der Esskultur.

#### 1. 4. Rechtliche Rahmenbedingungen

Beschreibung und Bewertung relevanter rechtlicher Rahmenbedingungen (Landesplanung, Baugesetzbuch, Europarecht, GWB) im Hinblick auf ihre Effekte für die Zentrenentwicklung in der Stadt FÜRTH.

## 2. Standortanalyse

### 2.1 Räumliche Analyse Stadt FÜRTH

Einordnung der Stadt in das zentralörtliche Aufgabenspektrum der Metropole Nürnberg/FÜRTH/Erlangen/Schwabach, das Bevölkerungswachstum der Stadt, die städtebauliche Entwicklung der Stadt in den letzten Jahren und die soziodemografischen und ökonomischen Grunddaten der Kleeblattstadt (Arbeitsmarkt, Pendlerverflechtungen, Wohnungsbau, Übernachtungszahlen). Neuere Entwicklungen, wie die räumliche Anbindung durch verkehrliche Maßnahmen in der Region waren ebenfalls zu berücksichtigen.

### 2.2 Angebotsseite

Grundlegende Voraussetzung zur Ermittlung der Leistungskraft des örtlichen Einzelhandels und für die spätere Ableitung von Handlungsempfehlungen war zunächst die Erhebung der Daten des gesamten Einzelhandelsbestandes (Totalerhebung) in FÜRTH nach den betriebs-typischen Merkmalen Lage, Branchenzugehörigkeit, Verkaufsfläche und Umsatz. Auf dieser Basis konnten räumlich differenziert Aussagen zu den jeweiligen Versorgungszentren bzw. Angebotslagen getroffen werden. Ergänzend wurden sämtliche Ladenleerstände (Erdgeschoss-nutzungen) im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in weiteren Zentren sowie größer- und großflächige Ladenleerstände im übrigen Stadtgebiet zur späteren Bewertung von perspektivischen städtebaulichen Problemlagen bzw. lagespezifischen Entwicklungspotenzialen aufgenommen.

Um die Leistungskraft des Fürther Einzelhandels entsprechend ‚einordnen‘ zu können, wurden die ermittelten Struktur- und Leistungsdaten den entsprechenden Werten von vergleichbar großen Städten auf Basis öffentlich zugänglicher Fremdgutachten gegenübergestellt.

Untersuchungsergebnisse: Bestands- und Umsatzdaten des Fürther Einzelhandels;

sortiments-, zentren- und lagespezifische Erhebungsdaten; Betriebsgrößen und Betriebstypen; Versorgungskennziffern in den einzelnen Stadtteilen; räumliche Strukturen und Bestandslagen; Datengrundlage zur Aufdeckung von Sortimentslücken und –spielräumen; Ausstattungskennziffern (m<sup>2</sup> pro Kopf) gesamt und sortimentspezifisch im Städtevergleich; qualitative Bewertung des Angebots.

Bei den Erhebungen wurden in den Zentren auch andere Nutzungen, wie Dienstleister (mit Kundenverkehr bzw. Frequenzbedeutung), Gastronomie und Kultureinrichtungen erfasst.

In der Gesamtbewertung wurden zusätzlich Hinweise aus den Fürther Bürgerbefragungen (2022 und früher) berücksichtigt.

### 2.3 Nachfrageseite

Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens für die FÜRTH auf Basis von amtlichen Einwohnerdaten und Kaufkraftkennziffern der GfK GeoMarketing GmbH für das Jahr 2022. Prognose zur perspektivischen Kaufkraft- und Kaufkraftvolumenentwicklung bis zum Jahr 2032 und Abbildung dreier Prognosezeiträume (kurzfristig/2 Jahre, mittelfristig/5 Jahre, langfristig/10 Jahre). Berücksichtigung weiterer wichtiger Einflussfaktoren wie

Konjunkturverlauf, Arbeitsmarktsituation und Entwicklung von touristischen Potenzialen. Ableitung von Entwicklungspotenzialen.

### **3. Erstellung Zentrenkonzept / Integriertes Einzelhandelskonzept**

#### *3.1 Evaluation bisheriger Zentrenkonzepte*

Darstellung der Entwicklung des Einzelhandels seit 2017 und Bewertung der Realisierung der in den Zentrenkonzepten aus den Jahren 2017 und 2009 formulierten Vorgaben/Ziele.

#### *3.2 Entwicklungsperspektiven allgemein*

Entwurf von Szenarien zur perspektivischen Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels bzw. der Fürther Innenstadt.

#### *3.3 Aktualisierung Sortimentsliste*

Überprüfung der bestehenden ortstypischen Fürther Sortimentsliste (zentren-,

nahversorgungs- und nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel) und ggf. Anpassung an neue Rahmenbedingungen.

#### *3.4 Zentrendefinition und Darstellung*

Überprüfung und Bewertung der bestehenden Zentrenstruktur im Rahmen von Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profilen (Lagesteckbrief) unter Berücksichtigung der Themenfelder Einzelhandel, Städtebau und Verkehr bzw. Erreichbarkeit<sup>1</sup>. Zusammenfassende Betrachtung und Bewertung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen hinsichtlich ihres Einflusses auf die Zentrenstruktur.

Entwurf einer Zentrenstruktur/ -hierarchie und Überprüfung sowie ggf. Anpassung von bestehenden Zentrenabgrenzungen.

#### *3.5 Entwicklung von Leitlinien und Zielen*

Auf Basis der im aktuell gültigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes formulierten Ziele und Leitlinie und der erzielten Umsetzungsergebnisse Prüfung der Aktualität dieser Vorschläge

und ggf. Anpassung (z.B. bedingt durch Einfluss der Corona-Pandemie, verändertes Mobilitätsbewusstsein, nachhaltige Konzepte).

#### *3.6 Nutzungsbewertung für Gewerbe- und Dienstleistungsflächen*

Bewertung relevanter Leerstände in Abstimmung mit dem Auftraggeber. Analyse der möglichen Nachnutzungsoptionen unter Berücksichtigung des vorhandenen Besatzes in der Innenstadt und im übrigen Stadtgebiet.

#### *3.7 Nahversorgungskonzept*

Untersuchung der Abdeckung des Fürther Stadtgebiets mit fußläufig bzw. radmobil erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangeboten (Supermarkt / Lebensmitteldiscounter ab ca. 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit Hilfe einer GIS-gestützten Analyse und auf Basis kleinräumiger soziodemografischer Strukturdaten zur Einwohnerzahl.

---

<sup>1</sup> In diesem Zusammenhang treffen wir u.a. auch Aussagen zur Ausdehnung und Struktur der Einzelhandelslagen.

Aufdeckung von Versorgungslücken im Stadtgebiet und Abschätzung der Chancen für deren Behebung.

### **Methodik**

Basis der Studie war die Vollerhebung des Fürther Einzelhandels im November/Dezember 2022<sup>2</sup>.

Die Vollerhebung des Einzelhandels wurde vom Projektleitung selbst bzw. von ausgebildeten, langjährig erfahrenen Mitarbeitern der SK Standort & Kommune Beratungs GmbH vorgenommen. Sämtliche Erhebungen wurden kartiert, so dass die Beurteilungen unseres Hauses jederzeit nachvollzogen werden können. Die Erhebung der Verkaufsflächen nach SK-Warengruppen erfolgte flächenscharf und umfasste auch sämtliche Teilflächen in den jeweiligen Betrieben. Eine Zuordnung der Betriebe nach ihrem Hauptsortiment fand somit nicht statt.

Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung wurden in allen zentralen Versorgungsbereichen der Stadt FÜRTH (Innenstadt, Nahversorgungszentren) Nutzungen aus den Bereichen Gastronomie, Dienstleistung<sup>3</sup>, Kultur, öffentliche

Daseinsvorsorge im Rahmen von Vor-Ort-Begehungen<sup>4</sup> aufgenommen.

Während der gesamten Bearbeitungsdauer erfolgte eine kontinuierliche Abstimmung<sup>5</sup> (auch per E-Mail bzw. telefonisch) mit dem Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung der Stadt FÜRTH.

---

<sup>2</sup> Durchgeführt im Zeitraum 17.11. - 15.12.2022.

<sup>3</sup> Die Erhebung konzentrierte sich dabei ausschließlich auf Frequenz generierende Dienstleistungsanbieter mit direkter Kundeninteraktion.

<sup>4</sup> Durchgeführt im Zeitraum 31.01. – 10.02.2023.

<sup>5</sup> Zu nennen sind insbesondere folgende Vor-Ort-Termine: Auftaktgespräch am 17.10.2022, Vorstellung erster Erhebungsergebnisse am 17.01.2023, Zwischenpräsentation am 11.05.2023, Ergebnispräsentation am 24.07.2023.

# 1 Rahmenbedingungen

## 1.1 Entwicklung Einzelhandel allgemein

Das folgende Kapitel skizziert wesentliche Entwicklungen des Einzelhandels zwischen 2010 und 2022. Im Fokus der Betrachtung soll dabei der Zeitraum vor bzw. nach der Corona-Pandemie (2019-2022) stehen. Dabei gilt es, den Einfluss der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden temporären Schließungen im stationären Einzelhandel sowie Veränderungen im Einkaufsverhalten der Bevölkerung (Stichwort Online-Kauf) auf die jeweiligen Warengruppen näher zu ‚beleuchten‘. Auch der Online-Handel und seine Entwicklungsperspektiven werden in diesem Kapitel näher behandelt.

### 1.1.1 Verkaufsflächenentwicklung im deutschen Einzelhandel

Nach z.T. deutlichen Wachstumssprüngen seit 1980 verzeichnete der Verkaufsflächenbestand im deutschen Einzelhandel seit dem Jahr 2010 nur noch ein leichtes, wenn auch kontinuierliches Wachstum auf rd. 125,1 Mio. m<sup>2</sup> im Jahr 2019, sprich vor Ausbruch der Corona-Pandemie (vgl. Abb. rechts). In den Folgejahren nahm die Verkaufsfläche hingegen insgesamt leicht

ab. Während der Lebensmitteleinzelhandel und das Drogeriemarktsegment durch Expansion bzw. Erweiterung bestehender Verkaufsflächen die Flächenentwicklung noch positiv beeinflussten, schlugen Schließungen zahlreicher Warenhaus-Standorte im Zuge der Insolvenz von Galeria Karstadt Kaufhof (GKK), strukturelle Neuausrichtungen im Bereich der SB-Warenhäuser, der Elektro-Fachmärkte sowie auch Insolvenzen bundesweit agierender Filialisten in der Flächenbilanz negativ ‚zu Buche‘. Zudem blieben auch nennenswerte Wachstumsimpulse im Bereich der Shopping-Center-Entwicklungen aus. So wuchs die Verkaufsfläche in den deutschen Shopping-Centern lt. EHI Retail Institute im Zeitraum 2019-2022 nur um rd. 2 % (rd. 321.000 m<sup>2</sup>) auf insgesamt rd. 16 Mio. m<sup>2</sup>. Negativ auf die Flächenbilanz wirkte sich nicht zuletzt auch der seit Jahren fortschreitende Rückgang des inhabergeführten Facheinzelhandels aus, der durch die Corona-Pandemie zusätzlich verstärkt wurde.

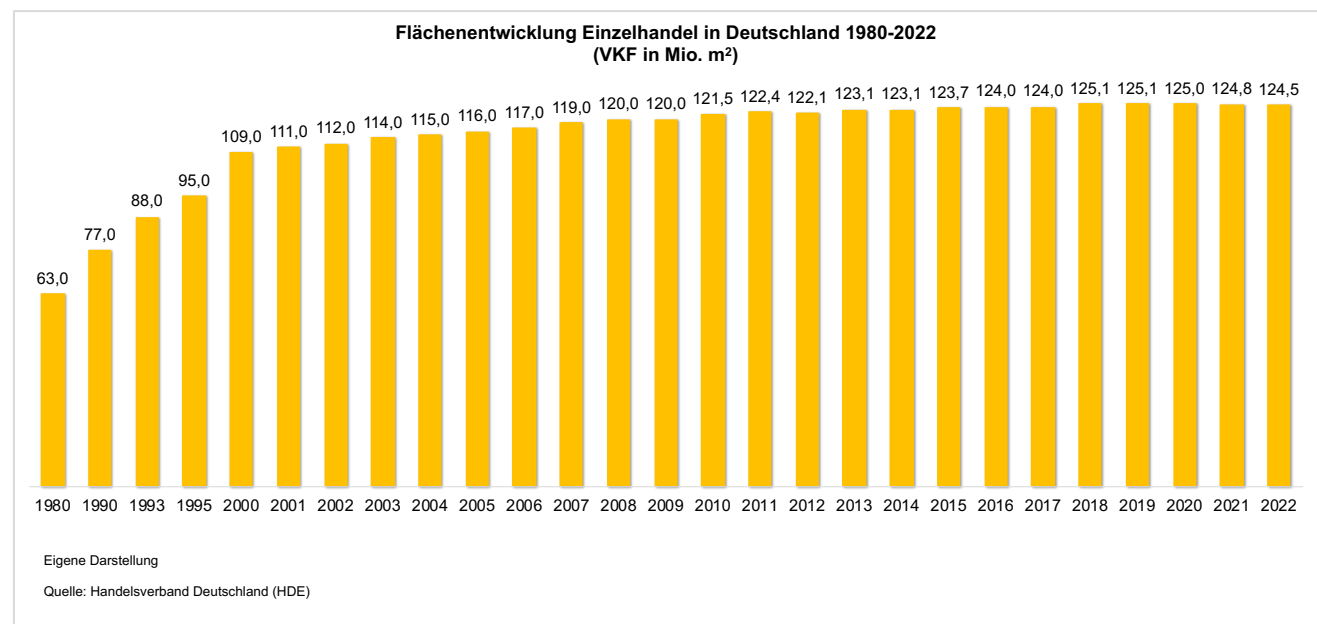


Abbildung 1: Flächenentwicklung des Einzelhandels in Deutschland 1980-2022

### 1.1.2 Entwicklung der Anzahl der Einzelhandelsunternehmen (im engeren Sinne)

Betrachtet man die Entwicklung der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Zehnjahresvergleich, so lässt sich seit 2015 ein kontinuierlicher Rückgang feststellen. Im Zuge der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden temporären Schließung fast aller stationären Einzelhandelsgeschäfte hat sich dieser Rückgang in seiner Dynamik nochmals verstärkt (- 6 % im Jahr 2020 verglichen mit dem Vorjahr). Darin drücken sich insbesondere Betriebsschließungen von kleineren Betrieben<sup>6</sup> aus, auf die lt. einer Untersuchung des EHI Retail Institute im Jahr 2020 ein Anteil von rd. 83 % aller Einzelhandelsbetriebe entfällt.

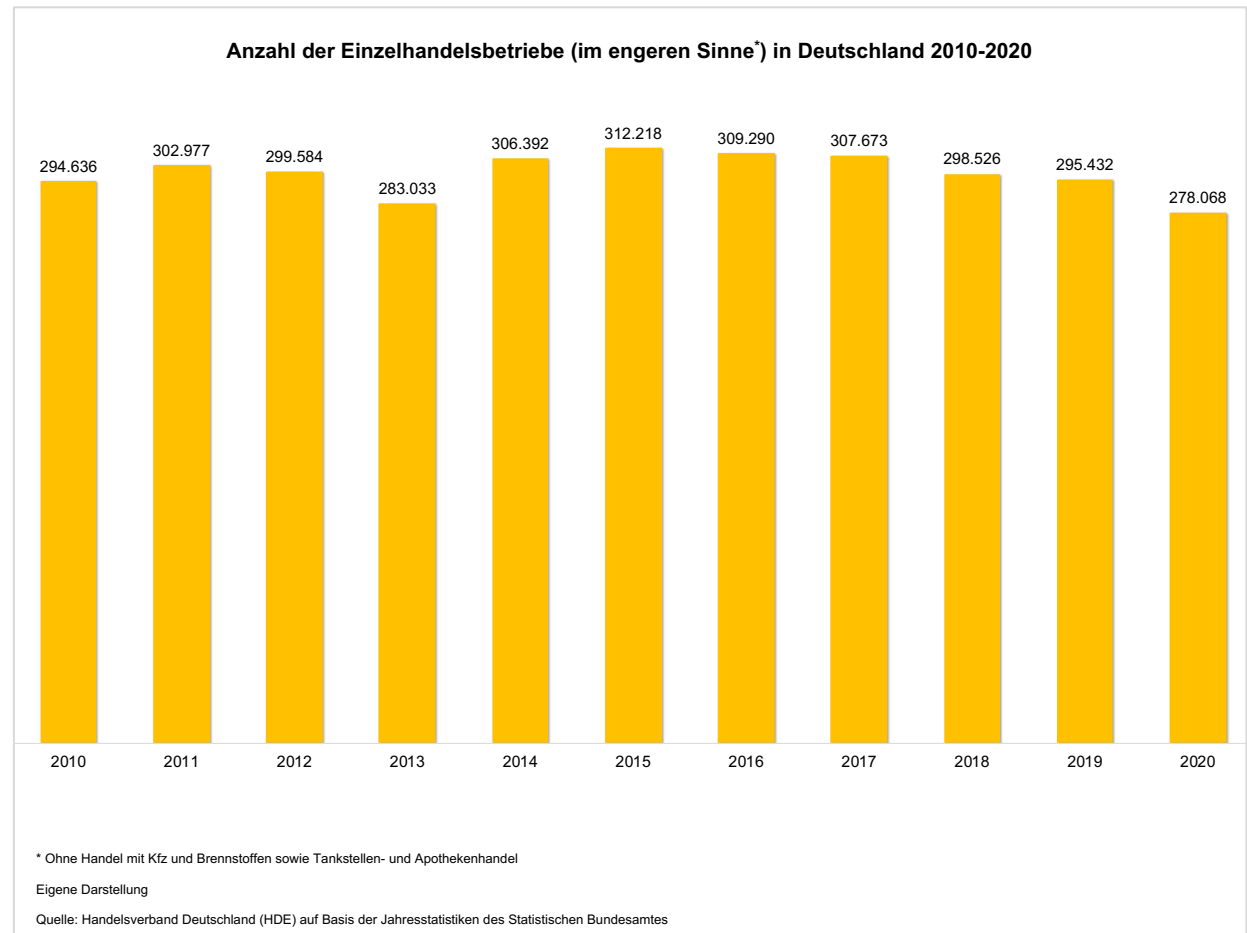


Abbildung 2: Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (i.e.S.) in Deutschland (2010-2020)

<sup>6</sup> Jahresumsatz bis unter 1 Mio. Euro.

### 1.1.3 Entwicklung der Marktanteile nach Vertriebsformen

Die Entwicklung der Marktanteile zeigt den in den vorangegangenen Kapiteln bereits thematisierten Bedeutungsverlust des **nicht filialisierten Fachhandels** besonders deutlich. Während der Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von rd. 21,6 % erreichte, verringerte sich dieser im Jahr 2022 auf rd. 13,3 %. Die Nachwirkungen der Corona-Pandemie und das im Zuge des Ukraine-Kriegs und seiner Folgen deutlich ‚eingetrübte‘ Konsumklima auf Seiten der Verbraucher haben diesen Negativ-Trend nochmals verstärkt.

Die **Warenhäuser** spielen nur noch eine marginale Rolle und haben im Zuge der Corona-Pandemie und zwischenzeitlich erfolgter Filialschließung im Zuge der Insolvenz von Galeria Karstadt Kaufhof (GKK) weiter an Bedeutung verloren.

Der **Online-Handel**, auf den im nachfolgenden Kapitel noch einmal näher eingegangen wird, gewinnt trotz eines Rückgangs im Jahr 2022 gegenüber dem Vorjahr (Corona-Pandemie) in der langfristigen Betrachtung kontinuierlich Marktanteile.

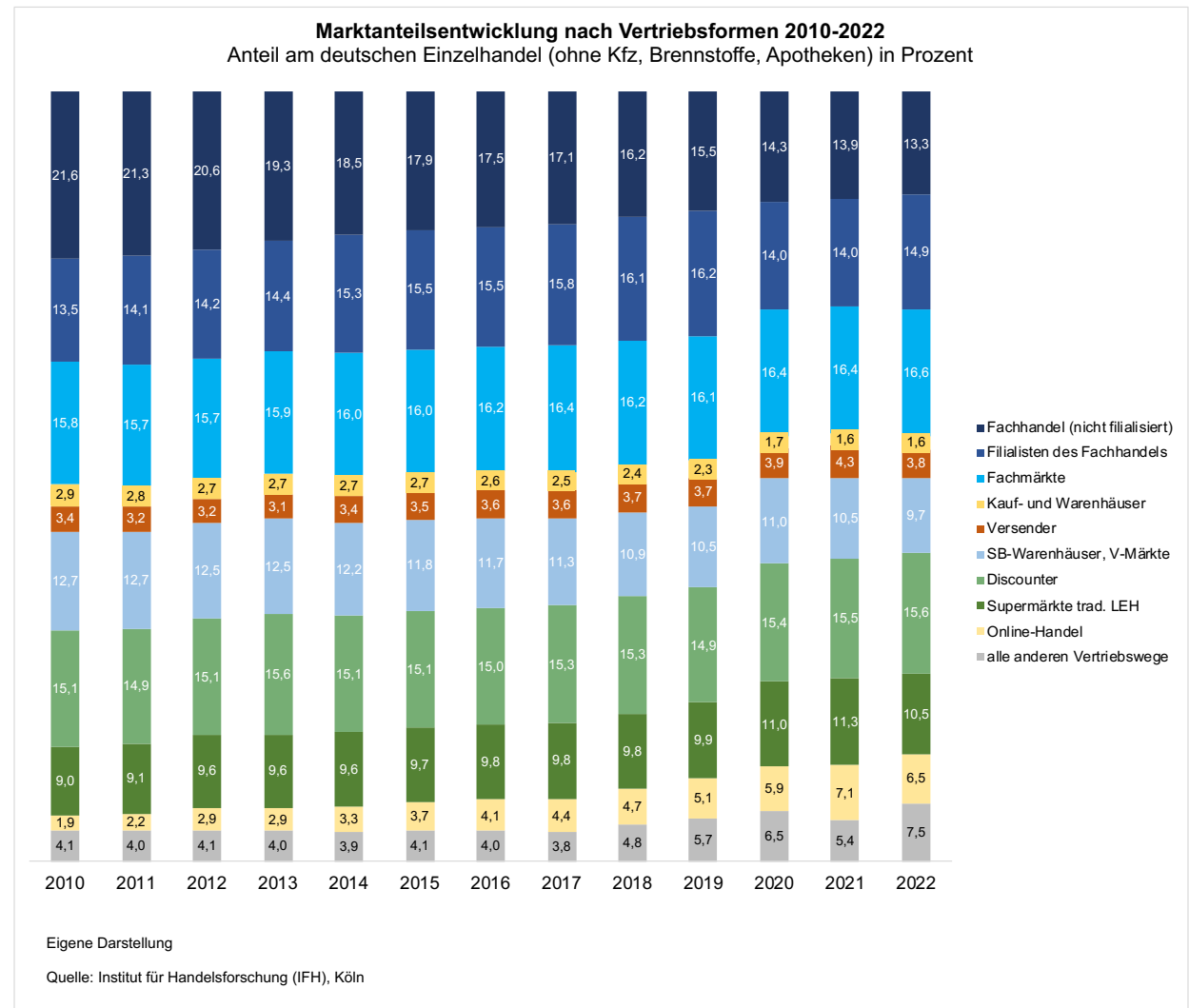


Abbildung 3: Entwicklung der Marktanteile nach Vertriebsformen 2010-2022

Das **Versandhandelsgeschäft** hat bedingt durch den starken ‚Auftrieb‘ des Online-Handels merklich an Bedeutung eingebüßt, kann jedoch seinen, wenn auch sehr geringen Marktanteil – abgesehen von Sondereffekten während der Corona-Pandemie (2020/21) – im Langzeitvergleich weitgehend stabil halten.

Die Entwicklung im **Lebensmitteleinzelhandel** wird im folgenden Kapitel eingehend dargestellt und deshalb an dieser Stelle nicht thematisiert.

Der **filialisierte Nonfood-Einzelhandel** bleibt auch trotz schwieriger Rahmenbedingungen (Anstieg der Baukosten, hohes Mietniveau) in branchenspezifisch unterschiedlicher Ausprägung weiterhin auf Expansionskurs. Eine hohe Expansionsdynamik kennzeichnet den Discount-Bereich. Beispielhaft ist hierbei der niederländische Non-Food-Discounter Action zu nennen, der seit seinem Eintritt in den deutschen Markt (2009) bereits 500 Filialen (Stand September 2023) betreibt und sein Filialnetz auch künftig verdichten wird. Offensichtlich trifft der Angebotsmix aus vielen Sortimentsbereichen, der zum Stöbern einlädt, ‚den Nerv‘ der in Anbetracht gestiegener Lebenshaltungskosten zunehmend preissensibleren deutschen Kundschaft. Dies schlägt sich auch umsatzseitig entsprechend nieder. Lt. Angaben der Lebensmittelzeitung gilt Action mittlerweile als

umsatzstärkster Nonfood-Discounter und entwickelt sich zunehmend als ernstzunehmender Wettbewerber für das Nonfood-Geschäft der etablierten Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl. Mit dem Non-Food-Filialisten Pepco trat 2022 ein weiterer Anbieter in den deutschen Markt ein, der aktuell 56 Filialen betreibt und auch zukünftig wachsen will, u.a. auch durch eine Kooperation mit dem Shopping-Center-Betreiber ECE Marketplaces.

In dem durch den Online-Handel besonders unter Druck geratenen Bereich Elektro/Unterhaltungselektronik konzentrieren sich die Anbieter – abgesehen von punktuellen Expansionsstätigkeiten (Bsp. Medimax) – in erster Linie auf die stärkere Verzahnung von stationären und Online-Angeboten (Bsp. MediaMarkt/Saturn). Im Vordergrund stehen dabei nach wie vor das Ausprobieren/Erleben der Produkte vor Ort sowie eine qualifizierte Beratung, ergänzt um digitale Dienstleistungen (z.B. Click & Collect).

### 1.1.4 Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels

Der Einzelhandel in Deutschland hat seinen Umsatz seit 2009 kontinuierlich gesteigert und erreichte zuletzt ein Volumen von rd. 649 Mrd. Euro (netto) im Jahr 2023 (vgl. Abb. rechts). Parallel dazu stieg auch der Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz stetig an und erreichte – bedingt durch starke Wachstumsimpulse im Zuge der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden temporären Schließungen stationärer Anbieter – seinen vorläufigen Zenit im Jahr 2021. In den beiden Folgejahren entwickelte sich der Online-Umsatz v.a. bedingt durch konjunkturelle Eintrübungen in Folge des Ukraine-Kriegs (hohe Energiekosten und Inflation, schwaches Konsumklima) hingegen entsprechend der schwierigen Situation im Einzelhandel generell rückläufig, rangiert jedoch nach wie vor auf einem sehr stattlichen Niveau im Vergleich zum ‚Vor-Corona-Jahr‘ 2019. Weiter angestiegen ist hingegen der gesamte Einzelhandelsumsatz seit 2022, wobei dies v.a. auf Preissteigerungen zurückzuführen ist. Real sprich inflationsbereinigt sind die Umsätze des deutschen Einzelhandels in 2023 lt. Angaben des

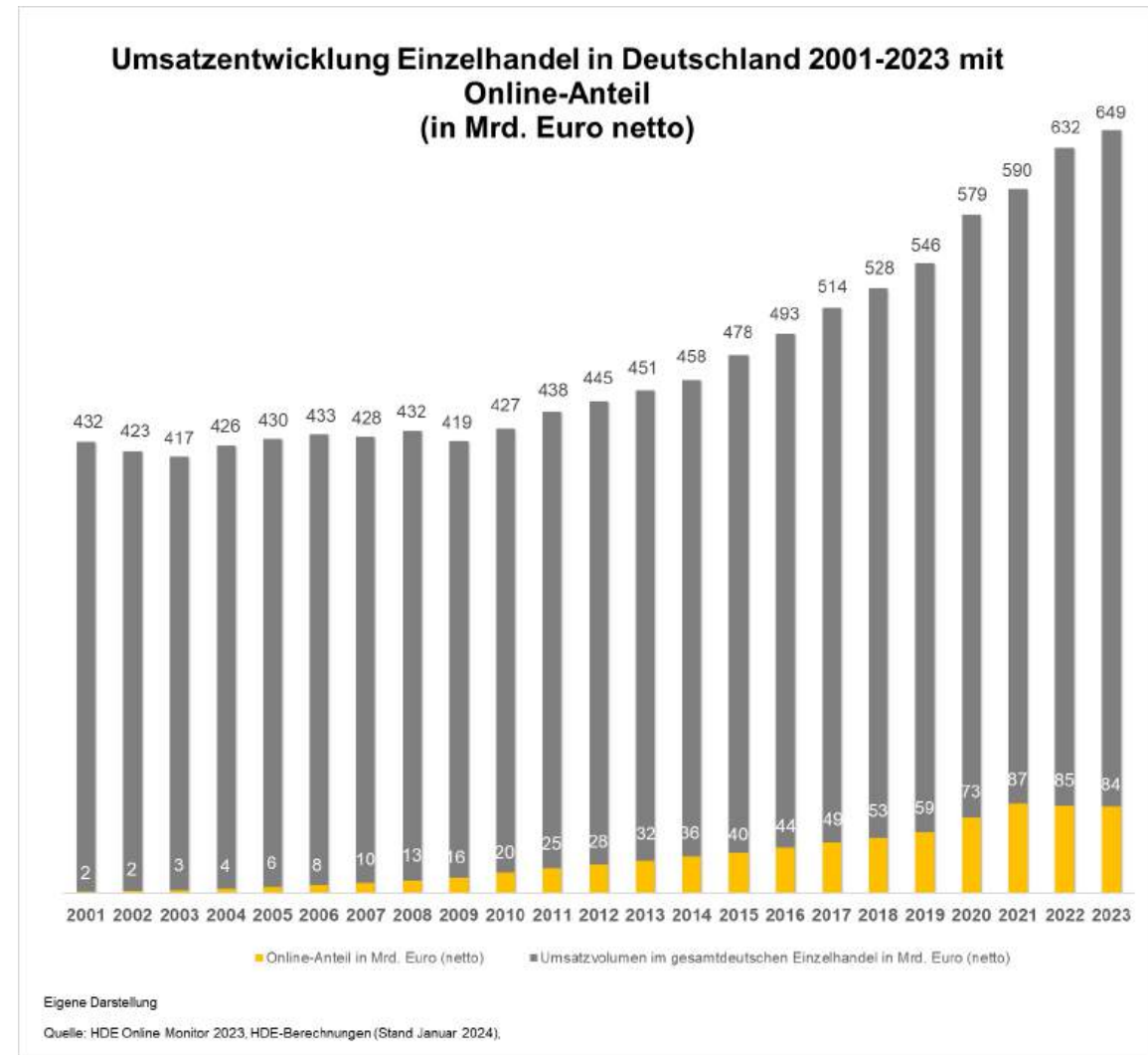


Abbildung 4: Umsatzentwicklung des Einzelhandels in Deutschland 2001-2023 mit Online-Anteil

Statistischen Bundesamtes hingegen um 3,3 % gesunken.

Um die umsatzseitigen Effekte der Corona-Pandemie auf den deutschen Einzelhandel herauszuarbeiten, lohnt ein Blick auf die Entwicklung in den einzelnen Warenbereichen (vgl. Abb. rechts). Der in absoluten Zahlen größte Umsatzzuwachs entfiel dabei auf den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel/Gesundheits- und Körperpflege** (+ 10 Mrd. Euro im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr), was jedoch kaum überrascht, zumal die Anbieter von den temporären Schließungen während der Corona-Pandemie ausgenommen waren und zudem von den stark eingeschränkten stationären Einkaufsmöglichkeiten in den aperiodischen Warenbereichen profitieren konnten. Das Umsatzwachstums im Lebensmittelbereich wurde dabei v.a. von den Supermärkten und Lebensmitteldiscountern ‚getragen‘, die während der Corona-Pandemie ein ansehnliches Umsatzplus verzeichnen konnten (vgl. nebenstehende Abb.). Auch Große Supermärkte konnten umsatzseitig leicht zulegen. SB-Warenhäuser und der übrige (kleinflächige) Lebensmittelhandel konnten hingegen nicht von dem Aufwärtstrend während der Corona-Pandemie profitieren.

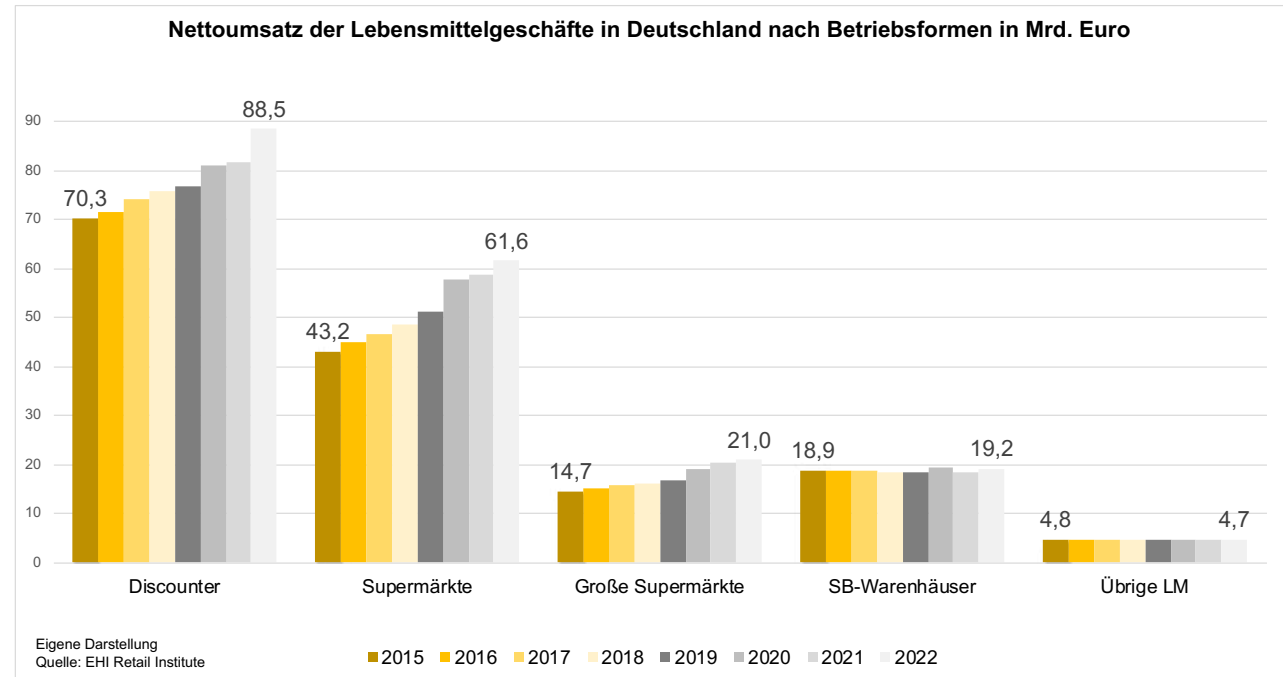


Abbildung 5: Entwicklung der Betriebsformen des Lebensmittel-Einzelhandels 2015-2022

Deutliche Umsatzeinbußen mussten Anbieter der innerstädtischen Leitsortimente **Bekleidung, Schuhe, Lederwaren** hinnehmen. Wenngleich die Umsätze im Jahr 2022 gegenüber dem Vorjahr wieder leicht zulegen konnten, ist das Vor-Corona-Niveau (2019) bei weitem noch nicht erreicht. Angesichts der in Folge des Ukraine-Kriegs deutlich gestiegenen Lebenshaltungskosten und eines dementsprechend ‚gedämpften‘ Konsumklimas dürfte eine weitere Erholung in diesem Bereich eher gebremst werden.

Ein kontinuierliches Umsatzwachstum während der Corona-Pandemie kennzeichnet auch den Warenbereich **Haushalts- und persönlicher Bedarf**, der insbesondere von Einschränkungen während der Corona-Pandemie (stark eingeschränkte Freizeit- und Urlaubsaktivitäten) und dem stärkeren Fokus auf „das Leben zu Hause“ profitieren konnte. Ein ähnlicher Effekt lässt sich, wenn auch deutlich schwächer ausgeprägt, aus den Umsatzzahlen im Bereich **Möbel, Haus- und Heimtextilien** ‚herauslesen‘.

Im Bereich der **baumarktspezifischen Sortimente**, die während der Corona-Pandemie besonders stark nachgefragt wurden, nähern sich die Umsätze nach einem deutlichen

Umsatzplus in den Jahren 2021 und 2022 wieder dem ‚Vor-Corona-Niveau‘ (2019) an.

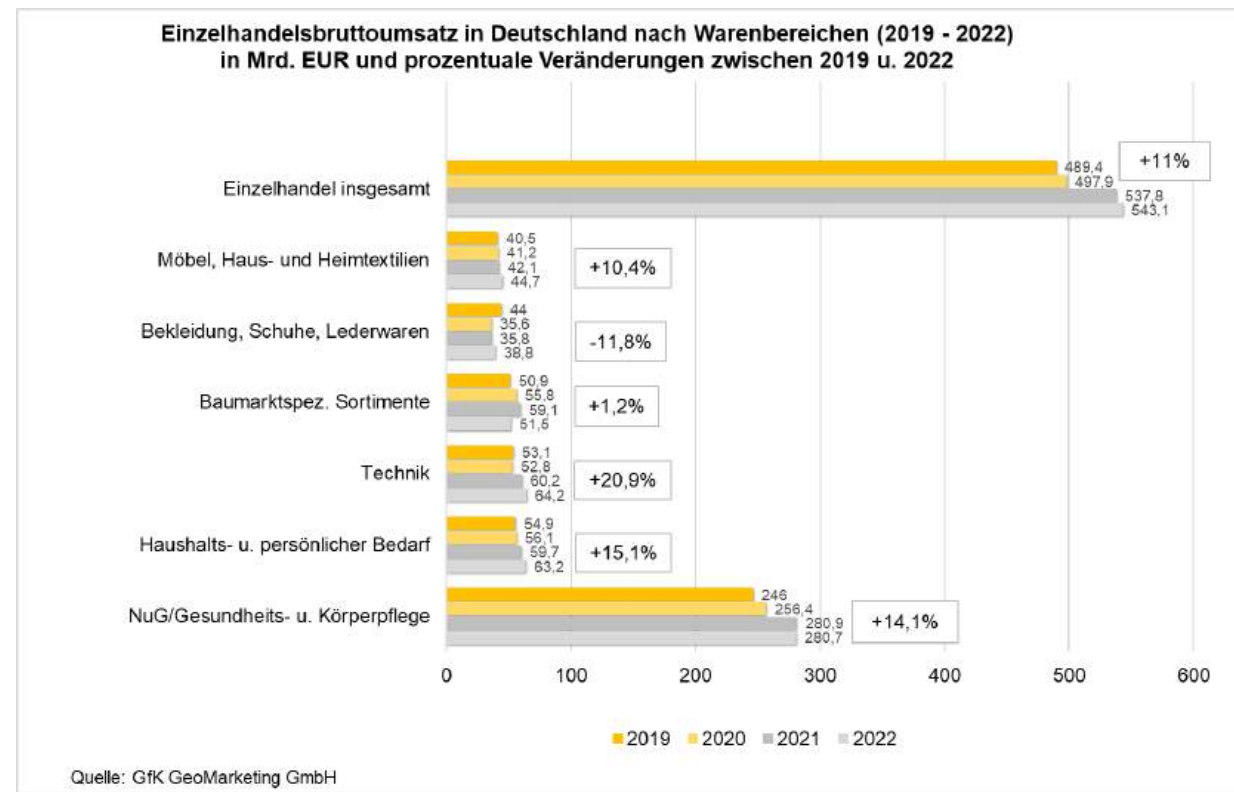


Abbildung 6: Einzelhandelsbruttoumsatz in Deutschland nach Warenbereichen (2019-2022)

In den skizzierten branchenspezifischen Umsatzentwicklungen findet auch der **Online-Handel** seinen Niederschlag, auf den wie eingangs dargestellt, ein zunehmend größerer Umsatzanteil im deutschen Einzelhandel entfällt. Gab es vor einigen Jahren noch die Einschätzung von Experten, dass bestimmte Sortimente keine Bedeutung für den Online-Vertrieb hätten, besteht heute die Erkenntnis, dass der Onlinehandel vor keinem Sortiment mehr Halt macht. Dies bestätigen auch aktuelle Auswertungen aus dem HDE Onlinemonitor 2023 (siehe nebenstehende Abbildung 7). Während im Bereich des **periodischen Bedarfs** (FMCG) der Online-Anteil noch gering (aber in der Tendenz deutlich wachsend) ausfällt, werden im Bereich **Mode** (Fashion & Accessoires) mittlerweile rd. 43 % des Umsatzes über Online-Vertriebskanäle generiert. Ein hoher Online-Anteil (rd. 40 %) entfällt auch auf den Bereich **Unterhaltungselektronik/Elektro** (CE/Elektro). Auch in den Branchen **Freizeit/Hobby** bzw. **Büro & Schreibwaren** wird mittlerweile jeweils mehr als ein Drittel der Umsätze online generiert. Geringere, wenn auch nicht unerhebliche Anteile kann der Online-Handel im innerstädtischen Leitsortiment **Schmuck & Uhren** sowie in den Bereichen Gesundheit & Wellness bzw. Wohnen & Einrichtungen verbuchen. Demgegenüber fallen die Anteile des Online-Handels

im Bereich **Heimwerken & Garten** deutlich geringer aus.

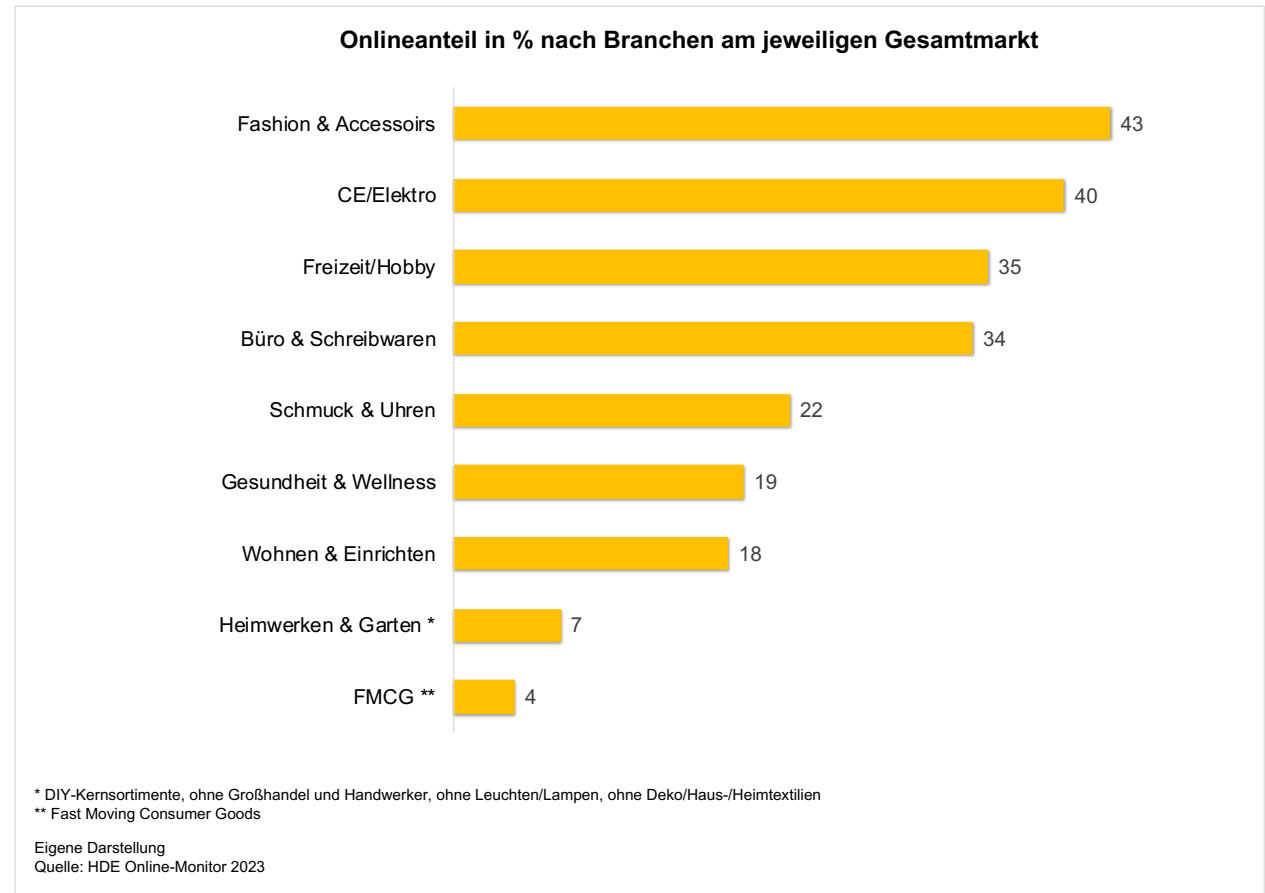


Abbildung 7: Onlineanteil in % nach Branchen am jeweiligen Gesamtmarkt

Die vorab skizzierten Umsatzanteile des Onlinehandels in den jeweiligen Warenbereichen sind das Ergebnis einer, auch durch den technischen Fortschritt (Stichwort mobile Internetnutzung) forcierten Entwicklung in den vergangenen Jahren, wobei hier auch die Corona-Pandemie und die eingeschränkten Einkaufsmöglichkeiten zu Zeiten temporärer Betriebs-schließungen im stationären Einzelhandel dem Einkauf über das Internet einen deutlichen Schub verliehen haben. Diese pandemiebedingten Effekte lassen sich aus der nebenstehenden Abbildung gut erkennen. So verzeichnen im Zeitraum 2020-2021, sprich während der Corona-Pandemie, mit Ausnahme der Warengruppe Auto & Motorrad/Zubehör alle weiteren Warengruppen z.T. deutliche Umsatzzuwächse. Insbesondere der Online-Einkauf von Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Medikamente, Drogerie) hat in diesem Zeitraum bei den Konsumenten an Attraktivität gewonnen. Aber auch in vielen weiteren Warengruppen hat der Online-Handel z.T. deutliche Zuwächse verzeichnen können. Nach Ende der Corona-Pandemie und dem Auslaufen letzter Schutzmaßnahmen und Einschränkungen im stationären Einzelhandel haben sich die Umsätze in der überwiegenden Anzahl der Warengruppen im Vergleichszeitraum (2022 zu 2021) z.T. deutlich verringert. Dies dürfte zum einen

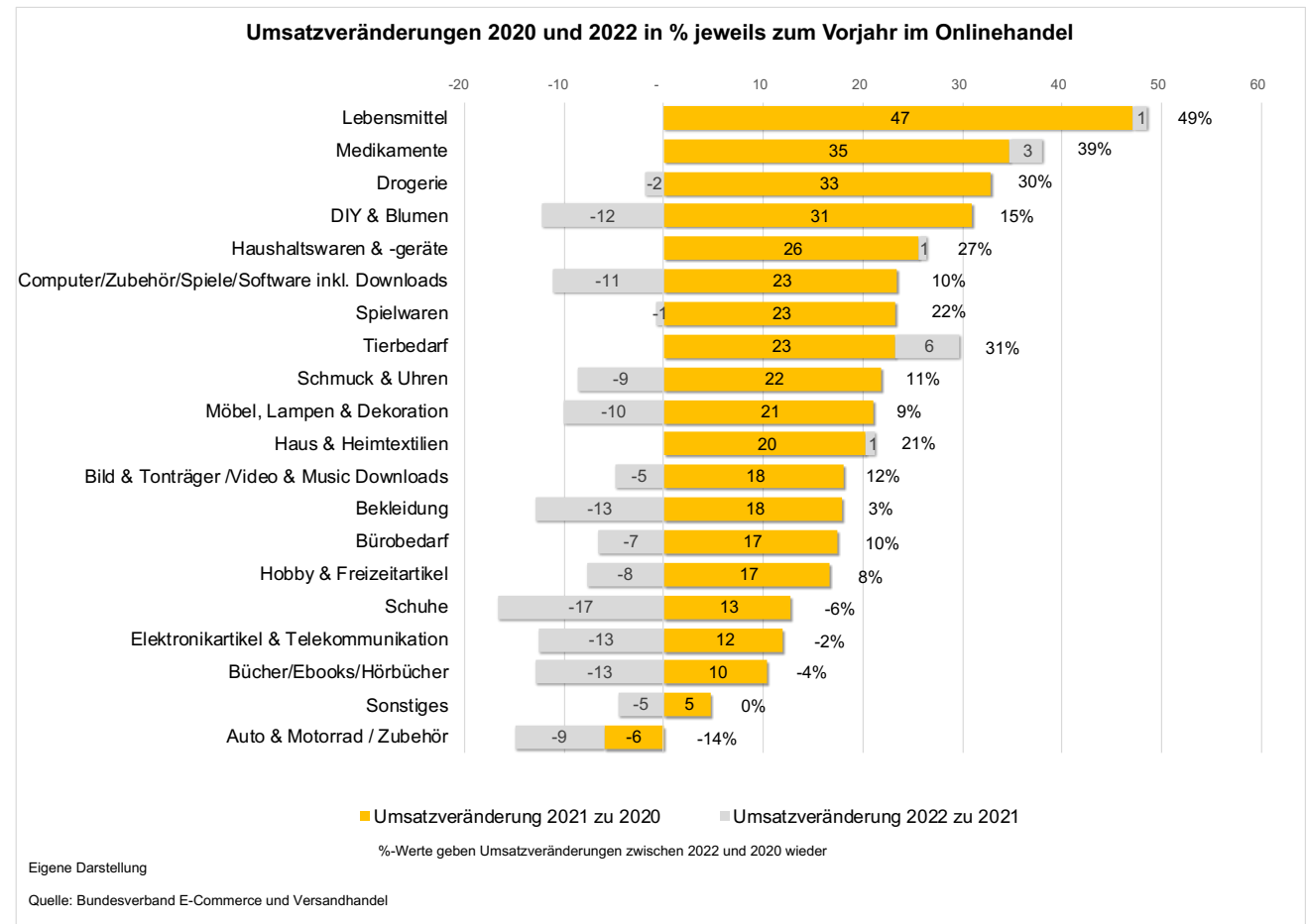


Abbildung 8: Umsatzveränderungen im Online-Handel

auf pandemiebedingte ‚Nachholeffekte‘ (‚Wiederentdeckung‘ des stationären Einzelhandels, Urlaubsreisen) zurückzuführen sein, zum anderen drückt sich in den Umsatzrückgängen jedoch bereits die ‚Eintrübung‘ des Konsumklimas infolge des Ukraine-Kriegs und seiner nachgelagerten Effekte aus, die

auch den Online-Handel nicht ausspart. Gegen den Trend positiv entwickelten sich in 2022 im Vergleich zum Vorjahr die Online-Umsätze hingegen in den Sortimenten bzw. Warengruppen Lebensmittel, Medikamente und Tierbedarf. Auch hier scheint der Online-Handel, abseits der pandemiebedingten Sonderkonjunktur, zunehmend ‚Fuß zu fassen‘.

Wie dürfte sich der Online-Umsatz in den kommenden Jahren weiterentwickeln? Das IFH Köln geht in seinem ‚Branchenreport Onlinehandel 2022‘ von einem weiteren jährlichen Wachstum (CAGR<sup>7</sup>) zwischen 3,7 und 10,2 % (je nach Prognosevariante) bis zum Jahr 2026 aus und hält ausgehend vom Jahr 2002 und unter der Prämisse einer fortschreitenden Trendentwicklung ein Online-Umsatzvolumen von rd. 130 Mrd. Euro im Jahr 2026 für möglich.



Abbildung 9: Prognostizierte jährliche Wachstumsrate des Online-Umsatzes im Einzelhandel

<sup>7</sup> Compound Annual Growth Rate = Jährliche Wachstumsrate

## 1.2 Einzelhandelstrends

Nach den tiefgreifenden Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel wurde die ‚Aufbruchstimmung‘ im Einzelhandel durch den russischen Angriffskrieg in der Ukraine im Februar 2022 jäh beendet. Infolge des Kriegs stiegen die Energie- und Verbraucherpreise deutlich an. Die daraus resultierende Zurückhaltung der Verbraucher beim Konsum und eine höhere Sparneigung sowie gestiegene Kosten in den Bereichen Energie, Bauen und Modernisieren sowie strukturelle Probleme (Stichwort Fachkräftemangel) stellen den Handel daher aktuell und auch in Zukunft vor enorme Herausforderungen. Während Discountformate verschiedener Branchen (insb. Nonfood) von der ‚neuen Sparsamkeit‘ auf Kundenseite profitieren und kontinuierlich expandieren, bekommen Anbieter aus dem aperiodischen Bedarfsbereich, insbesondere jene im Bereich der innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren, und damit auch der Innenstadt-Einzelhandel, die Kaufzurückhaltung der Kunden deutlich zu spüren. Zugleich zeigen Kunden lt. einer Befragung<sup>8</sup> des EHI Retail Institutes unter 66

Expansionsverantwortlichen verschiedener Vertriebslinien aber auch ein wachsendes Interesse an nachhaltigen, sprich hochwertigen, sowie regionalen Produkten. Auch das Thema Kundendialog/Beratung gewinnt auf Kunden-seite zunehmend an Bedeutung. Trotz der für den Einzelhandel in vielen Bereichen schwierigen Rahmenbedingungen werden Expansion und Standortentwicklung weiterhin vorangetrieben, in je nach Branche unterschiedlicher Dynamik und Ausrichtung. Während in den Branchen Lebensmitteleinzelhandel, Gesundheits- und Körperpflege das Filialnetz ausgebaut wird, setzt sich der Trend zur Ausdünnung des Filialnetzes in den Sortimentsbereichen Schuhe & Accessoires und Elektronik & Telekommunikation weiter fort. Welche Standortlagen werden seitens des Handels besonders nachgefragt und wie sind deren Entwicklungschancen einzuschätzen? Geht es um die konkrete Standortsuche, stehen Fachmarktzentren, vorzugsweise in Ober- und Mittelzentren, aber auch die 1-A-Lage/Hauptgeschäftsstraße aus Sicht der Befragten hoch im Kurs. Auch Stadtteilzentren, bevorzugt in den Top-7-Metropolen, sowie Flächen in Shopping-Centern werden von 58 bzw. 50 % der Befragten in Betracht gezogen. Dabei

kommen auch sog. Mixed-Use-Standorte, also Standortverbünde mit einzelhandelsfremden Nutzungen, in Betracht, die von den Einzelhändlern hinsichtlich möglicher Synergieeffekte überwiegend positiv bzw. neutral eingeschätzt werden. Dies gilt insbesondere für Gastronomie und Wohnnutzungen. Hinsichtlich der weiteren Entwicklungsperspektiven dürften aus Sicht der Expansionsverantwortlichen v.a. Fachmarktzentren profitieren, während die Lagetypen 1-A-Lage/Hauptgeschäftsstraße im Oberzentrum, Stadtkern im Mittelzentrum, Nebenlage im Oberzentrum und Shopping-Center im Vergleich zum Vorjahr durchweg negativer hinsichtlich ihrer Entwicklungschancen eingeschätzt werden.

Ausgehend von dieser eher pessimistischen Einschätzung der befragten Expansionsverantwortlichen ist grundsätzlich die Frage zu stellen, welche Entwicklungsperspektiven sich für die Innenstädte/Zentren insgesamt abzeichnen. Wie eingangs skizziert stellen die gegenwärtigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen den Einzelhandel insgesamt vor große Herausforderungen. Dies betrifft dabei v.a. auch den innerstädtischen Einzelhandel,

---

<sup>8</sup> Vgl. EHI Whitepaper Expansionstrends 2023.

der nach wie vor eine wichtige Funktion als Frequenzbringer und Besuchsanlass im Gesamtgefüge der Innenstadt übernimmt. Die Kaufzurückhaltung auf Kundenseite infolge deutlich gestiegener Lebenshaltungskosten setzt den Einzelhandel abseits etablierter Discountformate zunehmend unter Druck und führt im Zusammenspiel mit weiteren Faktoren (u.a. höheres Zinsniveau, Mieterhöhungen) zu einer Zunahme von Unternehmensinsolvenzen, darunter auch namhafte Filialisten aus den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren wie Peek & Cloppenburg, Peter Hahn, Orsay, Gerry Weber Hallhuber, Salamander oder Reno. Der Rückzug des Modehandels in den Innenstädten dürfte sich auch im Verkaufsflächenangebot insgesamt bemerkbar machen, zumal Flächenabgänge im Modebereich nicht mehr durchgängig durch andere Einzelhandelsnutzungen aufgefangen werden können und deshalb auch Alternativnutzungen in Frage kommen.<sup>9</sup> Hinzukommt die (Dauer-) Krise der Warenhäuser, die sich im Zuge der Insolvenz der Signa-Holding als Eigentümerin der letzten Warenhaus-Kette Galeria Karstadt Kaufhof (GKK) nochmals verschärfen wird und weitere Standortschließungen

erwarten lässt. Auch der sukzessive Rückzug des inhabergeführten Einzelhandels (nicht nur in der Innenstadt), welcher sich bereits seit mehreren Jahren vollzieht und demzufolge auch auf strukturelle Ursachen (Stichwort altersbedingte Aufgabe und fehlende Nachfolgerspektiven) zurückzuführen ist, darf in diesem Zusammenhang nicht unerwähnt bleiben.

Trotz dieser insgesamt schwierigen Gemengelage bleiben insbesondere die Hauptgeschäftslagen in Innenstädten als Standorte des filialisierten Einzelhandels weiterhin gefragt, wenn gleich sich auch dort Veränderungen in der Angebotsstruktur in Richtung Discount oder anderer Nutzungen (z.B. Gastronomie) abzeichnen und vormals noch einzelhändlerisch geprägte Nebenlagen in ihrer Bedeutung für den Einzelhandel abnehmen. Letztlich sind diese Veränderungen auch als Anzeichen eines Strukturwandels hin zu einer stärkeren Nutzungsmischung in den Innenstädten/Zentren zu werten. Neben dem Einzelhandel als einem weiterhin wichtigen Angebotsbaustein gewinnen Dienstleistungsnutzungen, Gastronomie- und Kulturangebote zunehmend an Bedeutung.

Angesichts einer nach wie vor hohen Nachfrage auf dem Wohnungsmarkt, auch in den Zentren, gelten Wohnnutzungen als weiterer wichtiger Bestandteil eines stabilen innerstädtischen Nutzungsmixes, wobei angesichts hoher Grundstücks- und Baupreise sowie eines hohen Planungs- und Kostenaufwands bei der Umnutzung früherer Einzelhandels- und Gewerbeimmobilien (z.B. Warenhäuser) kurzfristig nicht von einem signifikanten Bedeutungszuwachs der Wohnnutzungen in Innenstädten auszugehen sein dürfte.<sup>10</sup>

Wie kann eine Transformation von Innenstädten in Richtung eines nachhaltig stabilen Nutzungsmixes gelingen? Ausgehend von einem breit getragenen integrierten Stadtentwicklungskonzept, das alle relevanten Themenfelder (insb. Gewerbe, Wohnen, Gastronomie, Kultur, Freiraumplanung, Mobilität) betrachtet und Entwicklungsziele definiert, dürfte die größte Herausforderung bei der Umsetzung darin bestehen, die Interessen aller innenstadtrelevanten Akteure (Immobilien Eigentümer, Gewerbetreibende, Projektentwickler, Bewohner, öffentliche Hand) ‚unter einen Hut‘ zu

<sup>9</sup> So wird z.B. am früheren Standort des P&C Bekleidungshauses an der Frankfurter Zeil eine Schule eingerichtet werden.

<sup>10</sup> Vgl. ZIA-Frühjahrgutachten, S. 228.

bekommen. Dies entspricht auch in etwa der Sichtweise der Autoren im ZIA-Frühjahrsgutachten 2024, wonach bei der Umsetzung von Konzepten bzw. der Entwicklung neuer Nutzungsideen die Etablierung von für alle Akteure frei zugänglichen Vernetzungs- und Kommunikationsorten (Bsp. Stadtlab in Jena) für unabdingbar erachtet wird.

Ein attraktiver Nutzungsmix aus verschiedensten Angeboten, eingebettet in einen städtebaulich attraktiven und gepflegten Rahmen wird für die Innenstadtentwicklung essentiell, um auch zukünftig die für ein wirtschaftliches Gelingen notwendigen Besucher- und Kundenfrequenzen zu generieren. Bestätigt wird dies auch durch eine Untersuchung des BBSR<sup>11</sup>, in der u.a. 2.000 bzw. 3.000 Bürger in den Jahren 2022/2023 zur ihrer Einschätzung, was eine Innenstadt attraktiv macht, befragt wurden.<sup>12</sup> Die „Top-5-Kriterien“ aus Sicht der Befragten (2023) sind Sauberkeit und Sicherheit (83 %), attraktive gastronomische Angebote (82 %), attraktive Einkaufsmöglichkeiten (79 %), attraktive Räume/Plätze mit Verweilmöglichkeiten

(77 %) und ein attraktives Stadtbild/ Architektur (70 %). Bei der Frage nach dem Hauptbesuchsgrund der Innenstadt steht Einkauf/Shopping (81 %) nach wie vor an erster Stelle, gefolgt von Café/Restaurant/Imbiss/Bar/Kneipe (64 %). Mit deutlichem Abstand folgen Arztbesuch/Therapie (44 %) etc., besondere Events/Stadtfeste/Märkte (40 %) und Bank/Sparkasse (38 %). Die Befragungsergebnisse zeigen auf, dass das Interesse an der Innenstadt nach wie vor vorhanden ist, aber die Besuchsanlässe vielfältiger geworden sind. Ferner wird deutlich, dass neben Sauberkeit und Sicherheit auch Aufenthaltsqualität und Verweilmöglichkeiten einen wichtigen Stellenwert einnehmen, der im Rahmen der Innenstadtentwicklung insbesondere mit Blick auf die Sicherung der Besucher-/Kundenfrequenzen zu berücksichtigen ist. Letztere sind nach Ende der Corona-Pandemie lt. Frequenzmessungen in deutschen Innenstädten wieder gestiegen. So verzeichneten die Passantenfrequenzen im vergangenen Jahr 2023 lt. Angaben von hystreet.com einen Anstieg von 2 % über dem Vorjahr<sup>13</sup>. Dies zeigt auf, dass trotz aktuell schwieriger wirtschaft-

licher Rahmenbedingungen und eines gedämpften Konsumklimas, die Innenstädte bei der Bevölkerung nach wie vor ‚hoch im Kurs‘ stehen. Die Herausforderung, insbesondere auch für den innerstädtischen Einzelhandel, dürfte daher weiterhin darin bestehen, vorhandene Besucherfrequenzen auch umsatzseitig ‚abzuschöpfen‘, dies nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels, der während der Corona-Pandemie und der damit zusammenhängenden temporären Schließungen im stationären Einzelhandel einen deutlichen Schub erfahren hat. Dabei darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Corona-Pandemie auch die Digitalisierung im stationären Einzelhandel vorangetrieben hat. Neben der Einrichtung zusätzlicher digitaler Kontaktmöglichkeiten und Lieferdienste während der Lockdowns (z.B. über Messenger-Dienste oder soziale Netzwerke) hat insbesondere die Verknüpfung der Vertriebswege (online, stationär) im Zuge der Corona-Pandemie neue Impulse erhalten. So haben sich Click & Collect-Angebote, mit deren Hilfe Kunden online Waren recherchieren/kaufen und vor Ort im

<sup>11</sup> Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung.

<sup>12</sup> <https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/programme/exwest/Studien/2021/innenstadt-online-handel/01-start.html?pos=2>

<sup>13</sup> <https://hystreet.com/press#analyses>

Geschäft anschauen/abholen können, gerade bei den Filialisten als integraler Bestandteil einer Omnichannel-Vertriebsstrategie zunehmend etabliert (z.B. Elektro-Fachmärkte MediaMarkt/Saturn, Decathlon, Baumärkte). Dieses Angebot stößt auch bei Online-Kunden auf reges Interesse. So geben lt. einer Befragung<sup>14</sup> fast 40 % der Online-Shopper an, Click & Collect im allgemeinen zu nutzen. Bei den per Click & Collect generierten Umsätzen (rd. 5 Mrd. Euro im Jahr 2022, entspricht rd. 6 % des gesamten Onlineumsatzes) entfällt mehr als die Hälfte auf Bekleidung u. Accessoires sowie Unterhaltungselektronik. Auch der Bereich Heimwerken & Garten kann gut ein Viertel des per Click & Collect generierten Umsatzes auf sich vereinen. Grundsätzlich ist zu erwarten, dass sich der Trend zur Omnichannel-Vertriebsstrategie v.a. beim filialiserten Einzelhandel in Zukunft weiter verstetigen wird.

Ein weiterer wichtiger Trend im Einzelhandel und ist die Implementierung generativer KI (Künstliche Intelligenz) in die Geschäftsprozesse. Im Zuge der technischen Fortentwicklung der letzten Jahre (Stichwort maschinelles Lernen über Large Language Models) stehen nun leistungsfähige Werkzeuge (z.B. Chat

GPT, Google Gemini) zur Verfügung, die Unternehmen nicht nur bei der Optimierung betrieblicher Abläufe (z.B. Warenwirtschaft, Verwaltung) unterstützen, sondern insbesondere auch in der Kundenkommunikation neue Möglichkeiten eröffnen. So plant die Elektro-Fachmarktkette MediaMarkt/Saturn im Laufe dieses Jahres den Einsatz gleich mehrerer generativer KI-Werkzeuge, darunter einen virtuellen Sales-Bot, der Kunden zu Produkten berät, oder eine virtuelle Bedienungsanleitung, der Fragen zum gekauften Produkt gestellt werden können.

Getrieben durch die Digitalisierung, Fachkräftemangel und fortlaufende Tendenzen zur Kosteneinsparung hält im Einzelhandel auch die Automatisierung ‚Einzug‘. Ein Beispiel hierfür sind Automatenläden mit Fokus auf Lebensmittel, Getränke, Snacks und sonstigen Gütern des täglichen Bedarfs, die sich zunehmend auch in Innenstädten finden und den Einkauf nach Ladenschluss ermöglichen. Mit dem teo-Konzept betreibt der Filialist Tegut in Hessen bereits seit einigen Jahren erfolgreich Kleinstsupermärkte ohne Verkaufspersonal, in denen Kunden die Ware vor Verlassen des Ladens an einem Verkaufsterminal selbständig einscannen und bezahlen („Scan & Go“). Aktuell ist die weitere

Expansion aufgrund der gerichtlich untersagten Öffnung an Sonntagen jedoch bis auf weiteres eingestellt. Die Filialisten Rewe und Netto testen mit neuartigen Formaten („Pick bzw. Grab & Go) die Kundenakzeptanz neuer Bezahlmöglichkeiten, sei es über eine App (mit Zahlungsauslösung nach Verlassen des Marktes und verzögerter Einsehbarkeit der Rechnung in der App) oder die Bezahlung an einem Terminal (Self-Checkout-Option), wie es bereits heute bei größeren Supermärkten bzw. SB-Warenhäusern (z.B. Kaufland, Marktkauf) zusätzlich angeboten wird. Dabei sollen mögliche Barrieren innerhalb der Customer Journey erkannt und im Sinne des Kunden abgebaut werden, ohne dabei die Bedürfnisse des Handels (Stichwort Diebstahlschutz) ‚aus dem Blick zu verlieren‘. Insgesamt ermöglicht die Automatisierung im stationären Einzelhandel durch Einspareffekte neue Standortkonzepte (u.a. auf Kleinflächen), die den Kunden weiterhin ein bequemes sowie zeitsparendes Einkaufserlebnis bieten.

In diese Richtung zielt auch die Integration von Virtueller Realität (VR) im stationären Einzelhandel. Wenngleich diese Entwicklung noch am Anfang steht, ist die Verschmelzung von

---

<sup>14</sup> Vgl. HDE Online Monitor 2023.

digitalen Services und dem stationären Angebot vielversprechend. So können Kunden mittels handelsüblicher VR-Brillen über virtuelle Showrooms Produkte erleben, bevor sie sie kaufen, dabei ermöglichen 360°-Ansichten und interaktive Funktionen eine detaillierte Produktprüfung. Auch im stationären Handel können mittels Smartphone und Augmented Reality (AR)-Apps Produkte, wie z.B. Möbel oder Einrichtungsgegenstände, virtuell auf ihre Eignung im eigenen Wohnumfeld überprüft werden.<sup>15</sup> Selbst ein virtuelles Anprobieren von Kleidungsstücken ist mittlerweile möglich, Vorreiter ist hier der Online-Handel, so bieten Unternehmen wie Zalando derartige Funktionen bereits seit einigen Jahren an, wohl auch zur Verringerung der Retourenquote.

Die technische Entwicklung im VR-Bereich schreitet weiter voran. Derzeit wird beispielsweise im Nürnberger Innovationslabor „Josephs“ der Einsatz von 3D-Hologrammen im Verkaufsprozess erforscht. Konkret geht es darum, mittels einer holografischen Illusion ‚echtes‘ Verkaufspersonal an anderen Orten virtuell zuzuschalten und somit ein persönliches Beratungsgespräch zu ermöglichen. Auch können

mittels 3D-Hologrammen Produkte präsentiert werden, die z.B. aktuell im Laden nicht verfügbar sind. Ob bzw. inwieweit sich diese skizzierten Techniken auch im stationären Einzelhandel in Zukunft verbreiten, hängt neben der Entwicklung auf der Kostenseite (Hard- und Software, Implementierung in Betriebsablauf und Wartung) natürlich auch von der Kundenakzeptanz ab. Wenngleich derartige Systeme das physische Anfassen/Ausprobieren von Waren im Laden und die Beratung durch geschultes Fachpersonal keinesfalls obsolet werden lassen, so zeigen sie doch auch Möglichkeiten auf, wie der stationäre Einzelhandel durch die Nutzung digitaler Technologien gerade auch für jüngere, technikaffine Zielgruppen attraktiv bleiben kann, ganz im Sinne des vielzitierten „Einkaufserlebnisses“.

---

<sup>15</sup> In der Stadt FÜRTH bietet Bonakdar Teppichkultur bereits einen entsprechenden Service an (vgl. sarfi.arts).

## 1.3 Gesellschaftliche Trends

Die Kenntnis und Berücksichtigung nachhaltiger gesellschaftlicher Trends spielt für die Weiterentwicklung einer Stadt und ihres (Einzelhandels-) Angebots eine wichtige Rolle. Daher sollen im Folgenden die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung maßgeblichen Trends aus den Bereichen Lieferdienste, Nachhaltigkeit/Umweltbewusstsein, Regionalität, Arbeit (Stichwort Homeworking) und Esskultur näher ‚beleuchtet‘ werden.

### 1.3.1 Lieferdienste

Klassische Lieferdienste sind Online-Plattformen, die Kunden ermöglichen, Lebensmittel und andere Produkte online zu bestellen und direkt an ihre Haustür liefern zu lassen. Dieses Konzept hat gerade in den letzten Jahren während der Corona-Pandemie an Bedeutung gewonnen. Bekannte Anbieter sind Gorillas, Flink und Flaschenpost sowie Lieferdienste von etablierten Supermärkten wie Rewe und Edeka. Je nach Anbieter werden dabei unterschiedliche Liefermodalitäten angeboten:

- **Instant-Delivery (Sofortlieferung):**

"Instant-Delivery" oder "Sofortlieferung" ist ein Liefermodell, bei dem Produkte oder Dienstleistungen nahezu unmittelbar nach der Bestellung und Bezahlung an den Kunden geliefert werden. Dieses Modell wird oft von Unternehmen in städtischen Gebieten angeboten und ermöglicht es den Kunden, Produkte wie Lebensmittel, Medikamente oder andere Waren innerhalb weniger Stunden oder sogar Minuten zu erhalten. Instant-Delivery-Plattformen und Kurierdienste haben in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen und sind besonders in urbanen Regionen beliebt. Auch die Elektro-Fachmarktkette MediaMarkt/Saturn plant aktuell die Einführung eines Lieferangebots (in Kooperation mit dem Logistikdienstleister Uber Direct), wonach Kunden über das Internet bestellte Waren gegen eine pauschale Versandgebühr innerhalb von 90 Minuten nach Hause geliefert bekommen.

- **On-Demand-Delivery (Lieferung auf Abruf):**

"On-Demand-Delivery" bezieht sich auf Lieferdienste, bei denen Kunden Zeitpunkt und Ort der Lieferung bestimmen können. Dies bedeutet, dass Kunden die Möglichkeit haben,

Lieferungen nach Bedarf zu planen und zu bestellen. On-Demand-Delivery-Plattformen bieten oft flexible Lieferoptionen, darunter die Wahl des Lieferzeitfensters und die Lieferung an verschiedene Orte wie das eigene Zuhause, Büro oder Abholstellen.

- **Last-Mile-Delivery (letzte Meile)**

Die "Last-Mile-Delivery" bezieht sich auf den letzten Schritt in der Lieferkette, bei dem Produkte oder Waren vom Verteilungszentrum oder Lager zum Endverbraucher geliefert werden. Dieser Schritt ist oft der komplexeste und kostspieligste Teil des Lieferprozesses, da externe Einflussfaktoren (z.B. Verkehrsstaus, begrenzte Parkmöglichkeiten an bzw. im Umfeld der Lieferadresse, Zustellung an verschiedene Adressen in einem Wohngebiet) den Liefervorgang verzögern können.

Die skizzierten Liefermodelle zeigen auf, dass Lieferdienste grundsätzlich eine komplexe (insb. bei gekühlten/gefrorenen Lebensmitteln) und gerade ‚auf der letzten Meile‘ personalintensive Logistik erfordern, welche die Rentabilität derartiger Geschäftsmodelle (Schnelllieferdienste) grundsätzlich vor große

Herausforderungen stellt. Gleichzeitig bewegen sich diese Anbieter gerade im Lebensmittelbereich in einem hochkompetitiven Marktumfeld mit entsprechend geringen Margen und einer auf Kundenseite besonders ausgeprägten Preissensibilität, welche zur Folge hat, dass Preisaufschläge im Vergleich zu stationären Angeboten oder Lieferkosten bzw. Mindestbestellwerte nur bis zu einer bestimmten Höhe überhaupt akzeptiert werden. Hinzu kommt, dass gerade in Großstädten, in denen das Gros der Lieferdienste agiert, in aller Regel ein dichtes Netz an stationären Lebensmittelangeboten besteht und somit der ‚Versorgungsdruck‘ auf Kundenseite, auf Lieferdienste zurückzugreifen, entsprechend gering ausgeprägt ist. Eine Herausforderung ist und bleibt zudem die Aufrechterhaltung der Kühlkette bei entsprechend transportempfindlichen Lebensmitteln. Angesichts dieser schwierigen Rahmenbedingungen haben einige Unternehmen ihr Angebot in Deutschland bereits wieder eingestellt (z.B. Foodpanda in 2021) oder suchen ihren wirtschaftlichen Erfolg in Fusionen mit anderen Anbietern (z.B. Übernahme von Gorillas<sup>16</sup> durch den türkischen Anbieter Getir Ende 2022,

Übernahme von Bringmeister durch Knuspr Anfang 2024). Auch der von Rewe zukünftig nicht mehr finanziell ‚unterfütterte‘ Anbieter Flink, der seine Waren zu Supermarkt-Konditionen von Rewe bezieht, ist mit seinem Lieferangebot bislang nur in wenigen deutschen Großstädten, darunter auch in FÜRTH<sup>17</sup>, präsent. Zusätzlich zu den in den letzten Jahren entstandenen reinen Schnelllieferdiensten haben auch einige ‚klassische‘ Supermarktketten die Lieferung von Lebensmitteln an die Haustüre in ihr Angebot aufgenommen. Während Edeka mit seinem Lieferdienst lediglich haltbare bzw. Trockensortimente per Paketpost versendet, bietet Rewe in einigen Städten wie z.B. in FÜRTH<sup>18</sup> einen eigenen Lieferdienst an, der sämtliche Supermarkt-Sortimente ab einem Mindestbestellwert von derzeit 50 Euro und gegen eine je nach Warenwert gestaffelte Liefergebühr frei Haus (je nach Standort am gleichen Tag) liefert. Alternativ können Bestellungen auch an einem bestehenden Rewe-Supermarkt abgeholt werden.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass trotz aktueller Wachstumsraten bei der Online-

Bestellung von Lebensmitteln das Geschäftsmodell der Schnelllieferdienste angesichts der personal- und kostenintensiven ‚letzten Meile‘ auch zukünftig kaum profitabel zu betreiben sein dürfte. Auch angesichts der Tatsache, dass derartige Lieferdienste v.a. in Großstädten angeboten werden, ist davon auszugehen, dass Schnelllieferdienste weiterhin eher einen Nischenmarkt in Großstadtmilieus adressieren werden. Inwieweit Lieferdienste etablierter Supermarkt-Betreiber als dauerhaftes Ergänzungsangebot Bestand haben werden, bleibt abzuwarten, zumal auch in diesem Fall die im Zusammenhang mit der Auslieferung verbundenen Kosten nicht vollumfänglich auf die Kunden umgelegt werden können. Die Anbieter profitieren jedoch von ihrer Marktmacht und einem einheitlichen Warenbezug und können Mehrkosten durch die Lieferung über das Tagesgeschäft ‚querfinanzieren‘.

---

<sup>16</sup> Aktuell ist der Anbieter nur noch in sechs deutschen Großstädten aktiv.

<sup>17</sup> Das Liefergebiet erstreckt sich derzeit nur auf die erweiterte Kernstadt FÜRTH (ohne Ortsteile wie Vach, Stadeln, Sack oder Braunsbach).

<sup>18</sup> Das Liefergebiet erstreckt sich auf das gesamte Fürther Stadtgebiet.

### 1.3.2 Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein und Regionalität

Ein weiterer wichtiger Trend geht hin zu Nachhaltigkeit, Bio und Regionalität. Dies spiegelt sich in allen Branchen wider und nahezu jeder Dienstleister, Einzelhändler, Gastronom usw. versucht, sein Angebot in diese Richtung zu erweitern, auch vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Wandels.

Allein in den Jahren 2019 bis 2022 hat sich der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln um rd. 25% gesteigert, wobei vor allem der Lebensmitteleinzelhandel diesen Trend aufgreift. Auf den LEH entfallen rund 67% aller Ausgaben für Bio-Produkte (s. Abb. 10). Dies gibt auch das Ökobarometer 2022 wieder, in dem die Verbraucher Auskunft über die Einkaufsorte von Bio-Lebensmitteln geben (s. Abb. 11). Der Supermarkt steht hier mit 91 % an der Spitze. Dem folgen Discounter (77 %), der Wochenmarkt (55 %) und die Bäckerei (54 %). Dem folgen Metzgerei (50 %), Drogeriemarkt (50 %), Direkt beim erzeugenden Betrieb (48 %), Bio-/Naturkostladen (43 %), Bio-Supermarkt-Kette (40 %), Reformhaus (22 %), Internet (15 %), Abokiste (6 %) und Kiosk und Tankstellen (5 %).

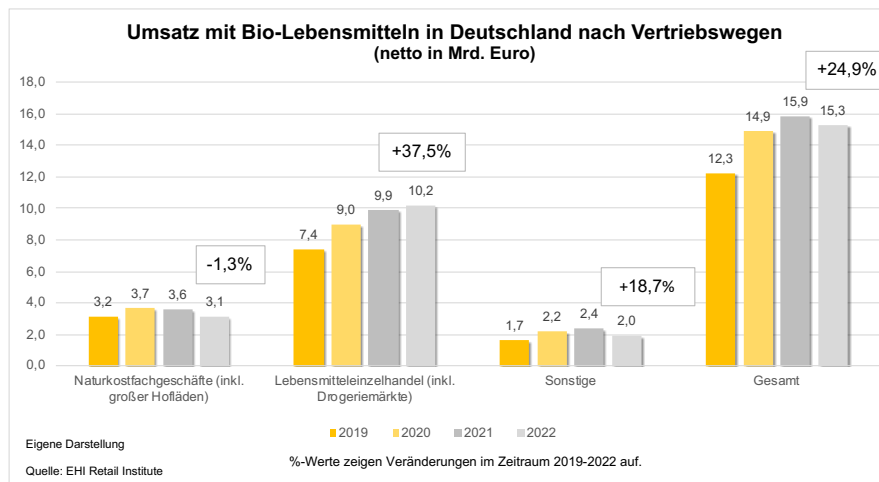


Abbildung 10: Umsatzentwicklung mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland 2019 bis 2022

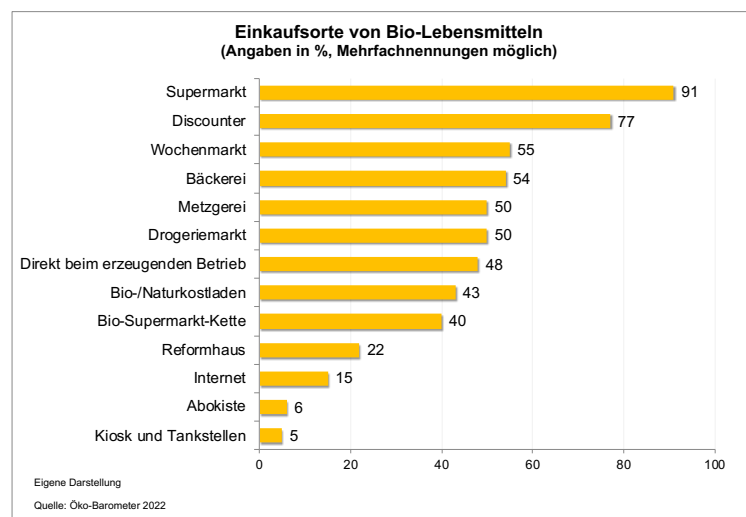


Abbildung 11: Einkaufsorte von Bio-Lebensmitteln

Die Bedeutung Bio ringt jedoch mit der Wichtigkeit von Regionalität. Laut einer YouGov-Analyse (2018)<sup>19</sup> achten zwei von fünf Deutschen (42 %) bei der Auswahl von Lebensmitteln auf deren regionale Herkunft. Damit gehört Regionalität zu den Top 3-Kaufkriterien. Wichtiger sind den Verbrauchern nur Frische (52 %) und Zuckergehalt (47 %). Im Vergleich sind Kriterien wie Bio (25 %) oder Herkunft, Anbau und Aufzucht (29 %) den Käufern nicht so wichtig.

Knapp drei Viertel (74 %) der Deutschen geben lt. der Studie zudem an, dass sich die Bezeichnung „regional produziert“ auf Lebensmittelverpackungen positiv auf ihre Meinung zu einem Produkt auswirkt. Wenn auf Produkten die Bezeichnung „regional“ steht, werden sie von 77 % Prozent der Befragten als frischer als andere Lebensmittel wahrgenommen. Nur 29 % haben diese Assoziation bei Lebensmitteln, die mit der Bezeichnung „Bio-Lebensmittel“ etikettiert sind.

Auch schreibt rd. die Hälfte (49 %) der Befragten regional angebauten Lebensmitteln eine

bessere Qualität zu (im Vergleich zu 43 % bei Bio-Lebensmitteln). Der Geschmack (43 vs. 30 %) und die Reichhaltigkeit an Nährstoffen (40 vs. 37 %) werden ebenfalls bei regionalen Produkten besser eingeschätzt als bei Bio-Produkten.

Auch in Bayern ist das Thema Regionalität bei der Ernährung von besonderer Bedeutung, wie die 3. Bayerische Ernährungsstudie<sup>20</sup> „Was isst Bayern?“ herausstellt:

- 20 % der Befragten kauften trotz gestiegener Preise mehr regional erzeugte Produkte als im Vorjahr;
- Beim Kauf von Bio-Produkten im Jahr 2022 ist kein Rückgang, sondern sogar ein leicht positiver Trend zu erkennen;
- Die Nachfrage nach biologisch und regional erzeugten Produkten steigt weiter an, wenngleich weniger stark als noch in den Jahren 2020 bzw. 2021.

Einen repräsentativen<sup>21</sup> Einblick in die Einstellung der Deutschen zum Umweltbewusstsein liefert die im zweijährigen Turnus vom Bundesumweltministerium zusammen mit dem Umweltbundesamt herausgegebene Studie „Umweltbewusstsein in Deutschland“<sup>22</sup>, die in ihrer aktuellen Ausgabe aus dem Jahr 2022 im wesentlichen folgende Kernbotschaften enthält:

- **Umwelt- und Klimaschutz** bleibt aus Sicht der Befragten **nach wie vor wichtig**, konkurriert jedoch in seiner Bedeutung mit anderen als relevanter erachteten Themen wie Gesundheit, Bildung, Fragen der sozialen Gerechtigkeit und Sicherheitspolitik.
- Vor allem **Plastikmüll, Frischwasserknappheit** und der **Klimawandel bereiten Sorgen**.
- Die weit überwiegende Mehrheit spürt **Folgen des Klimawandels** (z.B. durch Trockenheit, Niedrigwasser und Dürren auf der einen und Starkregen, Sturzfluten und

<sup>19</sup> <https://yougov.de/news/2018/12/05/lebensmittelkauf-regional-muss-es-sein/>

<sup>20</sup> <https://www.stmelf.bayern.de/service/presse/pm/2023/bayerns-verbraucher-greifen-trotz-inflation-zu/index.html>

<sup>21</sup> Grundlage der Studie war eine Stichprobe von 2.087 online Befragten im Rahmen des repräsentativen Panels forsa.omninet.

<sup>22</sup> Vgl. <https://www.bmuv.de/publikation/umweltbewusstsein-in-deutschland-2022>

Hochwasser auf der anderen Seite) und hält **Maßnahmen zur Anpassung** (z.B. zum Schutz vor Überschwemmungen, Überhitzung, Waldumbau) für **erforderlich**.

- Immer mehr Menschen befürchten, dass der **Klimawandel** ihrer **Gesundheit schaden** kann, vor allem über die Ernährung (z.B. durch Schadstoffe, Plastikpartikel oder Rückstände von Pflanzenschutzmitteln in Lebensmitteln oder im Trinkwasser).
- Das Umweltbewusstsein in Deutschland ist hoch, vor allem **junge Menschen** sind **emotional** betroffen.
- Die **Mehrheit** der deutschen Bevölkerung **unterstützt die Anliegen der Umwelt- und Klimabewegung**.
- **Sehr breite Zustimmung** zu **ökologischem Umbau der Wirtschaft**, aber **große Bedenken zu sozialen Auswirkungen**.

Diese Einstellungen münden auch in ein verändertes Konsumverhalten der Befragten, das sich folgendermaßen charakterisieren lässt:

- Kauf nachhaltiger Produkte. Orientierung bieten hierfür verschiedene Siegel (z.B. zur Energieeffizienzklasse von Haushaltsgeräten, EU-Bio-Siegel, Fair Trade, Blauer Engel u.a.), welche die Kaufentscheidung der Befragten aktiv beeinflussten.
- Bereitschaft, den eigenen ökologischen Fußabdruck zu verringern (z.B. Nutzung des eigenen Autos reduzieren, Reduktion des Konsums tierischer Produkte)

Eng verknüpft mit einem gestiegenen Umweltbewusstsein in der Bevölkerung ist auch ein verstärktes Interesse der Konsumenten an der Herkunft von Produkten. Insbesondere nach der Corona-Pandemie hat das Thema Regionalität beim Einkaufen in Deutschland eine verstärkte Bedeutung erlangt. Die Veränderungen im Konsumverhalten während der Pandemie haben dazu geführt, dass viele Verbraucher vermehrt auf lokale und regionale Produkte achten. Dieser Trend lässt sich auf verschiedene Faktoren zurückführen:

1. **Sicherheit und Krisenresilienz:** Die Pandemie hat die Verwundbarkeit globaler Lieferketten aufgezeigt. Verbraucher schätzen regionale Produkte als sicherer ein, da sie

nicht von langen internationalen Transportwegen abhängig sind.

2. **Unterstützung lokaler Wirtschaft:** In der Krise ist das Bewusstsein für die Bedeutung lokaler Wirtschaften gewachsen. Durch den Kauf regionaler Produkte unterstützen Verbraucher direkt ihre lokale Gemeinschaft, stärken kleine Unternehmen und fördern die regionale Wirtschaft.
3. **Umweltaspekte:** Regionalität wird oft mit Umweltfreundlichkeit in Verbindung gebracht. Kurze Transportwege bedeuten in der Regel weniger Energieverbrauch und reduzierte Emissionen, was den ökologischen Fußabdruck verringert. Dies entspricht dem gesteigerten Umweltbewusstsein vieler Konsumenten.
4. **Vertrauen und Transparenz:** Verbraucher suchen vermehrt nach Transparenz in Bezug auf die Herkunft ihrer Produkte. Regionalität bietet ein höheres Maß an Transparenz und ermöglicht es den Konsumenten, die Produktionsbedingungen besser nachzuvollziehen.

5. **Qualität und Frische:** Lokale Produkte werden oft als frischer und qualitativ hochwertiger wahrgenommen, da sie schneller vom Erzeuger zum Verbraucher gelangen können. Dies spielt insbesondere im Lebensmittelbereich eine entscheidende Rolle.

### 1.3.3 Esskultur

Auch die Esskultur unterliegt einem fortwährenden Wandel, der gesellschaftliche Veränderungen aufgreift. Die Trendforschung unterscheidet dabei zwischen Trends mit unterschiedlicher Lebensdauer. Neben kurzlebigen Trends, die als Modeerscheinungen bezeichnet werden können, bewirken andere Erscheinungen tiefgreifende und langfristig wirkende Entwicklungen. Laut Foodnewsgermany sind folgende Megatrends von Bedeutung, die das Denken und Handeln global beeinflussen:

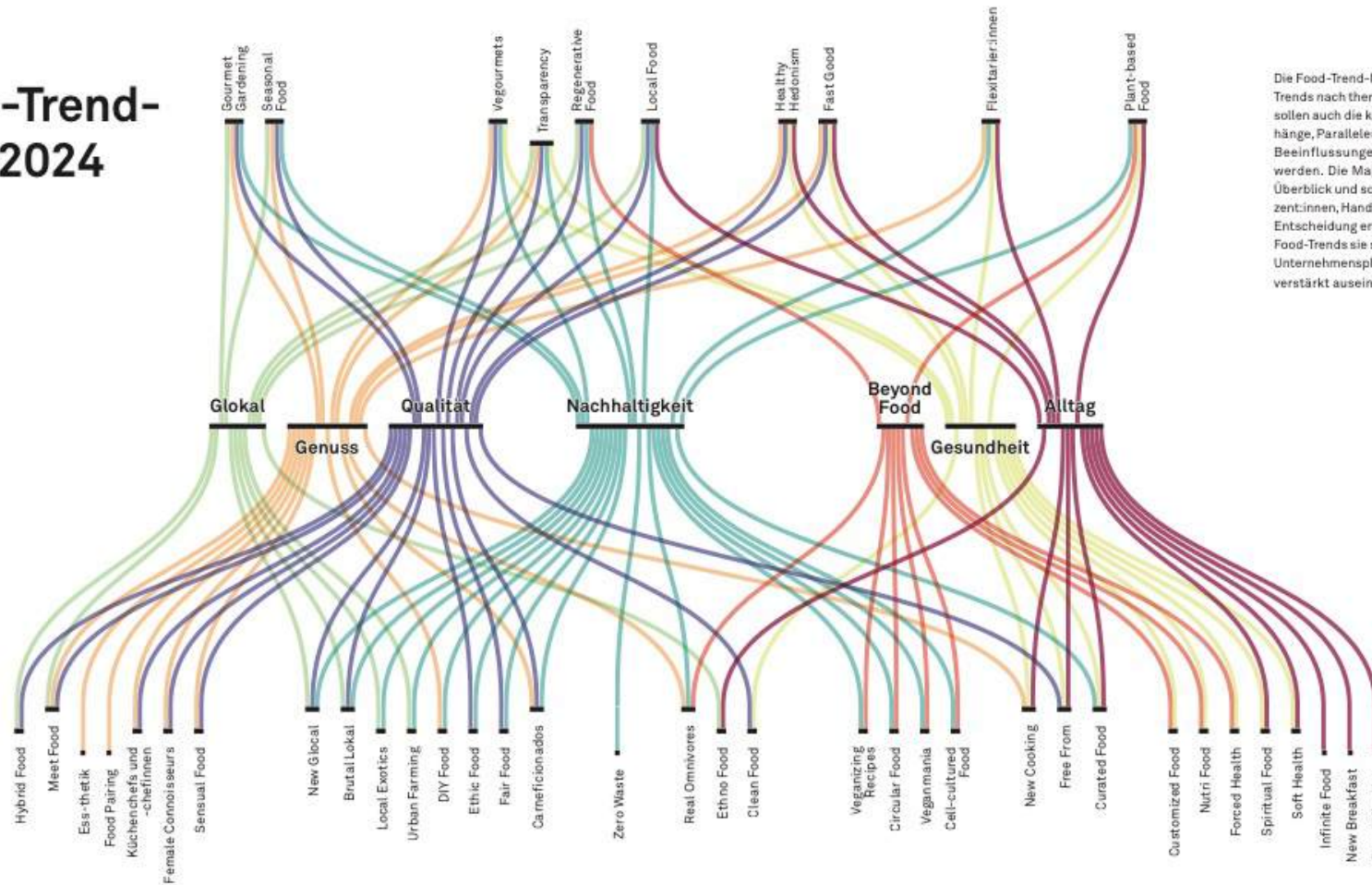
- **New Work** (veränderte Ernährungsgewohnheiten in Zeiten von flexiblen Arbeitszeiten, Homeworking, Work-Life-Blending)

- **Neo-Ökologie** (Fokus auf Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und Qualität von Lebensmitteln)
- **Urbanisierung** (Lebensmittelproduktion im urbanen Raum, etwa Vertical Farming, Cultured Meat und In-vitro-Produkte)
- **Gender Shift** (neue Ernährungsgewohnheiten als Reaktion auf veränderte Rollenmuster fernab des althergebrachten Familienideals, Patchwork-Familien, Single-Haushalte, Alleinerziehende)
- **Individualisierung** (persönliche Ernährungs- und Geschmackspräferenzen, Essideologien, Lifestyle-Diäten)
- **Konnektivität** (veränderte Beziehungen und Kommunikationswege zwischen den Akteuren aus Konsumgesellschaft, Produzenten und Handel)
- **Gesundheit** (Essen als Synonym für eine gutes Leben).

Daraus ergibt sich eine Vielzahl von Esskultur-Trends, die sich zum Teil ergänzen, überschneiden bzw. bündeln.

Die Food-Trend-Map des Zukunftsinstituts (vgl. Abbildung auf nächster Seite) zeigt übersichtlich alle Trends. Seit der Ausgabe 2023 bündelt die Trend-Map die vielen Trends nach thematischen Clustern.

# Food-Trend-Map 2024



Die Food-Trend-Map bündelt die vielen Trends nach thematischen Clustern. So sollen auch die komplexen Zusammenhänge, Parallelen und wechselseitigen Beeinflussungen besser ersichtlich werden. Die Map schafft damit mehr Überblick und soll Lebensmittelproduzent:innen, Handel und Gastronomie die Entscheidung erleichtern, mit welchen Food-Trends sie sich – passend zu ihrer Unternehmensphilosophie – in Zukunft verstärkt auseinandersetzen.

Aus: Food Report 2024

Abbildung 12: Food Trends-Map 2024

Das Zukunftsinstitut formulierte bereits in seinem Food Report 2021<sup>23</sup> Trends, die sich unter Einbeziehung der Trends 2023 und 2024 in etwa folgendermaßen zusammenfassen lassen:

- Der deutliche Anstieg beim Konsum von Frischobst setzt sich auch nach der Corona-Krise verstärkt fort.
- Der Bezug von Gemüseboxenlieferungen von (regionalen) Biobauern boomt und wird anhalten.
- Dies mündet in den Trend **Soft Health** (genussvoll und gesund essen). Dabei geht es um Ausgewogenheit, Vielfalt und um Speisen mit einem hohen Anteil an Gemüse, Hülsenfrüchten und Getreideprodukten.
- Weniger Fleischkonsum und Ersatz durch pflanzliche Fleisch- und Fischersatzprodukte
- Moderne Esskulturen wenden sich von den traditionellen drei Hauptmahlzeiten ab. Ein flexibleres, spontaneres und individuelles Essverhalten tritt an den Tag.
- Die in den letzten Jahren starken Trends **Snackification und Außer-Haus-Verzehr** nehmen seit dem Ende der Corona-Pandemie und trotz Konjunkturkrise wieder Fahrt auf und bewegen sich zumindest in den städtischen Regionen wieder in Richtung von Vor-Corona-Werten.
- Die Homeoffice-Situation hat zu einer gewissen „Convenience-Haltung“ geführt. Ausgelöst wurde dies durch die Reaktion der Gastronomie, Mitnahme- und Lieferdienste anzubieten. Dieser in der Not gelernte Service wird in den kommenden Jahren einen gewissen Bestand haben können.
- Das bereits erwähnte Stay-at-Home im Rahmen der Corona-Schließungen hat zu mehr ‚Selbermachen‘ in der eigenen Küche und zum Anbau von Kräutern, Salaten und Gemüse auf Balkonen, Fensterbänken oder Gärten geführt. Gerade junge Städter haben sich diesem Trend, dem **DIY Food & Gourmet Gardening**, angenommen, und posten ihre Erfolge gerne in allen

Sozialen Medien. Das Prädikat „hausgemacht“ kann auch nach der Krise überleben. Immer mehr Menschen wollen Lebensmittel nicht nur „verbrauchen“, sondern erleben.

- Das wachsende Interesse an Herstellung, Qualität und deren sinnliche Erfahrung führt zu einer Reaktion der Hersteller. Das beginnt beim Einkauf auf dem Wochenmarkt, im Hofladen, beim Bäcker oder Metzger nebenan.

Es wird deutlich, dass die Esskultur-Trends vor allem von den Themen Gesundheit, Qualität, Nachhaltigkeit und Genuss geprägt werden. Themen, die bereits in der Stadt FÜRTH (vgl. Fürther Markt) aufgegriffen werden und auch in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen werden.

<sup>23</sup>

<https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/food/food-trends-was-bleibt-und-was-sich-aendern-wird/>

### 1.3.4 Homeworking

Als weiterer wichtiger gesellschaftlicher Trend mit verschiedenen Folgewirkungen ist die Nutzung von Homeworking im Dienstleistungsbereich anzusprechen, das sich nach der Corona-Pandemie zu einem festen Bestandteil der Arbeitswelt entwickelt hat. Waren vor der Corona-Pandemie lt. Statistischem Bundesamt (Destatis)<sup>24</sup> nur knapp 13 % der Erwerbstätigen in Deutschland im Homeoffice tätig, stieg deren Anteil während der Corona-Pandemie auf 21 % (2020) an. Gegen Ende Corona-Pandemie im Jahr 2022 arbeiteten mittlerweile rd. 24 % der Erwerbstätigen im Homeoffice. Wenngleich einige große Firmen wieder dazu tendieren, die Homeoffice-Tätigkeiten zugunsten einer stärkeren Präsenz im Unternehmen einzuschränken, ist dennoch davon auszugehen, dass Homeworking als Arbeitsmodell im Dienstleistungsbereich auch zukünftig Bestand haben wird. Somit stellt sich auch die Frage nach den Folgewirkung für den Einzelhandel und die Frequenzen in den Innenstädten/Zentren. Zunächst einmal ist wenig überraschend davon auszugehen, dass durch das Arbeiten von zu Hause aus Versorgungseinkäufe unter der Woche verstärkt wohnortnah getätigt

werden. Dies fördert zunächst einmal die lokalen Angebotsstrukturen am Wohnort bzw. in Wohnortnähe. Auch der Online-Handel kann vom Trend zum Homeworking, z.B. durch die eingesparte Zeit des Arbeitswegs profitieren. Die Auswirkungen auf die Innenstädte/Zentren lassen sich nicht pauschal bzw. allgemeingültig bewerten und hängen auch maßgeblich vom Anteil der Büronutzungen im innerstädtischen Angebotsmix ab. Innenstädte mit einer gut durchmischten Angebotsstruktur dürften daher die Rückgänge in der ‚Tagbevölkerung‘ besser verkraften können. Demgegenüber sind Innenstädte mit einem hohem Anteil an Büronutzungen – insbesondere in Großstädten – nicht nur von Frequenzrückgängen betroffen, sondern stehen auch vor der Herausforderung einer möglicherweise zunehmenden Leerstandsproblematik im Bereich Büroflächen, die den Umnutzungsdruck erhöhen dürfte.

---

<sup>24</sup> <https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Qualitaet-Arbeit/Dimension-3/home-office.html>

## 1.4 Rechtliche Rahmenbedingungen

In diesem Kapitel sollen die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen kurz erläutert und bewertet werden, unter denen die Stadt als Träger der Planungshoheit eine zentrenorientierte Einzelhandelsentwicklung steuern kann. Abschließend ist zu bewerten, welche Effekte für die Zentrenentwicklung von diesen Vorgaben ausgehen.

### 1.4.1 Bauplanungsrecht

Mit dem Baugesetzbuch (BauGB) bzw. der Baunutzungsverordnung (BauNVO) gibt der Bundesgesetzgeber den Kommunen ein planungsrechtliches Instrumentarium ‚an die Hand‘, das eine zentrenorientierte Ansiedlungssteuerung des Einzelhandels über rechtsverbindliche Bebauungspläne unterstützt. Hierbei werden im Rahmen einer Änderung oder Aufstellung eines Bebauungsplans bewusste Nutzungen (Einzelhandelsbetriebe) oder sogar einzelne Nutzungsarten, wie z.B. Discounter, Verbrauchermarkt, etc. ausgeschlossen. Bei einem solchem Ausschluss von bestimmten Nutzungen ist zwingend eine besondere städtebauliche Begründung erforderlich. Neben dem Ausschluss von bestimmten Nutzungsarten können auch maximale Verkaufsflächen (VKF

in m<sup>2</sup>) für die gewünschten und zulässigen Einzelhandelsnutzungen festgelegt werden.

Einzelhandelsbetriebe im Planungsrecht werden je nach Gebietsart unterschiedlich, z.B. als „die der Versorgung des Gebiets dienenden Läden (WA)“ bezeichnet. Grundsätzlich sind Einzelhandelsbetriebe als Gewerbebetriebe zu beurteilen, die das Wohnen (in der Umgebung), insbesondere durch Zu- und Abgangsverkehr, jedoch nicht wesentlich stören dürfen.

Einzelhandelsnutzungen mit einer maximalen Verkaufsfläche von **800 m<sup>2</sup>** sind gemäß Baunutzungsverordnung in den folgenden Gebietsarten zulässig:

- Allgemeines Wohngebiet („die der Versorgung des Gebiets dienenden Läden“ - § 4 Abs. 2 BauNVO),
- Dorfgebiet („Unterbringung von nicht störenden Gewerbebetrieben“ - § 5 Abs. 1 BauNVO),
- Mischgebiet („Einzelhandelsbetriebe“ - Geschäfte, die der verbrauchernahen Versorgung eines Wohngebietes dienen - § 6 Abs. 2 Nr. 3 BauNVO),
- Urbanes Gebiet (Einzelhandelsbetriebe sowie Geschäftsgebäude - § 6a Abs. 2 Nrn. 2 u. 3 BauNVO) und
- Gewerbegebiet („nicht erhebliche belästigende Gewerbebetriebe“ - § 8 Abs. 1

BauNVO), „Gewerbebetriebe aller Art“ - § 8 Abs. 2 BauNVO).

Hinsichtlich der **Größe von Einzelhandelsbetrieben** ist der **allgemeine Grundsatz** maßgeblich, dass diese **dem Gebietscharakter nicht widersprechen** darf. Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> sind daher in den aufgezählten Gebietstypen in der Regel zulässig.

In Kleinsiedlungsgebieten (WS) und reinen Wohngebieten (WR) sind nicht großflächige Einzelhandelsnutzungen ausnahmsweise zulässig, sofern sie der Versorgung des Gebietes dienen (§ 2 Abs. 2 Nr. 2 u. § 3 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO).

**Großflächige Einzelhandelsgeschäfte** und Einkaufszentren sind nach § 11 Abs. 3 Nr. 3 BauNVO hingegen den **Kerngebieten** sowie in für sie festgesetzten **sonstigen Sondergebieten (SO)** vorbehalten. Von großflächigen Einzelhandelsgeschäften (mehr als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche) gehen regelmäßig Auswirkungen u.a. *auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe* oder auch auf *die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden* aus. Diese Regelvermutung kann im Einzelfall mittels einer fachgutachterlichen Untersuchung (Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungsanalyse) widerlegt werden, sofern *Anhaltspunkte dafür*

*bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche nicht vorliegen.*

Kerngebiete dienen nach § 7 BauNVO vorwiegend der Unterbringung von Handelsbetrieben sowie von zentralen Einrichtungen der Wirtschaft, der Verwaltung und der Kultur. Es handelt sich dabei zumeist um die Innenstädte der Großstädte, aber auch um Zentren von Stadtbezirken oder von kleineren und mittleren Städten.

Die Besonderheit bei der Festsetzung eines Sonstigen Sondergebietes im Vergleich zu den anderen Gebietsarten besteht darin, dass die zulässigen Nutzungen zweckgebunden sind. Im SO müssen alle gewünschten Nutzungen unter der zulässigen und ausnahmsweise zulässigen Art der baulichen Nutzung eindeutig und bestimmt mit jeweiligen Verkaufsflächen aufgelistet werden. Bei den anderen Gebietsarten müssen nicht gewünschte Nutzungen explizit ausgeschlossen werden bzw. liegt der vorgegebene Nutzungsspielraum innerhalb der aufgeführten allgemeinen und ausnahmsweise zulässigen Nutzungsarten der Abs. 2 und 3 der jeweiligen Paragraphen.

Eine effektive Verkaufsflächenbegrenzung ist bei der Ausweisung von Sondergebieten für Vorhaben i.S.v. Abs. BauNVO § 11 Absatz 3 S. 1 häufig zwingend erforderlich, um sowohl den Zielen der

Raumordnung als auch dem interkommunalen Abstimmungsgebot zu genügen.

Bis zu welchem Umfang Verkaufsflächen im geplanten Sondergebiet höchstens geschaffen werden dürfen, ohne dass ein Verstoß gegen Ziele der Raumordnung vorliegt bzw. das interkommunale Abstimmungsgebot verletzt wird, lässt sich im Bauleitplanverfahren mit Hilfe von Einzelhandelsgutachten ermitteln. Diese Gutachten haben nicht nur Aufschluss über die Obergrenze der maximal zulässigen Gesamtverkaufsfläche im Sondergebiet zu geben, sondern auch über die sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen.

#### **1.4.2 Raum- und Landesplanung**

Nachdem die Ziele der Raumordnung in der Bauleitplanung gemäß § 1 Abs. 4 BauGB zu berücksichtigen sind, nimmt die bayerische Raum- und Landesplanung in Bayern über die Vorgaben und Ziele im Landesentwicklungsprogramm (LEP 2023) einen maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels in der Stadt FÜRTH.

Einschlägig sind hier v.a. die Kapitel 5.31 – 5.33, die für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) gelten.

#### **LEP 5.3.1 Lage im Raum**

**(Z)** Flächen für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden. Abweichend sind Ausweisungen zulässig

- für Betriebe bis 1200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2,

- für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.

#### **LEP 5.3.2 Lage in der Gemeinde**

**(Z)** Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

- das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder

- die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.

### **LEP 5.3.3 - Zulässige Verkaufsflächen**

**(Z)** Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H.,
- soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v.H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v.H.

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.

Als landesplanerische Bezugsräume fungieren Nahbereiche für großflächige Betriebe des Nahversorgungsbedarfs – diese werden in den jeweiligen Regionalplänen festgelegt – sowie Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte mit Sortimenten des Innenstadtbedarfs. Auf die Stadt FÜRTH bezogen

entspricht der Nahbereich dem Stadtgebiet. Der Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich umfasst lt. LEP 573.140 Einwohner.

### **1.4.3 Europarecht**

Auch ist zu berücksichtigen, dass die kommunale Einzelhandelssteuerung über das deutsche Planungsrecht **europäischem Recht genügen** muss. In seinem wegweisenden Urteil vom 30.01.2018 (Rs. C-31/16 — Visser Vastgoed Beleggingen) hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) entschieden, dass die Tätigkeit des Einzelhandels mit Waren als Dienstleistung im Sinne der EU-Dienstleistungsrichtlinie (DL-RLS) 2006/123 zu betrachten ist. Vor diesem Hintergrund sind für die Rechtssicherheit der Einzelhandels- und Zentrenkonzepte, die als informelle Planungsgrundlage gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB für eine rechtlich belastbare kommunale Einzelhandelssteuerung durch die Bauleitplanung von entscheidender Bedeutung sind, die folgenden **Anforderungen aus den Artikeln 14 und 15 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie** zu erfüllen:

1. Es muss sichergestellt sein, dass zum einen das Einzelhandelskonzept das gesamte

Stadtgebiet umfasst und zum anderen die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld analysiert und einbezogen wird. Dies ist vielfach bei bestehenden Einzelhandelskonzepten bereits der Fall.

2. Neu dagegen ist, dass wirtschaftliche Bedarfsprüfungen nicht mehr zulässig sind. Damit gehören Flächenbedarfsprognosen oder Rechenmodelle, z.B. ausgelöst durch Bevölkerungswachstum, zur Bestimmung künftiger Verkaufsflächenzuwächse der Vergangenheit an.
3. Um der Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit nicht zu widersprechen, ist eine intensivere Beschäftigung und Begründung von räumlichen Abgrenzungen von Zentren und der darin vorgesehenen Flächendimensionierungen nötig. Ein Einzelhandelskonzept ohne Entwicklungsspielräume für den Handel ist gemäß der Dienstleistungsrichtlinie nicht mehr bestandssicher. Dies gilt insbesondere für Zentrale Versorgungsbereiche. Zukünftige Einzelhandelskonzepte werden auch Aussagen zu potenziellen Flächenentwicklungen enthalten müssen. Eine reine Beschränkung der Zentralen Versorgungsbereiche auf den Bestand wird nicht mehr möglich sein.

4. Das einfache Heranziehen einer maximal zulässigen Kaufkraftabschöpfung für die Bestimmung der Zulässigkeit von Nahversorgungsbetrieben widerspricht der europäischen Dienstleistungsrichtlinie. Dies wird eine Neuerung der landesplanerischen Vorgaben zur Folge haben. Auch bisherige Abstandsregelungen zur Beurteilung von Agglomerationen werden überdacht werden müssen.
5. Grundsätzlich sind zum sogenannten „Schutz der städtischen Umwelt“ Beschränkungen für den Einzelhandel nach wie vor anwendbar, solange eine explizite städtebauliche Begründung dafür heranziehbar ist. Aus Sicht des Unionsrechts stellen planerische Maßnahmen, die dem Schutz der städtischen Umwelt dienen, zwingende Gründe des Allgemeininteresses dar, die Beschränkungen im Sinne des Beschränkungsverbots rechtfertigen können. Danach ist eine raumordnungsrechtliche Ansiedlungssteuerung für Einzelhandelsgroßbetriebe unionsrechtlich durch zwingende Gründe des

Allgemeininteresses gerechtfertigt, wenn Ziel der Maßnahme eine effektive Nutzung und Bündelung der öffentlichen Infrastruktur sowie die Vermeidung eines unnötigen Flächen- und Ressourcenverbrauchs durch Zersiedelung und den damit einhergehenden Verkehr ist. Damit werden die Anforderungen für städtebauliche Begründungen steigen, denn die Planungsträger haben hierfür die Darlegungslast.

6. Grundsätzlich muss eine jegliche Steuerung nichtdiskriminierend sein, das heißt keine direkte oder indirekte Diskriminierung aufgrund der Staatsangehörigkeit oder -bei Gesellschaften- aufgrund des Ortes des satzungsmäßigen Sitzes darstellen. Sie muss erforderlich sein, das heißt durch einen zwingenden Grund des Allgemeininteresses gerechtfertigt sein, hierzu zählen nach Art. 4 Nr. 8 der Dienstleistungsrichtlinie u.a. der Schutz der Verbraucher, der Schutz der Umwelt und der städtischen Umwelt, der Schutz des historischen und künstlerischen Erbes sowie die Ziele der Sozialpolitik

und der Kulturpolitik. Sie muss verhältnismäßig sein, das heißt die Anforderungen müssen hiernach zur Verwirklichung des mit ihr verfolgten Ziels geeignet sein. Sie darf nicht über das hinausgehen, was zur Erreichung dieses Ziels erforderlich ist.

7. Ortsspezifische Sortimentslisten sind noch genauer zu begründen. Die starke Ausdifferenzierung der Einzelsortimente wird nur einer richterlichen Prüfung standhalten können, wenn sie explizit zur Erreichung städtebaulicher Ziele führt.

Werden diese Vorgaben bei der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts erfüllt und richtet die Kommune ihre Einzelhandelssteuerung an dem für die städtebauliche Entwicklung konkret notwendigen Maß aus, kann auch ‚im Lichte‘ des Europarechts eine zentrenorientierte rechtssichere Steuerung des Einzelhandels durch die Kommune weiterhin erfolgen.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Vgl. hierzu auch ‚Hinweise der Fachkommission Städtebau zu Auswirkungen des ‚Visser‘-Urteils des EuGH, insbes. zur Anwendbarkeit der EU-Dienstleistungsrichtlinie auf Bebauungspläne (März 2019) (<https://www.bauministerkonferenz.de/Dokumente/42322684.pdf>).

#### 1.4.4 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)

Das GWB steht für das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen<sup>26</sup> und hat somit auch Auswirkungen auf den Einzelhandel. Es regelt den Wettbewerb und zielt darauf ab, faire Marktbedingungen zu schaffen und den Verbraucherschutz zu gewährleisten.

Das GWB enthält Bestimmungen zur Missbrauchskontrolle, zur Fusionskontrolle und zum Kartellverbot. Diese Regelungen zielen darauf ab, Marktteilnehmer vor unfairem Wettbewerb zu schützen, Preisabsprachen zu unterbinden und Fusionen und Übernahmen von Unternehmen zu regulieren. Im Zuge der aktuell anstehenden 11. GWB-Novelle soll das Bundeskartellamt mit weiteren Befugnissen zur Behebung festgestellter Störungen des Wettbewerbs ausgestattet werden.

Der fortschreitenden Digitalisierung der Wirtschaft und den damit einhergehenden Auswirkungen auf das Kräftespiel der Marktteilnehmer insbesondere durch Plattformunternehmen mit marktübergreifender Bedeutung (Stichwort Amazon) wurde

zudem durch ein ergänzendes GWB-Digitalisierungsgesetz<sup>27</sup> seitens des Bundesgesetzgebers entsprechend Rechnung getragen<sup>28</sup>, das somit auch die Rechte kleinerer Einzelhändler (z.B. bei der Platzierung von Online-Angeboten) gegenüber großen Handelsketten oder E-Commerce-Plattformen wie Amazon stärkt. Somit unterstützt das Gesetz auch den Erhalt einer vielfältigen Einzelhandelslandschaft.

Insgesamt spielt das GWB eine wichtige Rolle bei der Regulierung des deutschen Einzelhandels, um fairen Wettbewerb, ein vielfältiges Angebot und den Schutz der Verbraucher zu gewährleisten.

#### 1.4.5 Fazit

Zusammenfassend ist festzustellen, dass den Kommunen v.a. über das nationale Baurecht ein wirksames Instrumentarium zur Steuerung der örtlichen Einzelhandelsentwicklung zur Verfügung steht, welches im Zusammenspiel mit der Ausweitung von Zentralen Versorgungsbereichen auf Basis fundierter Einzelhandels- und Zentrenkonzepte die einzelhändlerische wie städtebauliche

Entwicklung von Zentren gezielt fördern kann. Nachdem es sich hierbei immer um Eingriffe in den Markt handelt, müssen diese immer städtebaulich gut begründet werden. Ist dies der Fall, kann eine rechtssichere zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung durch die Kommune auch europarechtlichen Anforderungen standhalten. Auch die Regelungen der bayerischen Landesplanung (insb. hinsichtlich Lage in der Gemeinde) unterstützen mittelbar die Stärkung von Zentren, indem städtebaulich nicht integrierte Standorte für großflächigen Einzelhandel bis auf wenige Ausnahmetatbestände unterbunden werden und Einzelhandelsgroßprojekte in ihrer Größe und Ausstrahlungskraft auf ein der Zentralitätsstufe der Standortgemeinde entsprechendes Maß begrenzt bleiben. Konkret auf die Stadt FÜRTH bezogen erlaubt die Größe des Nahbereichs und des einzelhandelspezifischen Verflechtungsbereich zeitgemäße Verkaufsflächengrößen, sodass die Stadt FÜRTH aus landesplanerischer Sicht ihrer zentralörtlichen Bedeutung als Teil der Metropole Nürnberg-Fürth-Erlangen-Schwabach gerecht werden kann.

Die Regelungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) zielen im Kern auf

<sup>26</sup> Vgl. <https://www.gesetze-im-internet.de/gwb/BJNR252110998.html>

<sup>27</sup> Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen für ein fokussiertes, proaktives und digitales Wettbewerbsrecht 4.0 und anderer Bestimmungen (GWB-Digitalisierungsgesetz) vom 18. Januar 2021.

<sup>28</sup> Vgl. <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Service/gwb-digitalisierungsgesetz.html>

einen fairen Wettbewerb aller Marktteilnehmer in der Wirtschaft und betreffen somit auch den Einzelhandel. Inwieweit dieses Gesetz einen erkennbaren Einfluss auf die Zentrenentwicklung nimmt, lässt sich auch aufgrund der branchenübergreifenden Regelungen kaum erkennen.

## 2 Standortanalyse

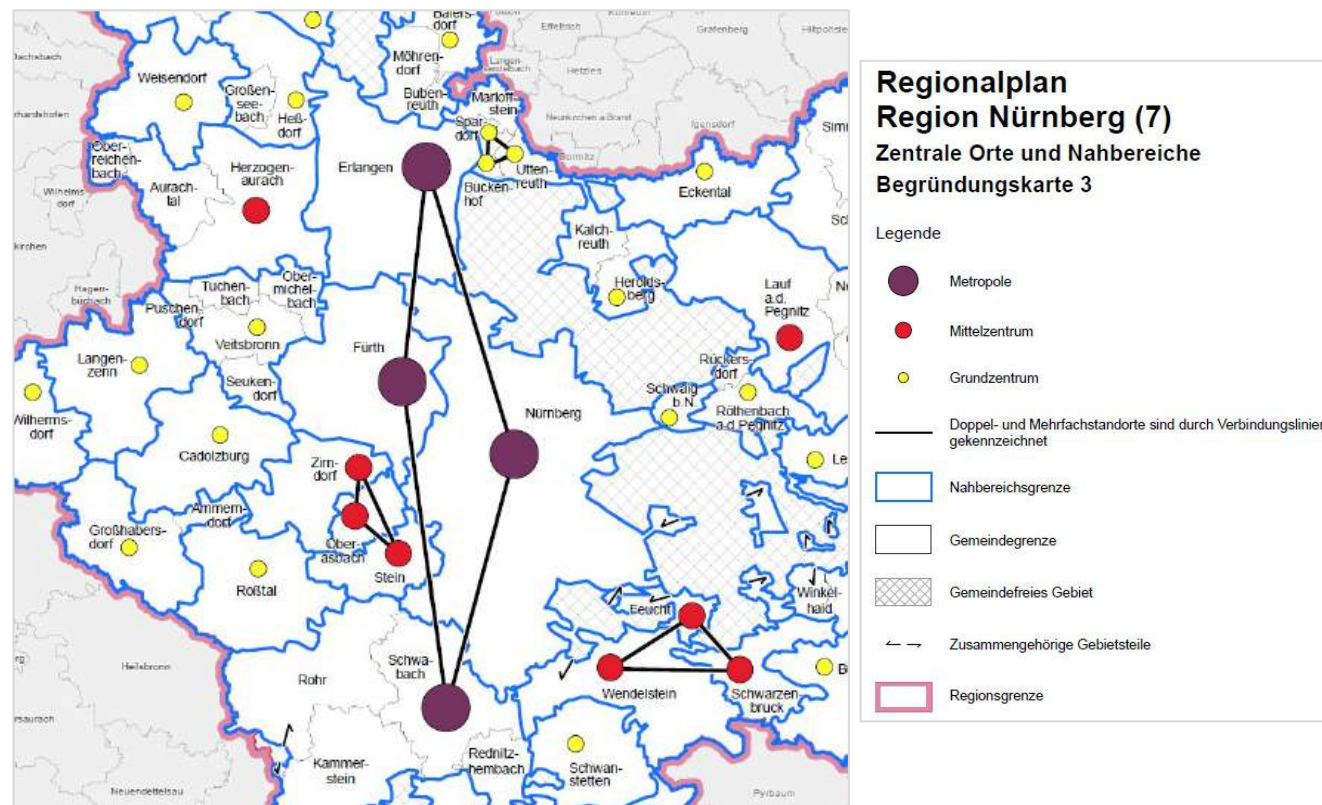
### 2.1 Makro-Standort FÜRTH

#### 2.1.1 Lage im Raum, zentralörtliche Einstufung und verkehrliche Erreichbarkeit

Die kreisfreie Stadt FÜRTH liegt im Norden Bayerns (rd. 174 km nördlich der Landeshauptstadt München) und bildet zusammen mit der östlich angrenzenden und siedlungsstrukturell eng verwobenen Nachbarstadt Nürnberg sowie der nördlich angrenzenden Stadt Erlangen das Zentrum der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Diese Lagegunst spiegelt sich auch im Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) wider, das die Stadt FÜRTH zusammen mit Nürnberg, Erlangen und Schwabach als Metropole einstuft. Lt. LEP<sup>29</sup> sollen Metropolen „als landes- und bundesweite Bildungs-, Handels-, Kultur-, Messe-, Sport-, Verwaltungs-, Wirtschafts- und Wissenschaftsschwerpunkte weiterentwickelt werden. Sie sollen zur räumlichen und wirtschaftlichen Stärkung der

Metropolregionen und ganz Bayerns in Deutschland und Europa beitragen.“

Mit 131.433 Einwohnern<sup>30</sup> rangiert die Stadt innerhalb der fränkischen Regierungsbezirke an zweiter Stelle nach Nürnberg sowie bayernweit an sechster Stelle.



Quelle: Regionalplan Region Nürnberg (7)

Abbildung 13: Ausschnitt Regionalplan Region Nürnberg (7)

<sup>29</sup> Vgl. Landesentwicklungsprogramm Bayern (Stand 01.06.2023), S. 32 ff.

<sup>30</sup> Stand 31.12.2022

Über die durch das Stadtgebiet verlaufende und über mehrere Anschlussstellen (Steinach, Ronhof, Poppenreuth, Nürnberg/Fürth) angebundene BAB 73 (Feucht-Nürnberg-Bamberg-Suhl), das unweit nördlich gelegene Autobahndreieck Fürth-Erlangen (BAB 3/73) sowie die B 8 verfügt die Stadt FÜRTH über eine **sehr gute Integration in das nationale Fernstraßennetz**.

Auch im **lokalen und regionalen Kontext** kann der Stadt FÜRTH dank der o.g. genannten Hauptverkehrsachsen sowie eines dichten Netzes an Staats- und Kreisstraßen eine **sehr gute Pkw-Erreichbarkeit**, insbesondere aus Nürnberg, bescheinigt werden.

Mit Blick auf den **Schienenverkehr** bestehen über den Hauptbahnhof FÜRTH und zahlreiche Haltepunkte im Stadtgebiet (u.a. S-Bahn-Haltestellen Vach, Fürth-Klinikum, Unterfürberg, Burgfarrnbach, Westvorstadt) regelmäßige Zugverbindungen im Rahmen des VGN (S-Bahn, RE, RB) in Richtung Nürnberg, Bamberg, Würzburg, Cadolzburg und Markt Erlbach, sodass hier von einer **sehr guten Erreichbarkeit der Stadt im regionalen Kontext** gesprochen werden kann. Im Fernverkehr der Deutschen Bahn AG wird die Stadt von einigen IC-Linien (z.T. mit Weiterführung in Richtung Wien) angesteuert. Die maßgebliche Bedeutung nimmt diesbezüglich der nur wenige Fahrminuten entfernte Nürnberger Hauptbahnhof

ein. Von dort aus bestehen zahlreiche Anschlussmöglichkeiten an das bundesdeutsche Fernverkehrsnetz (ICE/IC-Verbindungen) sowie Zugverbindungen in einige europäische Metropolen. Die Stadt FÜRTH profitiert somit aufgrund ihrer Nähe zur Nachbarstadt Nürnberg von deren Bedeutung als maßgeblicher Verkehrsknotenpunkt in Nordbayern. Dies gilt im Übrigen auch für den **Flugverkehr**. So ist der internationale Verkehrsflughafen Nürnberg mit dem Pkw sowie auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln (U-Bahn; Buslinie 33) von FÜRTH aus gut zu erreichen.

Der **öffentliche Personennahverkehr** im Fürther Stadtgebiet wird von der stadteigenen infra Fürth GmbH mit einem das gesamte Stadtgebiet umfassenden Busangebot ‚getragen‘ und ist als integraler Bestandteil des Verkehrsverbunds Großraum Nürnberg (VGN) - insbesondere auch durch die direkte U-Bahn-Verbindung (Linie 1) - eng mit der Nachbarstadt Nürnberg verzahnt. Dadurch ist eine hervorragende Erreichbarkeit der Stadt Nürnberg und gerade auch ihrer (Einkaufs-) Innenstadt gegeben, was sicherlich auch Kaufkraftabflüssen in Richtung Nürnberg Vorschub leisten dürfte.

Zuletzt ist noch der Blick auf die **radmobile Erreichbarkeit** der Kleeblattstadt zu richten, die seit Ende 2022 als „fahrradfreundliche Kommune“ zertifiziert ist. Neben zwei Fernradwegen (Panoramaradweg über den Rednitzgrund in/aus Richtung

Ammerndorf; D11-Fernradweg Ostsee-Oberbayern, Verlauf u.a. durch den Wiesengrund in/aus Richtung Nürnberg), welche das Stadtgebiet durchziehen, verfügt die Stadt u.a. über mehrere Radwege, Fahrradstraßen sowie lt. Angaben der Stadtverwaltung 641 ADFC-zertifizierte Fahrradabstellanlagen. Für die kommenden Jahre hat sich die Stadtverwaltung den weiteren Ausbau der Fahrradinfrastruktur ‚auf die Fahnen‘ geschrieben.

## 2.1.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Neben den eingangs skizzierten lage- und verkehrsbezogenen Parametern der Stadt FÜRTH, gilt es nun, die sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Stadt ‚in den Blick‘ zu nehmen. Zur besseren Einordnung der dargestellten Werte für die Stadt FÜRTH werden diese mit den Nachbarstädten Nürnberg und Erlangen bzw. weiteren Raumeinheiten in der nachstehenden Tabelle verglichen.

Die Stadt FÜRTH zeigt sich als eine sehr dynamische Stadt. Die Bevölkerungszunahme in den letzten Jahren mit 3,9 % gegenüber 2017 ist im Vergleich zu Nürnberg (+ 1,5 %), Bayern (+2,9 %) und Deutschland (+1,9 %) mehr als beachtlich und kann fast mit der Entwicklung in Erlangen (+ 5 %) ‚gleichziehen‘. Die Zahlen belegen somit die ungebrochen große Beliebtheit der Stadt als Wohnstandort im Zentrum der Metropolregion Nürnberg.

Der Vergleich der Altersstrukturen zeigt, dass die Stadt FÜRTH in den jungen Altersgruppen (unter 15- bis unter 30-jährige, s. nebenstehende Tabelle) die Vergleichswerte der Nachbarstädte Nürnberg und Erlangen leicht unterschreitet, was z.T. auch auf deren Bedeutung als Universitätsstandorte zurückzuführen ist. Im

		Gebietseinheit				
		FÜRTH	Nürnberg	Erlangen	Bayern	Deutschland
<b>Strukturdaten</b>						
<b>Einwohner<sup>1)</sup></b>	31.12.2022	131.433	523.026	116.562	13.369.393	84.358.845
	31.12.2017	126.526	515.201	110.998	12.997.204	82.792.351
	Veränderung ggü. 2017 in %	+ 3,9	+ 1,5	+ 5,0	+ 2,9	+ 1,9
<b>Einwohnerdichte<sup>1)</sup> (Ew./km<sup>2</sup> 31.12.2022)</b>		2.075	2.805	1.515	190	236
<b>Altersstruktur<sup>1)</sup> in % (01.01.2022)</b>						
unter 15 Jahre		14,0	13,7	13,2	14,0	13,9
15 bis unter 30 Jahre		16,8	17,9	22,6	16,5	15,9
30 bis unter 50 Jahre		28,1	27,6	27,1	25,8	25,1
50 bis unter 65 Jahre		22,4	20,5	19,3	22,7	22,9
ab 65 Jahre		18,8	20,3	17,8	20,9	22,1
<b>Anzahl der Haushalte</b> Prognose 2023 <sup>3)</sup>		67.502	278.799	64.470	6.401.000	40.903.000
<b>Durchschnittliche Haushaltsgröße</b>		1,9	1,9	1,8	2,1	2,1
<b>Arbeitslosenquote</b> in % Oktober 2023 <sup>2)</sup>		5,0	6,0	4,2	3,3	5,7
<b>Studierende pro 1.000 Einwohner</b> (WS 2022/2023) <sup>4)</sup>		3	47	251	30	35
<b>Pkw pro 1.000 Einwohner</b> (1.1.2023) <sup>5)</sup>		490	474	481	621	578
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft-Kennziffer</b> 2022 <sup>3)</sup>		103,8	103,2	110,3	105,6	100,0
<b>Zentralitätskennziffer</b> 2022 <sup>6)</sup>		124,8	125,3	107,3	101,3 <sup>7)</sup>	100,0
<b>Gästeankünfte</b> 2022 <sup>1)</sup>		134.548	1.652.646	272.476	34.214.020	
<b>Durchschnittliche Aufenthaltsdauer</b> in Tagen		2,3	1,9	2,1	2,7	

<sup>2)</sup> Lt. Auskunft der Bundesagentur für Arbeit (abhängige zivile Erwerbspersonen insgesamt).

<sup>3)</sup> GfK GeoMarketing GmbH

<sup>4)</sup> Statistisches Bundesamt

<sup>5)</sup> Kraftfahrtbundesamt

<sup>6)</sup> GfK GeoMarketing GmbH

<sup>7)</sup> MB Research GmbH

Tabelle 1: Ausgewählte Daten zur Wirtschafts- und Sozialstruktur der Stadt FÜRTH

bayernweiten Vergleich liegt der Anteil der jungen Altersgruppen hingegen auf einem vergleichbaren Niveau. Die Altersgruppe der 30-bis unter 65-jährigen, aus der sich das Gros der Erwerbspersonen ‚speist‘, erreicht in FÜRTH einen Anteil von rd. 50,5 % und rangiert damit durchgehend oberhalb sämtlicher Vergleichsebenen. Demgegenüber liegt der Anteil der Älteren (ab 65 Jahre) unterhalb der Vergleichswerte der Nachbarstadt Nürnberg sowie auf Landes- und Bundesebene und nur leicht über dem Erlanger Wert.

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex der Stadt FÜRTH liegt mit 103,8 knapp 4 % über dem bundesdeutschen Durchschnitt und leicht höher als in der Nachbarstadt Nürnberg (103,2). ‚Spitzenreiter‘ in der Region ist und bleibt jedoch die Medizin- und Universitätsstadt Erlangen mit einem Index-Wert von 110,3.

Ein ‚umgekehrtes‘ Bild zeigt sich bei Betrachtung der Zentralitätskennziffer. Hier kann sich die Stadt FÜRTH mit einem Wert von 124,8 deutlich vor Erlangen (107,3) positionieren und erreicht fast das Niveau der Nachbarstadt Nürnberg (125,3). Dieser erfreulich hohe Wert für die Stadt FÜRTH zeigt auf, dass die Anstrengungen der vergangenen Jahre zur Steigerung der Attraktivität der Einkaufsstadt

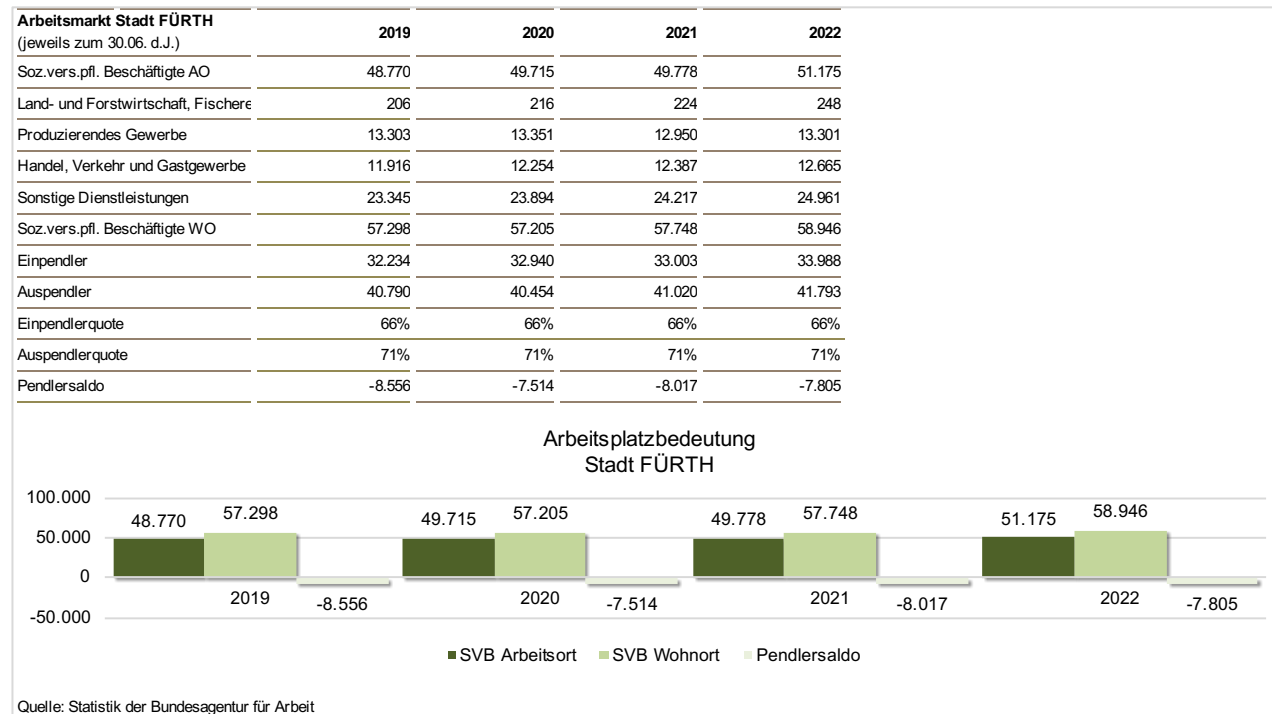


Tabelle 2: Arbeitsmarkt in der Stadt Fürth

FÜRTH offensichtlich ‚Früchte getragen‘ haben.

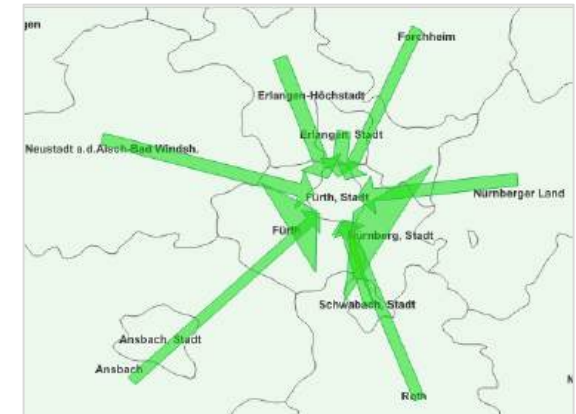
Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste liegt 2022 bei 2,3 Tagen und hat sich damit seit 2012 (1,6) signifikant erhöht. Dieser Wert ist durchaus vergleichbar mit anderen Großstädten ähnlicher Bevölkerungsgröße in Deutschland wie z.B. Heilbronn (2,3), Offenbach (2,4 im Jahr 2021), Ulm (1,7) oder Würzburg (1,7). Der Anteil der inländischen Gäste beträgt rd. 81 % und hat sich gegenüber 2012 um rd. 7 % erhöht.

Mit einer Arbeitslosenquote von zuletzt 5 % (Oktober 2023) liegt die Stadt FÜRTH noch vor Nürnberg (6,0 %) und nur leicht höher als Erlangen (4,2 %). Im Verlauf der letzten drei Jahre wird deutlich, dass

die Arbeitslosenquote nach einem maßgeblich durch die Corona-Pandemie bedingten Anstieg in den Jahren 2020 (6,3 %) und 2021 (6,1 %) bereits im Jahr 2022 (5,4 %) wieder das ‚Vor-Corona-Niveau‘ (2019: 5,4 %) erreicht hat. Dies spricht für einen insgesamt ‚robusten‘ städtischen Arbeitsmarkt, dessen Stabilität auch auf einer gut diversifizierten Wirtschaftsstruktur fußt.

Insgesamt waren zum Stichtag 30.06.2022 51.175 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort gemeldet und damit rd. 5 % mehr als im Jahr 2019. Den bedeutendsten Wirtschaftszweig bilden sonstige Dienstleistungen mit einem Anteil von rd. 49 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort, deren Anteil seit 2019 kontinuierlich zunahm (rd. 7 %). An zweiter Stelle mit einem Anteil von rd. 26 % rangiert das Produzierende Gewerbe, das sich in den vergangenen Jahren als ‚stabile Größe‘ am Fürther Arbeitsmarkt erwies. Bemerkenswert ist die Entwicklung im Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe, der trotz Corona-Pandemie und der damit einhergehenden erheblichen Einschränkungen seit 2019 kontinuierlich an Bedeutung gewann (+ 6,3 % ggü. 2019) und somit rd. 25 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort vereint. Der negative Pendlersaldo überrascht angesichts nahe gelegener

leistungsfähiger ‚Arbeitsplatzspender‘ in den Nachbarstädten Nürnberg und Erlangen wenig, verringerte sich jedoch gegenüber 2019. Dem Pendleratlas der Bundesagentur für Arbeit ist zu entnehmen, dass der ganz überwiegende Anteil der Auspendler aus FÜRTH auf die Nachbarstadt Nürnberg entfällt (vgl. unten stehende Abbildung 14). An zweiter Stelle rangiert die Stadt Erlangen. Einpendler in die Stadt FÜRTH (vgl. Abbildung 15) kommen vorwiegend aus Nürnberg und dem Landkreis Fürth, jedoch auch aus Erlangen und anderen Regionen bzw. Landkreisen (u.a. Erlangen-Höchstadt, Nürnberger Land, Neustadt/Aisch-Bad Windsheim, Roth).



Quelle: Pendleratlas der Bundesagentur für Arbeit (<https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Pendleratlas/Pendleratlas-Nav.html>)

Abbildung 15: Einpendler nach FÜRTH

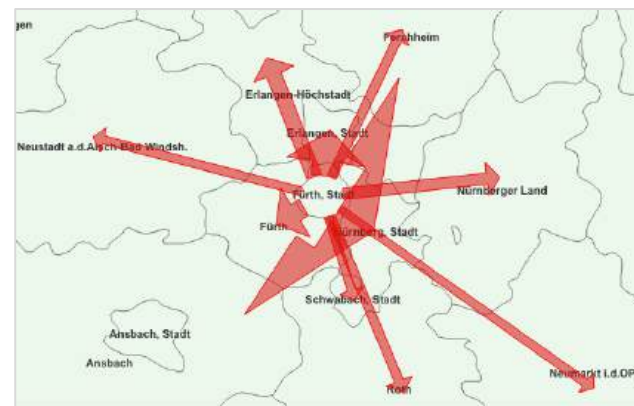


Abbildung 14: Auspendler aus FÜRTH

### 2.1.3 Kurzskeizze zum Wohnungsbau in der Stadt FÜRTH

Der deutliche Bevölkerungszuwachs in den vergangenen Jahren drückt sich auch in der **Wohnbaudynamik** entsprechend aus. So verzeichnete der gesamte Wohngebäudebestand im Zeitraum 2016-2021 eine markante Zunahme von rd. 3,5 %. Mit diesem Zuwachs rangiert die Stadt FÜRTH deutlich über den Vergleichswerten der Nachbarstädte Nürnberg und Erlangen und erreicht annähernd die Wachstumsrate auf Landesebene (vgl. nebenstehende Tabelle)

Verrechnet man die Anzahl der Genehmigungen im Wohnungsbau mit der Zahl der Fertigstellungen in einem Jahr<sup>31</sup>, lässt sich daraus eine **Perspektive** für den Wohnungsbau ableiten. Für FÜRTH bedeutet dies eine leichte Erhöhung der Bautätigkeit, insbesondere auch im Bereich von Einfamilienhäusern. Insgesamt rd. 70 % der **Wohngebäude** in FÜRTH entfallen auf Ein- oder Zweifamilienhäuser. Damit gruppiert sich die Stadt zwischen den Nachbarstädten Nürnberg (rd. 66 %) und Erlangen (73 %) ein, unterschreitet jedoch die Vergleichswerte

Gebietseinheit	FÜRTH	Nürnberg	Erlangen	Bayern	Deutschland
<b>Strukturdaten</b>					
<b>Wohngebäudestruktur (31.12.2021)</b>					
Wohngebäude gesamt	19.724	72.230	19.502	3.135.436	19.353.006
1-2 Wohnungen	13.757	47.863	14.197	2.689.754	16.105.499
3 oder mehr Wohnungen	5.967	24.367	5.305	445.682	3.247.507
<b>Baudynamik 2016/2021</b> (%-Veränderung der Wohngebäude 2021 gegenüber 2016)					
Wohngebäude gesamt	3,5%	1,8%	2,8%	4,0%	2,8%
1-2 Wohnungen	3,4%	1,6%	2,4%	3,9%	2,9%
3 oder mehr Wohnungen	3,6%	2,3%	3,9%	4,8%	2,7%
<b>Wohnbautätigkeit 2021</b>					
Fertigstellungen gesamt	152	357	88	22.808	102.955
Wohngeb. mit 1 Wohnung	113	248	47	17.273	78.210
Wohngeb. mit 2 Wohnungen	7	10	4	2.421	10.059
mit 3 oder mehr Wohnungen	32	99	37	3.114	14.686
<b>Baugenehmigungen 2021</b>					
Insgesamt	148	321	118	30.458	129.306
Wohngeb. mit 1 Wohnung	120	180	92	21.909	93.895
Wohngeb. mit 2 Wohnungen	4	12	5	4.547	16.074
mit 3 oder mehr Wohnungen	24	129	21	4.002	19.337
<b>Bauperspektive 2021</b> (Baugenehmigungen/Baufertigstellungen)					
Insgesamt	1,0	0,9	1,3	1,3	1,3
1-2 Wohnungen	1,0	0,7	1,9	1,3	1,2
3 oder mehr Wohnungen	0,8	1,3	0,6	1,3	1,3

Quelle: Regionaldatenbank Deutschland

Tabelle 3: Dynamik im Wohnungsbau

<sup>31</sup> Baugenehmigungen dividiert durch Baufertigstellungen

auf Landes- und Bundesebene (rd. 86 bzw. 83 %). Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich trotz der aktuell schwierigen Rahmenbedingungen im Wohnungsbau (Stichworte Zinsniveau, hohe Baukosten) die positive Entwicklung der Stadt FÜRTH als attraktiver Wohnstandort auch in Zukunft fortsetzen dürfte, wenn auch mit niedrigeren Wachstumsraten als in der Vergangenheit. Die Stadt FÜRTH trägt dem mit der geplanten Ausweisung weiterer Neubaugebiete (z.B. in Unter- u. Oberfürberg bzw. im Espan) entsprechend Rechnung.

### **2.1.4 Kurzskeizze zur städtebaulichen Entwicklung der Stadt FÜRTH**

Die Stadt FÜRTH hat in den vergangenen Jahren eine eindrucksvolle Entwicklung, auch in städtebaulicher Hinsicht, gezeigt. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung kann diese allenfalls ‚in Teilen‘ skizziert werden, wobei der Fokus der Betrachtung auf der Innenstadt liegen soll. Wesentliche Entwicklungsimpulse gingen vom Förderprogramm „Soziale Stadt“<sup>32</sup> im Rahmen der Städtebauförderung von Bund und

Ländern aus, mit dessen Hilfe und z.T. flankiert durch ein Quartiersmanagement zahlreiche innerstädtische Projekte u.a. zur Verbesserung von Erscheinungsbild und Aufenthaltsqualität innerstädtischer Plätze (z.B. Jean-Mandel-Platz), der Schaffung von Begegnungsräumen (z.B. entlang des Rednitzufers) und des Straßenraums (z.B. Umstrukturierung der Hirschenstraße u. Hornschuchpromenade) erfolgreich umgesetzt werden konnten. Mit dem Jüdischen Museum an der Königstraße und dem Ludwig-Erhard-Zentrum in Rathausnähe hat die Stadt FÜRTH als Museums- und Bildungsstadt zudem eine weitere Aufwertung erfahren.

Auch und insbesondere durch die in den vergangenen Jahren forcierte Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels (Neue Mitte (2015), Hornschuchcenter (2015), Carré Fürther Freiheit (2016), ‚Fürther Markt‘ (2019), Einkaufszentrum FLAIR (2021) ging eine sichtbare städtebauliche Aufwertung der Fürther Innenstadt einher. So entstand mit der Realisierung der architektonisch gelungenen Neuen Mitte und der Neugestaltung der Rudolf-Breitscheid-Straße eine neue ‚Flaniermeile‘, die seit

der Eröffnung im Jahr 2015 maßgeblich zur Belebung der Innenstadt beiträgt. In südlicher Richtung findet diese ihre Fortsetzung im ‚Fürther Markt‘, der sich mit einer attraktiven Mischung aus ‚klassischen‘ Markt-Angeboten mit hoher Frischekompetenz und Regionalität sowie ergänzenden gastronomischen Angeboten großer Beliebtheit erfreut und sich als ein weiteres ‚Aushängeschild‘ des gesamten Fürther Einzelhandels fest etabliert hat. Dessen Attraktivität unterstreicht nicht zuletzt auch die Auszeichnung des Fürther Markts mit dem „Bayerischen Stadtmarketingpreis 2020“.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die städtebauliche Entwicklung der Stadt FÜRTH in den vergangenen Jahren nicht nur die Attraktivität der Innenstadt als Einkaufs-, Wohn- und Erlebnisort maßgeblich gesteigert sondern auch das Image der Stadt FÜRTH insgesamt sehr positiv beeinflusst hat.

---

<sup>32</sup> Vgl. „20 Jahre Programmgebiet Soziale Stadt - Innenstadt Fürth – Standortbestimmung mit Projektbeispielen von 2015-2020 (hrsg. v. Baureferat der Stadt FÜRTH).

### 2.1.5 Fazit

Zusammenfassend sind die übergeordneten Rahmenbedingungen der Stadt FÜRTH aus Gutachtersicht als günstig einzustufen. Die Stadt profitiert von ihrer zentralen Lage innerhalb des Städtedreiecks Nürnberg-FÜRTH-Erlangen bzw. der Metropolregion Nürnberg und konnte ihre Einwohnerzahl in den vergangenen Jahren deutlich erhöhen. In den kommenden Jahren dürfte mit einem weiteren, wenngleich aufgrund der aktuell schwierigen Rahmenbedingungen im Wohnungsbau (Stichworte hohes Zinsniveau, Baukostensteigerungen) möglicherweise ‚gedämpften‘ Einwohnerzuwachs zu rechnen sein. Dass die Stadt FÜRTH nicht nur als attraktiver Wohn- sondern auch Arbeitsort in Erscheinung tritt, zeigt die positive Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort in den vergangenen Jahren. Angesichts dieser günstigen Rahmenbedingungen kann der Fürther Einzelhandel auch zukünftig von einer weitgehend stabilen bzw. sich leicht vergrößernden Potenzialplattform profitieren. Die Erschließung des vorhandenen und zukünftigen Nachfragepotenzials kann jedoch nur mit einem entsprechend attraktiven Einzelhandelsangebot gelingen. Dank der massiven Investitionen in die Innenstadt in den vergangenen Jahren hat die Stadt

FÜRTH ihre Attraktivität als Einkaufsstadt maßgeblich steigern können. Unterstützt wird diese positive Entwicklung im Einzelhandel durch die in den vergangenen Jahren erfolgte städtebauliche Aufwertung von innerstädtischen Quartieren und Straßenzügen, welche einen wichtigen Beitrag zum attraktiven Gesamterscheinungsbild der Fürther Innenstadt als Wohn-, Einkaufs- und Erlebnisort leisteten. Auch in Zukunft wird die Fürther Innenstadt maßgeblich im Fokus der Stadtentwicklung stehen (z.B. Umgestaltung des Bahnhofplatzes als Verkehrsdrehscheibe).

## 2.2 Der Einzelhandel in der Stadt FÜRTH

### 2.2.1 Räumliche Strukturen und Bestandslagen

#### 2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich (ZVB) Innenstadt

Eine zentrale Grundlage von Einzelhandelsentwicklungskonzepten bildet die **Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen**. Hierzu werden aus wissenschaftlicher Sicht<sup>33</sup> verschiedene Abgrenzungskriterien angeführt:

#### 1. Funktionale und rechtliche Kriterien

- hoher zusammenhängender Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz;
- Nutzungsvielfalt (v.a. Einzelhandel, Wohnen, Gastronomie, Verwaltung und Kultur);
- historisch gewachsene Versorgungsstrukturen;

- Kerngebiet oder baulich verdichtetes Mischgebiet nach § 7 und § 6 BauNVO;
- förmlich festgelegtes Sanierungsgebiet.

#### 2. Erreichbarkeitskriterien

- qualifizierte Anbindung an den ÖPNV;
- anteilig fußläufiger Einzugsbereich (Nähe zur Wohnbebauung).

#### 3. Bauliche und natürliche Grenzen

- topografische Barrieren (z.B. Flüsse, Hügel);
- historische bauliche Begrenzung (z.B. Stadtmauern, Tore);
- Verkehrsstraßen (z.B. Ringstraßen, Bahnlinien).

Für die **Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt** in FÜRTH schießen konkret folgende Kriterien sinnvoll:

- hoher zusammenhängender Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz;

- Nutzungsvielfalt (v.a. Einzelhandel, Wohnen, Gastronomie, Verwaltung und Kultur);
- Verkehrsstraßen.

Vor dem Hintergrund der genannten Kriterien umfasst der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt in etwa einen Bereich zwischen dem Einmündungsbereich Königstraße/Würzburger Straße im Norden, der Gustavstraße/Königsstraße und dem nördlichen Abschnitt der Nürnberger Straße bzw. westlichen Abschnitt der Gebhardtstraße im Osten, der Bahnlinie im Süden und der Ottostraße, Hirschenstraße, Mohrenstraße und Königstraße im Westen. Diese Abgrenzung orientiert sich somit an den Ausführungen im Integrierten Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2017 (CIMA).

<sup>33</sup> U.a. ausgeführt in Prof. Dr. Drs. h. c. J. Maier und GfK Prisma-Institut: SEEK für der Markt Kulmbach, S. 26., Bayreuth 2003 oder durch AGS München, Prof. Dr. Monheim Bayreuth und andere in: SEEK für Bayreuth, 2005.

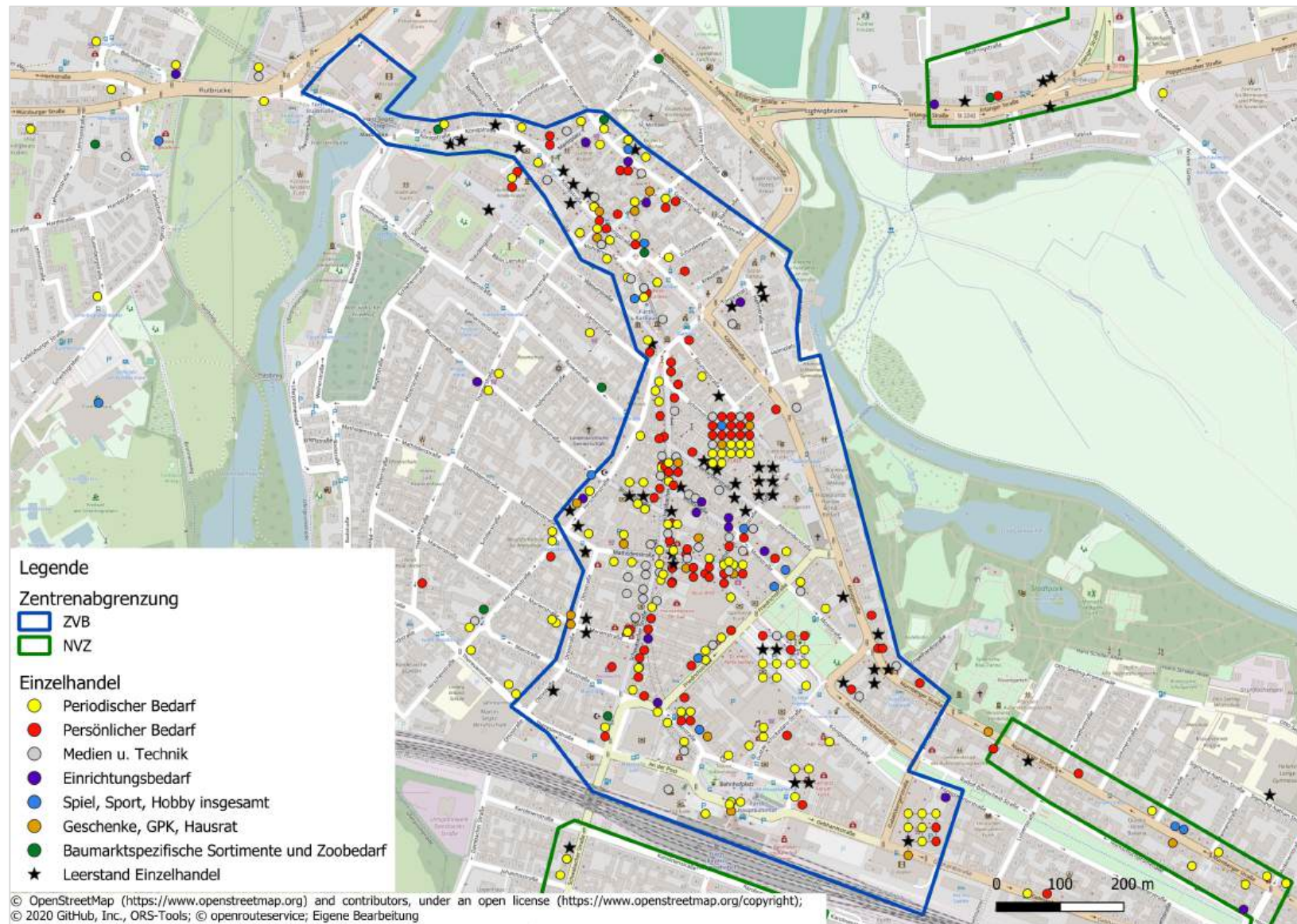


Abbildung 16: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsangebote im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Die **innerstädtische Haupteinkaufslage** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der zur Fußgängerzone ausgebauten Schwabacher Straße (zwischen dem Kohlenmarkt im Norden und der Kreuzung Schwabacher Straße/Maxstraße im Süden) sowie der südöstlich abzweigenden Rudolf-Breitscheid-Straße (Fußgängerzone). Als einer der **maßgeblichen Angebotsschwerpunkte** ist zunächst die offene Center-Anlage ‚**Neue Mitte**‘ anzuführen, die seit ihrer Fertigstellung im Jahr 2015 die Attraktivität der Fürther Innenstadt maßgeblich befördert hat. Das Angebot umfasst mehrere Textilien (C&A, Hunkemöller, New Yorker, Catches/vormals Esprit, Satiro, TK Maxx, Snipes), eine Parfümerie (Rituals), eine Buchhandlung (Hugendubel), einen Rewe City, Supermarkt, einen dm Drogeriemarkt, Gastronomie (Samocca, La Spritzeria), eine Sparda-Bank sowie die Volksbücherei. Mit dem **EKZ Flair**, das sich am früheren City-Center Standort architektonisch ansprechend in das städtebauliche Umfeld einfügt und einen Angebotsschwerpunkt im nördlichen Bereich der Haupteinkaufslage bildet, konnte die Fürther Innenstadt seit

September 2021 einen weiteren Attraktivitätszuwachs ‚verbuchen‘. Die lt. Betreiber als Urban Erlebnis Center bezeichnete Anlage umfasst neben den Magnetbetrieben H&M (Verlagerung von der Schwabacher Straße) und expert sowie den gut frequentierten Lebensmittelangeboten (insb. Lidl, dm) u.a. auch Angebote, die bis zur Eröffnung im Herbst 2021 noch nicht in der Fürther Innenstadt vertreten waren (u.a. Olymp & Hades, Only, Jack & Jones, Camp David, JD Sports). Auch die im Flair integrierten Gastronomie- und Freizeitangebote (u.a. für Kinder, Fitnessbereich) und temporären Arbeitsplätze setzen ‚neue Akzente‘ im innerstädtischen Angebot. Eine traditionell wichtige ‚Anlaufstelle‘ in der Haupteinkaufslage Schwabacher Straße bildet auch der **Müller Drogeriemarkt** (unweit nördlich der Abzweigung Rudolf-Breitscheid-Straße gelegen) mit seinem ‚kaufhausähnlichen‘ und gerade im Bereich Spielwaren gut aufgestelltes Angebot. Als weiterer wichtiger Magnetbetrieb am südlichen Ende der Fußgängerzone (Schwabacher Straße) ist auch das **Woolworth-Kaufhaus**, das eine preisbewusste Klientel adressiert und in naher

Zukunft umfassend renoviert und um Wohnnutzungen in den Obergeschossen (Apartments auf Zeit) sowie Gastronomieangebote erweitert werden soll. Zwischen den skizzierten Einkaufsschwerpunkten bzw. Magnetbetrieben erstreckt sich ein weitgehend lückenloser Einzelhandelsbesatz, der neben einer Reihe regionaler bzw. bundesweiter Filialisten (u.a. Street One, Deichmann, Abele Optik, Fielmann, Bäckerei-Filialen) auch inhabergeführte Anbieter (u.a. Bonakdar Teppichkultur, Lederwaren Scherneck, Wein & Meer, Herzla) umfasst und einen insgesamt attraktiven Angebotsmix<sup>34</sup> im Einzelhandel kreiert. Zahlreiche Gastronomie- und Dienstleistungsangebote unterschiedlichster Couleur runden das Einzelhandelsangebot ab und fungieren als wichtige ‚Frequenzbringer‘ in der Haupteinkaufslage. In diesem Zusammenhang dürfen auch die von der Schwabacher Straße abzweigenden Straßenzüge Mathildenstraße und Moststraße nicht unerwähnt bleiben, die mit ihrem Einzelhandelsangebot (Mathildenstraße: u.a. Norma, Tedi, Sicily Gianis Kostbarkeiten; Moststraße: u.a. mau mau Spielwaren, Apollo Optik, Kastner Brillenhaus,

<sup>34</sup> Dies wird auch in der Bürgerbefragung aus dem Jahr 2022 bestätigt. Im Zeitreihenvergleich (2012, 2016, 2019) nahm die Zufriedenheit der Befragten sowohl mit der Vielfalt an Geschäften als auch mit dem Warenangebot kontinuierlich zu.

Emilia's Boutique) das Einzelhandelsangebot in der Haupteinkaufslage qualifiziert ergänzen. In städtebaulicher Hinsicht ist auch die Aufenthaltsqualität (nicht nur) in der Haupteinkaufslage positiv hervorzuheben. Die Fußgängerzone hinterlässt einen gepflegten Eindruck und lädt dank Sitzmöglichkeiten und Blumenschmuck (Pflanzkästen mit Sitzmöglichkeiten, Blumenschmuck an der Straßenbeleuchtung) während der Sommermonate zum Verweilen ein.<sup>35</sup> Im Zuge der geplanten Erweiterung der Fußgängerzone ist auch eine städtebauliche Aufwertung (u.a. einheitlicher Straßenbelag) der von der Schwabacher Straße abzweigenden Straßenzüge Alexander- und Moststraße vorgesehen.

Südwestlich der Haupteinkaufslage ist die gut frequentierte ‚Fürther Freiheit‘ gelegen, die nicht nur als Parkplatz bzw. Veranstaltungsfläche für diverse Feste (u.a. Frühlingmarkt) fungiert, sondern auch in einzelhändlerischer

Hinsicht für die Attraktivität der Innenstadt wichtige Angebote bereithält. Anzusprechen ist hier zunächst das Geschäftshaus **Carré Fürther Freiheit**, das mit dem Bekleidungshaus Wöhl, der Parfümerie Douglas, einem Brautmodengeschäft, einem Tegut-Supermarkt sowie ergänzenden Gastronomie-, Freizeit- und Dienstleistungsnutzungen einen attraktiven Angebotsmix bereithält. In direkter nördlicher Nachbarschaft erstreckt sich ‚perlschnurartig‘ der (quasi stationäre) **Fürther Markt**, der sich seit Eröffnung im Jahr 2019 großer Beliebtheit<sup>36</sup> erfreut und das Frischeangebot (Obst/Gemüse) in der Innenstadt seitdem maßgeblich bereichert. In Verbindung mit ergänzenden gastronomischen Angeboten hat sich hier ein Treffpunkt der Stadtgesellschaft entwickelt, der auch als wichtiger Frequenzspender für die nordöstlich angrenzende ‚Neue Mitte‘ bzw. die Haupteinkaufslage fungiert.

Der übrige Einzelhandelsbesatz entlang der Fürther Freiheit (Buchhandlung Edelmann, Modeboutique Mary Lou) rundet das insgesamt qualitativ hochwertige Einzelhandelsangebot entsprechend ab. Mit dem Marktaustritt des Traditionsgeschäfts Staudt's im Januar 2024 hat die Fürther Freiheit jedoch auch den Verlust eines eingeführten und ausstrahlungsstarken Anbieters zu verkraften.

Eine wichtige Verbindungsfunktion innerhalb der Innenstadt übernimmt die verkehrlich stark frequentierte **Friedrichstraße**, die auch in einzelhändlerischer Hinsicht ein recht vielseitiges, z.T. auch zielkundenspezifisches Angebot umfasst (u.a. Konditorei Süße Freiheit, Orthopädiechuhe Thanner, Buchhandlung Jungkunz, Fahrradanbieter Zentralrad, Fun and Sport, SM Parts, Travel & Trek, Modeboutiquen Bellezza by Mary Lou, Boutique Angel oder die zwischenzeitlich geschlossenen Anbieter Eilles und Homes and Roses). Der Nutzungs-

---

<sup>35</sup> Dass die vielfältigen Bemühungen auf Seiten der Stadtverwaltung und Gewerbetreibenden (z.B. Akzentuierung der Eingangsbereiche) auch von der Bevölkerung registriert werden, belegen die Ergebnisse aus der Bürgerbefragung (2022). So hat die Zufriedenheit der Befragten mit der Atmosphäre in der Innenstadt verglichen mit den Ergebnissen aus früheren Befragungen (2012, 2016, 2019) deutlich zugenommen.

<sup>36</sup> Dies wird auch durch die Ergebnisse der Bürgerbefragung aus dem Jahr 2022 bestätigt, wonach 88 % der Befragten mit dem Wochenmarkt sehr zufrieden bzw. zufrieden sind.

schwerpunkt in der Friedrichstraße liegt jedoch klar im Bereich der Dienstleistungsangebote, die ein breites Spektrum abdecken (u.a. Volksbücherei Fürth, Facharztpraxen, Friseure, zwei Bankfilialen, Rechtsanwaltskanzleien). Mit Werners Boutique-Hotel findet sich darüber hinaus auch ein innerstädtisches Beherbergungsangebot.

Der **nördliche Abschnitt des ZVB Innenstadt**, der im Wesentlichen einen Bereich zwischen der Königstraße, Gustavstraße und dem Kohlenmarkt umfasst, übernimmt mit seinem ganz überwiegend kleinteiligen inhabergeführten Einzelhandelsangebot eine wichtige Ergänzungsfunktion zur Haupteinkaufslage.

Einen vergleichsweise ‚dichten‘ Besatz kennzeichnet das nördliche, auch durch die ‚ÖPNV-Drehscheibe‘ (U-Bahn/Bus) gut frequentierte Rathaus-Umfeld im **Bereich Königstraße/Obstmarkt** (u.a. Julius Schöll Bürobedarf, Fahrradkiste, Teeladen, Obstkorb). Im weiteren nördlichen bzw. nordöstlichen Verlauf der Königstraße dünnt sich der Einzelhandelsbesatz (u.a. Kleegrün Unverpackt) - bei gleichzeitiger Zunahme von Ladenleerständen - immer weiter

aus. Hier hat sich das Gewicht eher in Richtung Dienstleistungsangebote verschoben. Im nordöstlichen Randbereich (jenseits der Rednitz) des ZVB Innenstadt ist mit dem früheren Saturn-Standort an der Würzburger Straße der aktuell größte Leerstand im ZVB Innenstadt situiert (vgl. hierzu auch Kap. 3.6, S. 178 ff. ).

Der städtebaulich attraktive **Marktplatz** umfasst eine Reihe von kleinteiligen Einzelhandelsangeboten unterschiedlicher Sortimentsausrichtung (u.a. Lamus Second Hand Mode, Schauhaus Augenoptik, Galerie und Kunsthandel Huber, Schleicherei Seifenmanufaktur).

Wengleich in der durch eine ausgesprochen hohe Aufenthaltsqualität und städtebauliche Attraktivität gekennzeichneten **Gustavstraße** der Angebotsschwerpunkt klar im Bereich Gastronomie liegt (Stichwort ‚Kneipenmeile‘) liegt, finden sich auch dort einige, z.T. spezialisierte Einzelhandelsangebote unterschiedlichster Couleur (u.a. Faircap Faire Mode, Mini Fun Comicläden, Libresso Bücher und mehr, Gute Dinge Baby- und Kleinkindbedarf, Sitz & Bleib Tierbedarf und -zubehör). Im nördlichen

Bereich der Gustavstraße auf Höhe des Marktplatzes hat auch ein kleiner Norma-Lebensmitteldiscounter seinen Standort, der im Zusammenspiel mit anderen kleinteiligen Angeboten – in diesem Zusammenhang ist auch auf den wöchentlichen Bauernmarkt am Waagplatz hinzuweisen – und der bereits außerhalb des ZVB Innenstadt gelegenen weiteren Norma-Filiale in der Gartenstraße ein qualifiziertes Nahversorgungsangebot für die im nördlichen Bereich des ZVB Innenstadt bzw. in angrenzenden Quartieren lebende Bevölkerung bereitstellt.

Der weitere, kleinteilig strukturierte Einzelhandelsbesatz im nördlichen Abschnitt des ZVB Innenstadt verteilt sich im Wesentlichen auf die Ludwig-Erhard-Straße (u.a. Ganesha Shop, Rathaus Shop, Feinkost Alfonso Astore), die Waagstraße (u.a. Nahtwerk, Enoteca Pugliese) und den Kohlenmarkt<sup>37</sup> (Boutique am Rathaus, Juwelier am Rathaus).

Am **südöstlichen Innenstadtrand** im Bereich der Gabelsbergerstraße) ist bereits in recht großer fußläufiger Distanz zur Haupteinkaufslage das **Hornschuchcenter** situiert, das neben einem leistungsfähigen Nahversorgungsbesatz

---

<sup>37</sup> Die Ladenfläche des Fürth Shops am Kohlenmarkt 4 steht mittlerweile leer.

(E-Center Schuler mit Bio-Bäckerei, Norma, Rossmann Drogeriemarkt) gerade auch im aperiodischen Bedarfsbereich (insb. Schuh Mücke) ‚Akzente‘ setzt.

Im **südlichen Bereich** des ZVB Innenstadt ist mit der Maxstraße (östlicher Abschnitt ab Kreuzung Schwabacher Straße) ein weiterer einzelhändlerisch geprägter Straßenzug anzuführen, der neben der Boutique Baxx (Bekleidung, Schuhe/Lederware) und dem langjährig präsenten Haushaltswarengeschäft (mit Weißer Ware) Wolf am Bahnhof als ‚größeren‘ Betrieben weiteren, kleinteiligen Besatz unterschiedlicher Branchen umfasst (u.a. Textilien Butterfly, Tabakladen, Kiosk, Kind Hörgeräte, Livrieri Feinkost, Juwelier Atlas). Im Bereich Bahnhofplatz dominieren hingegen kleinteilige Angebote aus dem periodischen Bedarfsbereich (u.a. Apotheke im Forum, Der Beck, Zeitschriftenangebot in Bahnhofsbuchhandlung Schmitt & Hahn). Auffällig ist die hohe Dichte an gesundheitsorientierten Dienstleistungsangeboten in diesem Bereich (insb. Forum am Bahnhof, Bahnhof-Center), die wiederum auch Frequenzen innerhalb der Innenstadt generieren. Mit dem geplanten mehrgeschossigen Gebäudekomplex im Anschluss an das Bahnhof-Center, der nach Fertigstellung u.a. eine Augenklinik (Verlagerung aus der Moststraße)

beherbergen soll, wird der Nutzungsschwerpunkt im Bereich gesundheitsorientierter Dienstleistungen im südlichen Bereich des ZVB Innenstadt weiter gestärkt, was wiederum zusätzliche Frequenzen generiert, von denen auch das direkt nördlich benachbarte Hornschuhcenter profitieren kann.

Im **östlichen Randbereich** des ZVB Innenstadt zeigt sich noch eine leichte Angebotskonzentration im südöstlichen Abschnitt der Königstraße bzw. im Übergang zur Nürnberger Straße, die durch inhabergeführten Einzelhandel (Juwelier Kuhnle, Bekleidungsgeschäft eRBe, Fewo Stoffe) geprägt wird. Im weiteren nördlichen Verlauf der Königstraße findet sich – abgesehen vom Anbieter Frankenbohne – hingegen kein Einzelhandelsbesatz.

### 2.2.1.2 Angebote in den Bereichen Dienstleistung, Gastronomie und Beherbergung im ZVB Innenstadt

Die Attraktivität städtischer Zentren wird nicht nur durch ihren Einzelhandelsbestand sondern auch durch Gastronomie- und Dienstleistungsangebote geprägt, die wiederum (eigene) Besucher- und Kundenfrequenzen generieren. Vor diesem Hintergrund wurden zusätzlich zu den Bestandserhebungen im Einzelhandel in den Fürther Zentren sämtliche Dienstleistungsangebote mit Kundeninteraktion<sup>38</sup>, Beherbergungs- und Gastronomieangebote erfasst.<sup>39</sup> Im Folgenden soll nun die Angebotssituation im ZVB Innenstadt näher ‚beleuchtet‘ werden. Insgesamt wurden im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 487 Dienstleistungsangebote, 167 gastronomische Einrichtungen und 3 Beherbergungsangebote erfasst (vgl. Karte auf S. 54).

Bei den **Dienstleistungsangeboten** entfallen rd. 45 % auf sonstige persönliche Dienstleistungen, die ein breites Spektrum unterschiedlichster Angebote<sup>40</sup> umfassen (u.a. Frisör, Post, Nagelstudio, Kosmetik, Reisebüro, Versicherung).

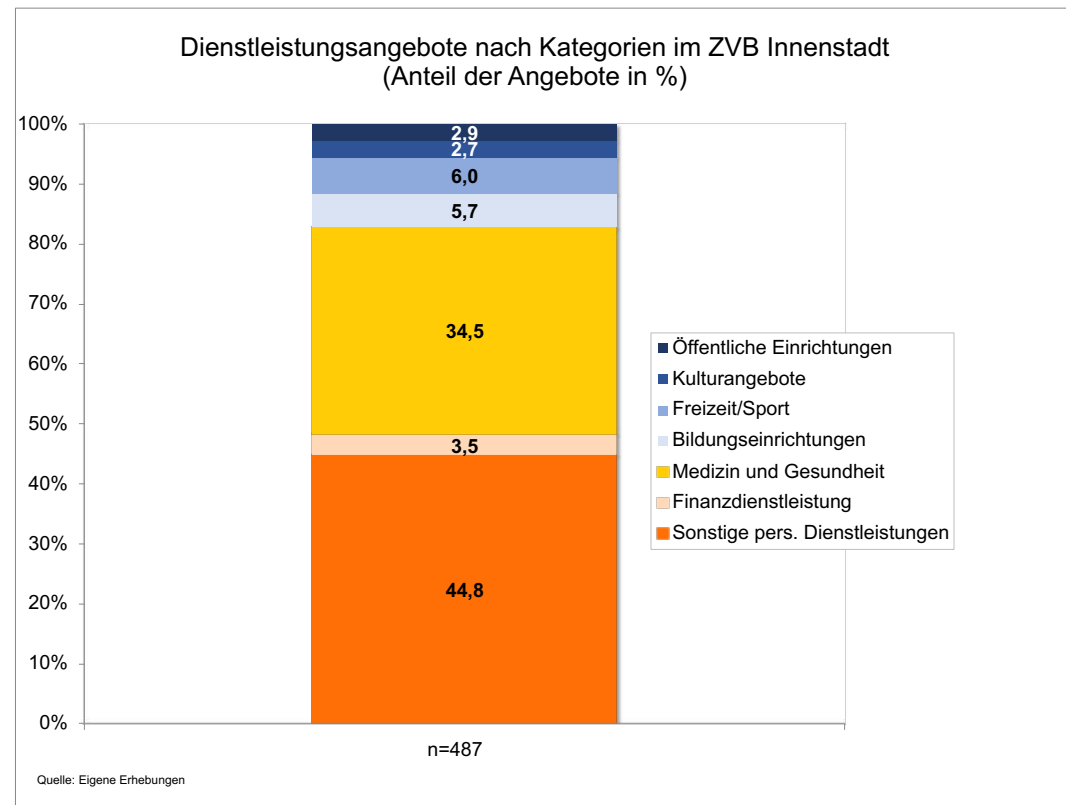


Abbildung 17: Dienstleistungsangebote nach Kategorien im ZVB Innenstadt

<sup>38</sup> Auch in den Obergeschossen, sofern von außen erkennbar.

<sup>39</sup> Durchgeführt im Zeitraum 31. Januar – 2. Februar 2023.

<sup>40</sup> Eine vollständige Übersicht ist dem Glossar zu entnehmen.

Auffällig ist die starke Präsenz (rd. 34,5 %) gesundheitsorientierter Angebote (Arztpraxen, Physiotherapie, etc.) im ZVB Innenstadt, die zusätzliche Frequenz erzeugen und einen wichtigen Baustein im innerstädtischen Angebotsmix darstellen. Die übrigen Dienstleistungsangebote (in Summe rd. 20 %) verteilen sich auf Bildungseinrichtungen, Kultur-/Sport-Freizeitangebote und öffentliche Einrichtungen. Aus Gutachtersicht umfasst das Dienstleistungsangebot ein breites Spektrum und lässt keine maßgeblichen Angebotslücken erkennen.

Im Bereich **Gastronomie** entfällt mit rd. 36 % der größte Anteil auf Restaurants/Speisewirtschaften. Mit knapp 24 % folgen Cafés bzw. Eisdienlen/-cafés, die zudem als wichtige Frequenzbringer tagsüber fungieren. Auch ‚klassische‘ Angebote der Abendgastronomie (Bar/Kneipe/Schankwirtschaft) finden sich im ZVB Innenstadt mit einem Anteil von rd. 21 %. Abgerundet und ergänzt wird der Gastronomiebesatz durch Imbiss-/Fastfood-Angebote (rd. 15,5 %) und Vergnügungslokale (rd. 2,4 %).

Die **Beherbergungsangebot** im ZVB Innenstadt gestaltet sich ‚überschaubar‘ und verteilt sich auf zwei Hotels und ein Apartmenthotel.

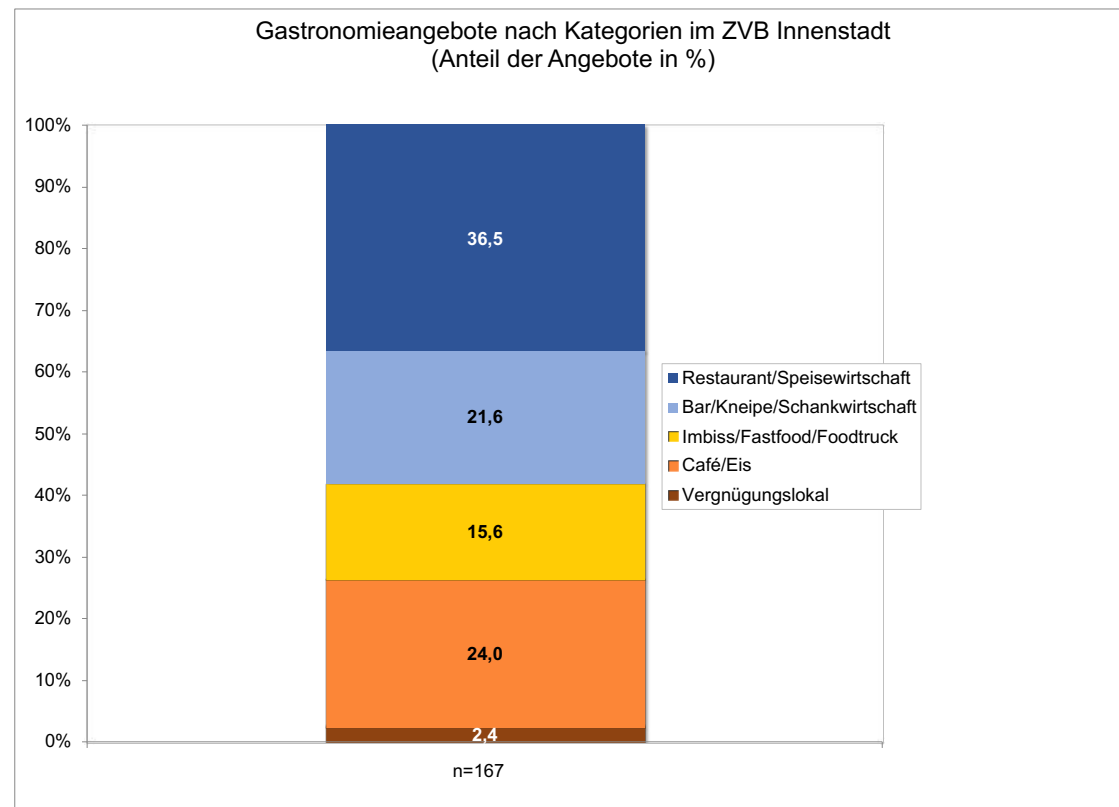


Abbildung 18: Gastronomieangebote nach Kategorien im ZVB Innenstadt

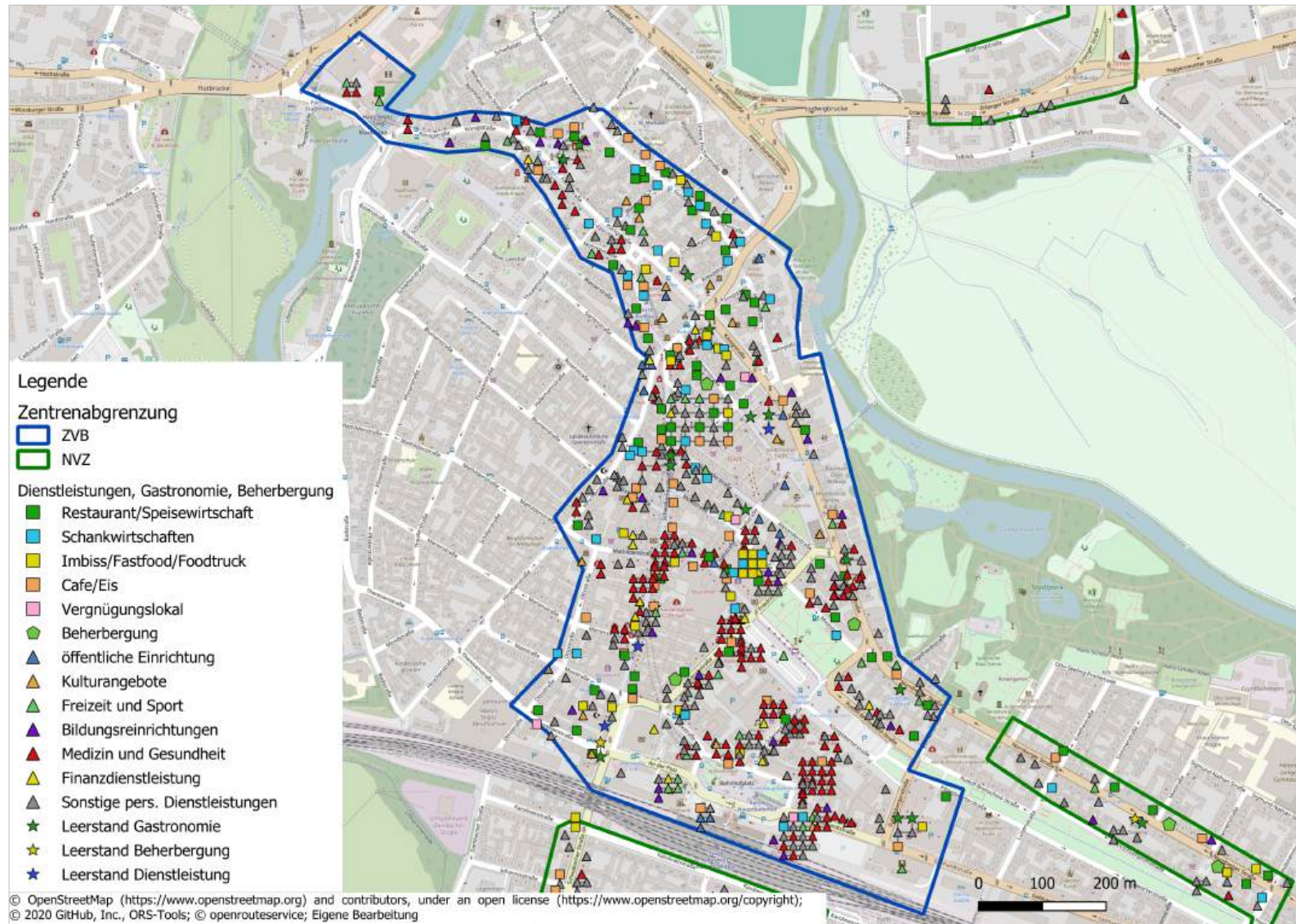


Abbildung 19: Räumliche Verteilung der Dienstleistungs-, Gastronomie- und Beherbergungsangebote im ZVB Innenstadt

### 2.2.1.3 Leerstandssituation im ZVB Innenstadt

Nachfolgend wird die Leerstandssituation im ZVB Innenstadt hinsichtlich der Nutzungen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie kurz skizziert. Einschränkend ist darauf hinzuweisen, dass es sich um eine Momentaufnahme zum Zeitpunkt der Erhebungen<sup>41</sup> handelt, die aufgrund zwischenzeitlicher Veränderungen in Teilen bereits wieder überholt sein kann.

Mit Blick auf den **Einzelhandel** wurden im Rahmen der Bestandserhebungen (November/Dezember 2022) im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt insgesamt 49 leerstehende Ladenlokale aufgenommen. Davon entfielen 9 auf die Haupteinkaufslage Schwabacher Straße (inkl. EKZ Flair), die sich abgesehen vom früheren H&M-Standort an der Schwabacher Straße v.a. auf das EKZ Flair beziehen. Hierbei wurden neben offensichtlichen Leerständen auch kassierte bzw. bis dato nicht vermietete Ladenlokale, sofern von außen erkennbar, als

Leerstand erfasst. Die übrigen Leerstände verteilen sich auf weitere Einzelhandelslagen im ZVB Innenstadt (vgl. Abbildung auf nächster Seite).

Setzt man sämtliche Leerstände ins Verhältnis zu allen Ladenlokalen (aktiv/passiv) im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, so resultiert daraus eine Leerstandsquote von rd. 15 %.

Auf die Haupteinkaufslage Schwabacher/Rudolf-Breitscheid-Straße<sup>42</sup> bezogen beläuft sich die Leerstandsquote hingegen auf lediglich 7,8 % und hat sich im Vergleich zu 2017 (rd. 6,6 %) nur leicht erhöht. Verglichen mit der Leerstandsquote aus dem Jahr 2009<sup>43</sup> (rd. 28 %) wird die herausragende Entwicklung der Haupteinkaufslage deutlich erkennbar.

In den Nutzungsarten **Dienstleistung und Gastronomie** konnten im Rahmen der Bestandserhebungen (Februar 2023) insgesamt 18 Leerstände im ZVB erfasst werden. Davon entfiel das Gros auf gastronomische Nutzungen (14). Hinsichtlich der räumlichen Verteilungen

sind lediglich 4 Dienstleistungs- bzw. Gastronomie-Leerstände in der Haupteinkaufslage Schwabacher Straße verortet. Die übrigen Leerstände verteilen sich über den gesamten ZVB Innenstadt, wobei die Königstraße mit 5 Leerständen einen gewissen räumlichen ‚Schwerpunkt‘ bildet.

---

<sup>41</sup> Der frühere Saturn-Standort war zum Erhebungszeitpunkt als Flüchtlingsunterkunft zwischengenutzt und wurde demzufolge nicht als Leerstand aufgenommen, jedoch als Potenzialfläche im Rahmen der Fortschreibung des Zentrenkonzepts berücksichtigt (vgl. Kap. 3.6).

<sup>42</sup> Abgrenzung lt. Integriertem Einzelhandelskonzept (CIMA 2017), S. 91.

<sup>43</sup> Vgl. Integriertes Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt FÜRTH (GfK GeoMarketing GmbH, 2009), S. 18.

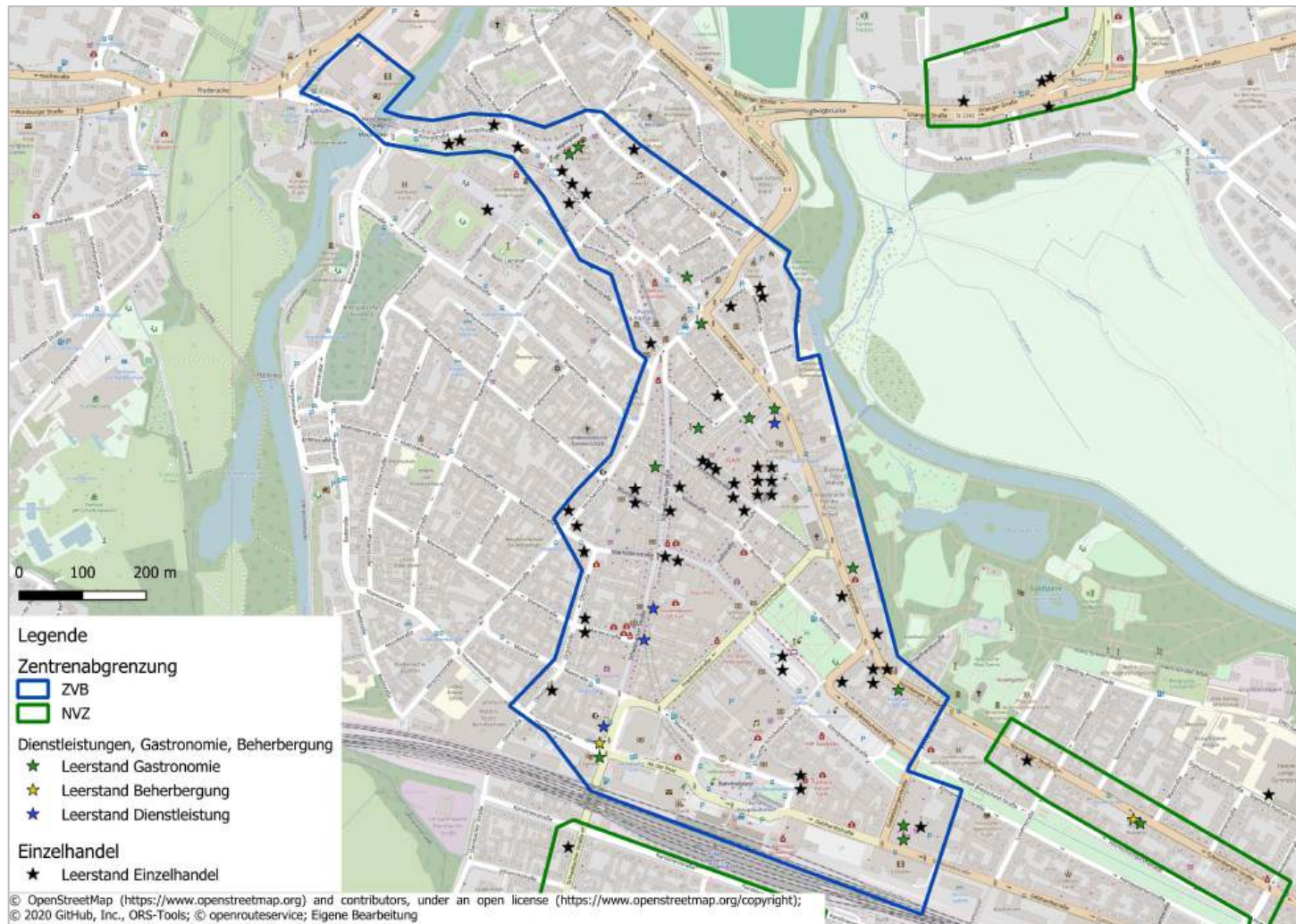


Abbildung 20: Leerstandssituation im ZVB Innenstadt (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, Beherbergung)

#### 2.2.1.4 Übriges Stadtgebiet

##### Vorbemerkung

*Im Folgenden werden die maßgeblichen Angebotslagen des Fürther Einzelhandels im übrigen Stadtgebiet kurz skizziert und bewertet. Weitere Erläuterungen lassen sich auch den Kapiteln 3.3 Zentren- und Versorgungsstrukturen (S. 93 ff.) und 3.7 Nahversorgungskonzept (S. 181 ff.) entnehmen.*

Den flächenseitig größten Angebotsschwerpunkt außerhalb der Fürther Innenstadt bildet zweifelsohne der verkehrsgünstig an der BAB 73 gelegene **Einrichtungsschwerpunkt in FÜRTH-Steinach**, der im Zuge der Verlagerung und Vergrößerung des Höffner Einrichtungshauses sowie der Neuansiedlung von Teppich Kibek neu entwickelt wurde und die regionale Ausstrahlungskraft der Stadt FÜRTH im Bereich Einrichtungsbedarf (Möbel, Haus- und Heimtextilien, Bodenbeläge) nochmals deutlich befördert hat. Im Zuge der zwischenzeitlichen Nachnutzung des Sconto-Möbeldiscounters

durch den Anbieter Fahrrad XXL (Eröffnung im April 2023) hat der Fachmarktstandort im Fürther Norden jüngst eine zusätzliche Aufwertung erfahren. Unweit östlich im Stadtteil Bislohe agiert mit dem Zweiradcenter Stadler ein weiteres ‚Schwergewicht‘ im Fahrradbereich.

Direkt gegenüber vom früheren Höffner-Standort an der **Seeackerstraße** ist eine weitere **Fachmarkttagglomeration** im östlichen Stadtgebiet situiert, die neben einem Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt einen Babyfachmarkt (BabyOne) sowie den Einrichtungsanbieter Skan Design umfasst. In westlicher Richtung (jenseits der BAB 73) schließt sich eine weitere Agglomeration zumeist größer- bzw. großflächiger Anbieter aus dem periodischen Bedarfsbereich (insb. E-Center Scharrer, Drogeriemärkte dm und Rossmann, Lebensmitteldiscounter Netto, Aldi, Lidl) nebst ergänzenden Discount-Anbietern (Kik, Tedi) an.

Unweit südlich ist mit dem Einrichtungshaus **IKEA**, dem westlich benachbarten Anbieter Multipolster sowie weiteren z.T. spezialisierten Einrichtungsanbietern<sup>44</sup> (u.a. Die Küchenplaner Habicht+Sporer, Tendenza Wohnen &

Lifestyle) im Bereich **Hans-Vogel-Straße** ein weiterer ausstrahlungstarker Fachmarktstandort im Stadtteil Poppenreuth anzusprechen. Neben Fachmärkten unterschiedlichster Couleur (u.a. Shoe4you, Adler Modemarkt, Trek Bicycle) entlang bzw. im Umfeld der Hans-Vogel-Straße ist dort auch der Schwerpunkt der Nahversorgungsangebote im Stadtteil Poppenreuth gelegen. Diese konzentrieren sich räumlich unweit südlich des Kreuzungsbereichs Poppenreuther/Hans-Vogel-Straße und umfassen einen Rewe Supermarkt und Getränkemarkt, einen Aldi-Lebensmitteldiscounter, Bio-Supermarkt denn's, eine Bäckerei-Filiale, eine Apotheke sowie einen Rossmann Drogeriemarkt. Das dortige Nahversorgungsangebot bildet somit das ‚Rückgrat‘ der Nahversorgung im Stadtteil Poppenreuth, adressiert aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage an der Hans-Vogel-Straße bzw. unweit östlich der Anschlussstelle ‚Fürth-Poppenreuth‘ der BAB 73 jedoch auch Berufspendler.

Mit dem **Fachmarktzentrum Phönix-Center** am südöstlichen Rand der Fürther Südstadt bzw. unweit der Stadtgrenze zu Nürnberg ist

<sup>44</sup> Der Anbieter Hüls – Die Einrichtung hat seinen Betrieb Ende 2023 eingestellt.

ein weiterer Einzelhandelsschwerpunkt anzusprechen, der sowohl im periodischen als auch aperiodischen Bedarfsbereich eine breite Angebotspalette umfasst. Das Nahversorgungsangebot wird dabei von einem ausgesprochen leistungsfähigen und attraktiven E-Center Stengel (mit gegenüberliegendem Getränkemarkt) sowie einem dm Drogeriemarkt ‚getragen‘, die als wichtige Frequenzbringer fungieren und die Nahversorgung der Fürther Südstadt maßgeblich gewährleisten. Weitere ‚Schwergewichte‘ im aperiodischen Bedarfsbereich sind ein Dehner Gartencenter im Standortverbund mit dem Sportfachmarkt Decathlon. Darüber hinaus finden sich noch weitere Fachmärkte unterschiedlicher Sortimentsausrichtung (u.a. Seats & Sofas, Jysk, Textilien C&A, Takko, Mister\*Lady u. KiK, Rofu Kinderland, Deichmann), welche in Summe einen attraktiven Angebotsmix, gerade auch für Familien, kreieren.

Neben den skizzierten Fachmarkttagglomerationen sind im Stadtgebiet **weitere großflächige Einzelhandelsbetriebe aus dem aperiodischen Bedarfsbereich** vertreten, die ganz überwiegend **Solitärstandorte** belegen und aufgrund ihrer Angebote jeweils einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität des Fürther Einzelhandels leisten. Im östlichen Stadtgebiet ist hier das Zweiradcenter Stadler anzuführen, das

sich leistungsfähig am Markt präsentiert und einen Solitärstandort im Stadtteil Bislohe belegt. Unweit südöstlich des ZVB Innenstadt ist mit dem Schuh Mücke Outlet ein weiteres ‚Schwergewicht‘ in der Fürther Einzelhandelslandschaft anzusprechen, das in großem Maßstab Sonderposten (Schuhe/Lederwaren, Bekleidung) führt und das Filialangebot im Hornschuchcenter abrundet und ergänzt. Im südlichen Stadtgebiet sind mit den Baumärkten Hornbach (Magazinstraße) und BayWa (Schwabacher Straße) zwei wichtige Anbieter mit Ausstrahlungskraft in das Fürther Umland und auch in die angrenzenden Nürnberger Stadtteile anzusprechen. Das westliche Pendant bildet der leistungsfähige OBI Bau- und Gartenmarkt unweit der Hauptverkehrsachse Würzburger Straße. Ebenfalls im westlichen Stadtgebiet (Stadtteil Atzenhof) ist das solitär gelegene Gartencenter Dauchenbeck anzusprechen, das als größtes Gartencenter der Stadt eine weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannte Einkaufsdestination im Bereich Gartenbedarf und Dekoration darstellt. Als weiterer Großflächenanbieter im westlichen Fürther Stadtgebiet ist das Einrichtungshaus Möbel Flamme im Stadtteil Hardhöhe anzusprechen, das einen ‚Kontrapunkt‘ zu den räumlichen Angebotschwerpunkten im nördlichen und östlichen Stadtgebiet ‚setzt‘.

Außerhalb der skizzierten Fachmarkttagglomerationen (z.T. mit Nahversorgungsangeboten) bzw. -standorte sind im Fürther Stadtgebiet **weitere, vornehmlich nahversorgungsorientierte Einzelhandelskonzentrationen** festzustellen, so z.B. in der Südstadt (entlang der Schwabacher Straße, Südstadtcenter, Herrn-/Waldstraße), in der Oststadt (Nürnberger Straße), im Bereich Hardhöhe (Würzburger Straße) sowie in den Stadtteilen Unterfürberg (Kurt-Scherzer-Straße), Stadeln (Stadelner Hauptstraße), Bislohe (Gründlacher Straße), Nordstadt (Erlanger Straße) und Schwand (Vacher Straße). Deren Angebote werden durch eine ganze Reihe von weiteren **städtebaulich integrierten qualifizierte Nahversorgungsbetrieben mit Versorgungsfunktion für umliegende bzw. nahe gelegene Wohngebiete ergänzt**, v.a. im westlichen und südlichen Stadtgebiet ergänzt. Anzuführen sind:

- Netto (Breiter Steig)
- Penny/Edeka (Hintere Straße)
- Norma, ebl/ (Am Grünen Weg)
- Netto (Soldnerstraße)
- Lidl (Siemensstraße)
- Norma (Wehlauer Straße)
- Mix Markt (Voltastraße)
- Norma (Billinganlage)
- Norma (Fronmüllerstraße)

- Aldi (Magazinstraße)

Alle weiteren Einzelhandelsanbieter verteilen über das gesamte Fürther Stadtgebiet und decken dabei ein recht breites Angebotsspektrum ab (u.a. Getränkemarkte, kleinteiliger Nahversorgungsbesatz, Campingbedarf, Werkzeuge, Sanitätshäuser, Gärtnereien).

## 2.2.2 Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels

### Methodische Vorbemerkung

Die nachfolgend aufgeführten Struktur- und Leistungsdaten des Fürther Einzelhandels basieren auf einer durch SK Standort & Kommune im durchgeführten Bestandserhebung<sup>45</sup> des Fürther Einzelhandels im November/Dezember 2022<sup>46</sup>. Diese beinhaltet eine **komplette Erhebung des Fürther Einzelhandelsbesatzes (inkl. der Stadtteile) sowie Frequenz generierender Dienstleistungs- und Gastro-**

<sup>45</sup> Es handelt sich hierbei um eine Stichtagserhebung. Zwischenzeitliche Veränderungen im Besatz wurden hinsichtlich ihrer grundsätzlichen Bedeutung im Konzept berücksichtigt.

**nomieangebote sowie öffentlicher und kultureller Einrichtungen in den zentralen Versorgungsbereichen (ZVB Innenstadt, Nahversorgungszentren).** Die Gegenüberstellung mit anderen vergleichbaren Städten basiert auf Auswertungen öffentlich zugänglicher externer Einzelhandels- und Zentrenkonzepte.

Die Einzelhandelsumsätze wurden auf Basis von branchen- und betreiberüblichen Raumleistungen sowie unter Verwendung unternehmensintern vorliegender Ist-Umsätze verschiedener Filialunternehmen geschätzt bzw. hochgerechnet. Die Vergleiche der Pro-Kopf-Ausstattungspreise<sup>47</sup> in den jeweiligen Hauptwarengruppen mit ähnlich großen Vergleichsstädten (vgl. Tab. 4 u. 5, S. 60 u. 64) erfolgten auf Basis öffentlich verfügbarer externer Einzelhandels- und Zentrenkonzepte.

### 2.2.2.1 Verkaufsfläche

Der Einzelhandel in der Stadt FÜRTH umfasste zum Zeitpunkt der Erhebung 663 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche

<sup>46</sup> Durchgeführt im Zeitraum 17.11. - 15.12.2022.

von rd. 291.750 m<sup>2</sup>, auf der rd. 846 Mio. Euro p.a. umgesetzt werden. Auf den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt entfallen rd. 53.425 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (entspricht rd. 18 % der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt FÜRTH), welche sich auf 279 Betriebe verteilen und einen jährlichen Gesamtumsatz von rd. 195 Mio. Euro generieren.

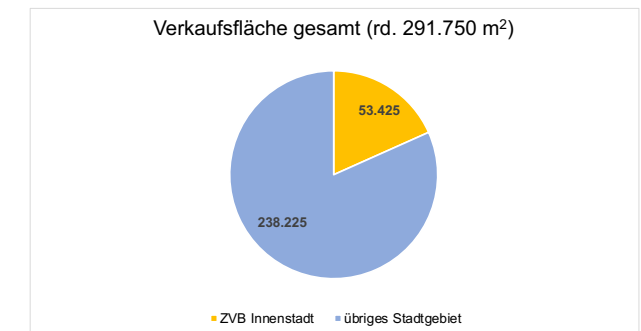


Abbildung 21: Verkaufsfläche und ihre räumliche Verteilung

Im Vergleich mit ähnlich großen Städten erreicht die Stadt FÜRTH mit ihrer inner-städtischen Verkaufsflächengröße damit einen

<sup>47</sup> Aufgrund unterschiedlicher Warengruppensystematiken ist in bestimmten Hauptwarengruppen eine Gegenüberstellung mit den erhobenen Verkaufsflächen nur eingeschränkt möglich.

vergleichsweise niedrigen Innenstadt-Anteil (vgl. Tab. 4, S. 60), wobei dies nicht negativ zu werten ist, sondern immer im Zusammenhang mit den jeweiligen stadtstrukturellen Rahmenbedingungen (naturräumlich/historisch) und der ‚gewachsenen‘ Einzelhandelslandschaft vor Ort gesehen werden muss.

Im **periodischen Bedarfsbereich** liegt der Angebotsschwerpunkt mit rd. 54.100 m<sup>2</sup> bzw. rd. 79 % klar im übrigen Stadtgebiet, wobei die entsprechenden Angebote v.a. innerhalb etablierter Nahversorgungszentren bzw. in sonstigen integrierten Lagen verortet sind. Der ZVB Innenstadt kann jedoch dank zahlreicher größer-

die somit leicht über dem Bundesdurchschnitt (rd. 0,45 m<sup>2</sup> pro Kopf) liegt. Die Einordnung der Fürther Ausstattungskennziffer in den Kontext relevanter Vergleichsstädte wird im Nahversorgungskonzept (Kap. 3.7) ausführlich behandelt und bleibt daher an dieser Stelle ausgespart.

Die im **Persönlichen Bedarfsbereich** zusammengefassten **innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren** sowie **Uhren/Schmuck** werden in der Stadt FÜRTH auf insgesamt rd. 37.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Davon kann der ZVB Innenstadt rd. 68 % bzw. 23.825 m<sup>2</sup> auf sich vereinen, was als äußerst erfreulicher Befund zu werten ist und die vielfältigen Investitionen in die Fürther Innenstadt in den letzten Jahren (Neue Mitte, Carré Fürther Freiheit, EKZ Flair) auch quantitativ deutlich widerspiegelt. Sie ist auch ein Beleg für die seit Jahren in der Stadt praktizierte zentrenorientierte Ansiedlungspolitik im Einzelhandel, die es auch zukünftig fortzuführen gilt. Konkret bedeutet dies, dem Flächenwachstum im Außenbereich in diesen für die Attraktivität der Fürther Innenstadt essentiellen Sortimenten planerisch auch weiterhin ‚Einhalt zu bieten‘. Im Städtevergleich erreicht die Stadt FÜRTH mit rd. 0,29 m<sup>2</sup> den niedrigsten Pro-Kopf-Ausstattungswert. Dieser Befund ist nicht nur dem vor Ort flächenseitig eher

	Fürth (2022) 131.433 Einwohner, Stand 31.12.22	Würzburg (2021) 130.455 Einwohner, Stand 31.12.19	Ingolstadt (2016) 133.500 Einwohner, Stand 2016	Ulm (2011) 122.000 Einwohner, Stand 31.12.09	Hanau (2016) 95.370 Einwohner, Stand 31.12.16	Heilbronn (2022) 128.999 Einwohner, Stand 31.12.20	Neuss (2015) 156.268 Einwohner, Stand 31.12.14
VKF-Gesamt (m <sup>2</sup> )	291.750	402.400	384.361	336.100	243.187	332.035	256.890
VKF-Innenstadt (m <sup>2</sup> )	53.425	99.356	48.720	123.375	77.020	69.050	56.905
	18%	25%	13%	37%	32%	21%	22%

Quellen:  
Juncker+Kruse 2021 (Würzburg), CIMA 2016 (Ingolstadt), CIMA 2016 (Hanau), Dr. Acocella 2011 (Ulm), GMA 2022 (Heilbronn), Dr. Jansen 2015 (Neuss), SK 2022 (Fürth)

Tabelle 4: Prozentuale Verkaufsflächenanteile Innenstadt im Städtevergleich

Im Folgenden gilt es nun, den Blick auf die sortimentspezifische Einzelhandelsausstattung in der Stadt FÜRTH und ihre räumliche Verteilung (ZVB Innenstadt/übriges Stadtgebiet) zu lenken (vgl. Abb. 22, S. 63) und die Befunde in den Kontext relevanter Vergleichsstädte (vgl. Tab. 5, S. 64) zu stellen. Eine nach Hauptwarengruppen differenzierte Aufschlüsselung der Verkaufsflächen im Stadtteilzentrum Phönix Center sowie in den jeweiligen Nahversorgungszentren ist den Zentrensteckbriefen in Kap. 3.3 zu entnehmen.

und großflächiger Anbieter einen mehr als beachtlichen Flächenanteil in Höhe von rd. 21 % (rd. 14.800 m<sup>2</sup>) ‚auf sich verbuchen‘ und somit nicht nur eine vollumfängliche wohnortnahe Versorgung der in der Innenstadt lebenden Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs gewährleisten, sondern auch darüber hinaus ‚Akzente‘ setzen. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang v.a. das leistungsfähige und attraktive Frische- und Feinkost-Angebot am ‚Fürther Markt. Alles in allem erreicht der Fürther Einzelhandel im periodischen Bedarfsbereich eine Ausstattungskennziffer von 0,51 m<sup>2</sup> pro Kopf,

überschaubaren Angebot im Bereich Uhren/Schmuck, sondern auch der regionalen Wettbewerbssituation in den Bereichen Bekleidung/Wäsche (Stichwort Nürnberg) ‚geschuldet‘.

Im Bereich **Medien und Technik** kann der ZVB Innenstadt dank des Elektro-Fachmarkts expert (im EKZ Flair), mehrerer Telefonläden, Buchhandlungen, diverser Schreibwarenangebote (u.a. Julius Schöll, Teilsortiment im Drogeriemarkt Müller) sowie zahlreicher Optiker bzw. Hörgeräteakustiker immerhin rd. 43 % (6.325 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (14.700 m<sup>2</sup>) auf sich vereinen. Außerhalb der Innenstadt verteilen sich die relevanten Angebote schwerpunktmäßig auf Randsortimente in den Einrichtungshäusern (insb. Höffner, IKEA) und Baumärkten, den zwischenzeitlich geschlossenen Saueracker Bürofachmarkt im Stadtteilzentrum Phoenix Center sowie weitere Anbieter (u.a. Lichtcompany). In Pro-Kopf-Ausstattungsweite ‚übersetzt‘ erreicht der Fürther Einzelhandel in den Sortimentsbereichen Bücher, Schreibwaren bzw. Elektro (inkl. Weiße Ware und Unterhaltungselektronik) Werte von 0,03 bzw.

0,07 m<sup>2</sup>. Im Städtevergleich ordnet sich der Fürther Einzelhandel in beiden Sortimentsbereichen damit eher ‚am unteren Ende‘ ein. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass stationäre Angebote in den genannten Warengruppen in einem zunehmend schärferen Wettbewerb zum Online-Handel stehen, sodass maßgebliche Flächenzuwächse eher nicht zu erwarten sind. Bei Elektro-Fachmärkten ist vielmehr die Tendenz zur Flächenreduktion und Straffung des Angebots bei gleichzeitig verstärkter Inszenierung von Warenwelten und stärkerem Fokus auf Beratung als Reaktion auf die Online-Konkurrenz zu beobachten. Auch die Aufgabe des stationären Angebots zugunsten eines reinen Online-Vertriebs im Bereich Schreibwaren/Bürobedarf kann – wie das Beispiel der Fa. Saueracker zeigt – eine Reaktion auf veränderte Marktbedingungen sein.

In der Hauptwarengruppe **Spiel, Sport, Hobby** sind im ZVB Innenstadt zwar nur rd. 14 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche verortet, diese umfassen jedoch ein recht breites und für die Attraktivität der Innenstadt wichtiges Angebotsspektrum (u.a. mehrere Fahrradhändler, Sport-/Outdoor-Angebote, Spezialsortimente

wie Jagd- und Fischereibedarf, Spielwaren u.a. im Drogeriemarkt Müller). Das Gros des gesamtstädtischen Angebots ist angesichts der Flächenbedarfe in diesem Segment hingegen im übrigen Stadtgebiet situiert und im Wesentlichen auf großflächige Fachmärkte wie das Zweiradcenter Stadler, Camping Grebner, den Sportfachmarkt Decathlon, BabyOne und weitere Anbieter (u.a. Teilsortiment im Schuh Mücke Outlet) zurückzuführen. Im Zuge der zwischenzeitlichen Eröffnung<sup>48</sup> des Anbieters Fahrrad XXL am früheren Sconto-Standort in Fürth-Steinach hat sich der Angebotsschwerpunkt nochmals deutlich in Richtung übriges Stadtgebiet verschoben. Im Städtevergleich erreicht die Stadt FÜRTH einen Pro-Kopf-Ausstattungs Wert von rd. 0,13 m<sup>2</sup> und platziert sich damit eher im Mittelfeld. Berücksichtigt man den Ende April 2023 eröffneten Anbieter Fahrrad XXL, würde sich der Ausstattungswert hingegen maßgeblich erhöhen (rd. 0,18 m<sup>2</sup> pro Kopf). Somit rangiert die Stadt FÜRTH faktisch bereits an zweiter Stelle (zusammen mit Würzburg) innerhalb des Städtevergleichs nach Ingolstadt (rd. 0,22 m<sup>2</sup> pro Kopf).

---

<sup>48</sup> Eröffnung Ende April 2023.

In der zentrenrelevanten Hauptwarengruppen **Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** sind rd. 3.800 m<sup>2</sup> im ZVB Innenstadt verortet, was einem Anteil von rd. 20 % entspricht. Die flächengrößten Anbieter in diesem Bereich sind u.a. der zwischenzeitlich aus dem Markt ausgeschiedene Anbieter Staudts, Wolf am Bahnhof, Nanu Nana (EKZ Flair), Depot, WMF sowie zwei Filialen des Hartwarendiscounters Tedi. Den maßgeblichen Angebotsschwerpunkt in diesem Sortimentsbereich bilden hingegen die Anbieter im übrigen Stadtgebiet (rd. 14.925 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), wobei hier v.a. die Einrichtungshäuser, Gartencenter und Baumärkte herausragen, die alleine rd. 70 % der Verkaufsfläche im übrigen Stadtgebiet auf sich vereinen. Der Städtevergleich, welcher aufgrund unterschiedlicher Warengruppensystematiken in diesem Fall nur zusammen mit der Warengruppe Einrichtungsbedarf vorzunehmen ist, zeigt, dass die Stadt FÜRTH mit einem Pro-Kopf-Wert von rd. 0,81 m<sup>2</sup> an dritter Stelle (nach Heilbronn mit 0,98 m<sup>2</sup> pro Kopf und Würzburg mit 0,85 m<sup>2</sup> pro Kopf) rangiert. Betrachtet man diesen Wert ‚im Lichte‘ der Wettbewerbssituation in der fast viermal größeren Nachbarstadt Nürnberg, ist das Fürther Ausstattungsniveau jedoch als beachtlich einzustufen.

In den Sortimentsbereichen **Einrichtungsbedarf** und **Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf** finden sich die entsprechenden Angebote (insb. Einrichtungshäuser Höffner, IKEA, OBI, Hornbach, BayWa, Dehner) nahezu ausschließlich im übrigen Stadtgebiet, was in Anbetracht der Flächenbedarfe in diesen Bereichen nicht überrascht. Im Bereich der Baumarktspezifischen Sortimente (ohne Zoobedarf) erreicht die Stadt FÜRTH im Städtevergleich einen - auch angesichts leistungsfähiger und nahe gelegener Wettbewerbsstandorte in der Nachbarstadt Nürnberg - respektablen Pro-Kopf-Ausstattungswert von rd. 0,31 m<sup>2</sup> pro Kopf (ohne Zoobedarf).

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Verteilung der Verkaufsflächen und Warengruppen in der Stadt FÜRTH auf **eine insgesamt gut funktionierende ‚Arbeitsteilung‘** zwischen dem ZVB Innenstadt und den Angebotslagen im übrigen Stadtgebiet schließen lässt. Dies gilt insbesondere im Bereich der zentrenrelevanten (Leit-) Sortimente Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren und Uhren/Schmuck, die ihren klaren Angebotschwerpunkt – sowohl quantitativ als auch qualitativ – in der Innenstadt haben. Angesichts eines flächenseitig überschaubaren Angebots im Bereich Uhren/Schmuck wäre ein zusätzliches

Angebot durchaus wünschenswert. Im Bereich der ebenfalls zentrenrelevanten Hauptwarengruppe Geschenke, GPK, Hausrat liegt der Angebotsschwerpunkt hingegen im übrigen Stadtgebiet. Insofern gilt es einer weiteren Zunahme zentrenrelevanter Sortimente außerhalb des ZVB Innenstadt über die Bauleitplanung entgegenzuwirken, um die **Entwicklungsspielräume für die Fürther Innenstadt so weit wie möglich aufrechtzuerhalten.**

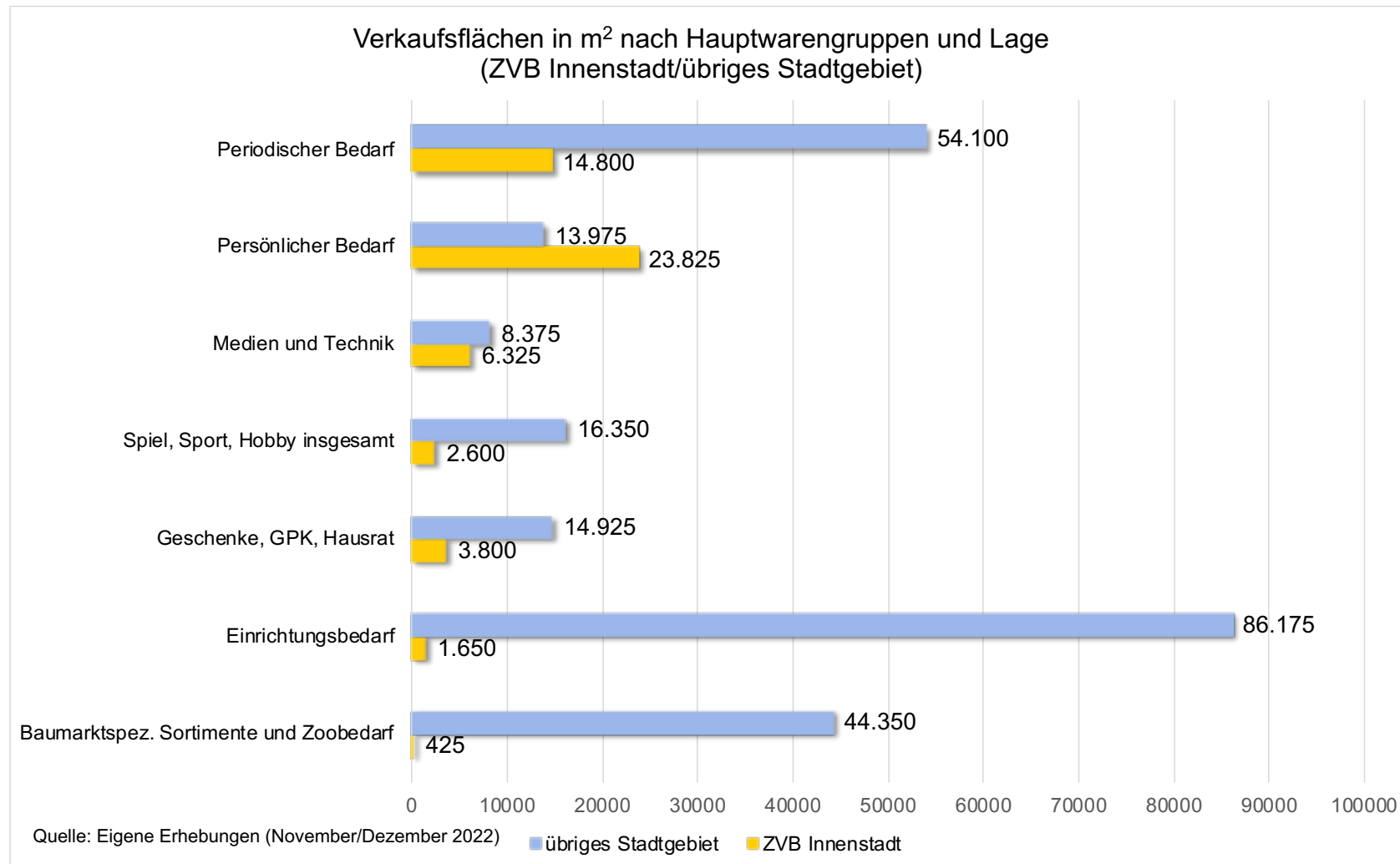


Abbildung 22: Verkaufsflächen nach Hauptwarengruppen und Lage

WG (SK) Warengruppenbezeichnung (SK)*	Fürth (2022) 131.433 Einwohner, Stand 31.12.22		Neuss (2015) 156.268 Einwohner, Stand 31.12.14		Würzburg (2021) 130.455 Einwohner, Stand 31.12.19		Ingolstadt (2016) 133.500 Einwohner, Stand 31.12.15		Ulm (2011) 122.000 Einwohner, Stand 31.12.09		Hanau (2017) 95.370 Einwohner, Stand 31.12.16		Heilbronn (2022) 128.999 Einwohner, Stand 31.12.20	
1-2 Lebensmittel, Genussmittel, Reformwaren, Gesundheits- und Körperpflege	67.450	0,51	73.855 <sup>1)</sup>	0,47	78.200	0,60	86.293	0,65	63.175	0,52	56.608	0,59	68.090	0,53
4-6 Bekleidung, Wäsche; Schuhe, Lederwaren; Uhren, Schmuck	37.800	0,29	60.985	0,39	75.000	0,57	89.847	0,67	97.750	0,80	39.165 <sup>4)</sup>	0,41	59.135 <sup>2)</sup>	0,46
7-8 Bücher, Schreibwaren	3.850	0,03	4.655	0,03	8.000	0,06	5.155	0,04	16.250	0,13	3.508	0,04	7.415 <sup>3)</sup>	0,06
9-10 Elektro (WW, Lampen/Leuchten, UE, Telekomm.)	9.500	0,07	16.675	0,11	19.900	0,15	18.099	0,14	22.875	0,19	11.661 <sup>5)</sup>	0,12	8.830	0,07
12-14 Sportartikel, Camping; Spielwaren, Hobby; Fahrräder	16.950	0,13	8.950	0,06	23.800	0,18	26.093	0,20	21.350	0,18	14106 <sup>6)</sup>	0,15	in WG 4-8 enthalten	
16-18 GPK, Hausrat, Einrichtungsbedarf	106.500	0,81	34.655	0,22	111.000	0,85	101.244	0,76	60.200	0,49	54.378	0,57	125.885	0,98
19 Baumarktspez. Sortimente, Gartenbedarf	41.100	0,31	60.210	0,39	72.000	0,55	55.508	0,42	40.275	0,33	55.142	0,58	40.900	0,32

\* Aufgrund unterschiedlicher Warengruppenzuordnungen konnten einzelne Warengruppen nur zusammengefasst bzw. nicht (WG 3, 11, 15, 20) verglichen werden.

<sup>1)</sup> Inkl. Hörgeräteakustik, Optik.

<sup>2)</sup> Inkl. Optik und Sportartikel, Camping.

<sup>3)</sup> Inkl. Spielwaren, Hobby.

<sup>4)</sup> Ohne Uhren, Schmuck.

<sup>5)</sup> Inkl. Foto

<sup>6)</sup> Inkl. Zooartikel.

**Quellen:**

Junker+Kruse 2021 (Würzburg), CIMA 2016 (Ingolstadt, Hanau), Dr. Acocella 2011 (Ulm), GMA 2022 (Heilbronn), Dr. Jansen 2015 (Neuss), SK 2022 (Fürth)

Tabelle 5: Verkaufsfläche nach Hauptwarengruppen und pro Kopf im Städtevergleich

### 2.2.2.2 Betriebsgrößen

Die rechtsstehende Abbildung zeigt, wie die Verkaufsflächengrößen im ZVB Innenstadt bzw. im übrigen Fürther Stadtgebiet strukturiert sind.

Knapp drei Viertel (rd. 73 %) aller Einzelhandelsbetriebe im ZVB Innenstadt agieren auf einer Verkaufsfläche von weniger als 100 m<sup>2</sup>. Eine Verkaufsfläche zwischen 100 und unter 400 m<sup>2</sup> besitzen rd. 16 % der innerstädtischen Betriebe. Auf größere Betriebe (ab 400 m<sup>2</sup> bis unter 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie großflächige Anbieter (ab 800 m<sup>2</sup>) entfallen Anteile in der Größenordnung von rd. 5 bzw. 6 %. Darin spiegeln sich insb. die Angebote im Hornschuchcenter, im Carré Fürther Freiheit, in der Neuen Mitte sowie im EKZ Flair entsprechend wider.

Im übrigen Stadtgebiet ist – wenig überraschend – der Anteil größer- bzw. großflächiger Betriebe (ab 400 m<sup>2</sup>) mit rd. 25 % deutlich stärker ausgeprägt als in der Innenstadt, was in erster Linie auf die Angebotsstrukturen an den Fachmarktstandorten zurückzuführen ist. Auffällig ist hingegen der hohe Anteil von Kleinflächen bis unter 100 m<sup>2</sup> (rd. 58 %), die v.a. in den städtischen Nahversorgungszentren sowie

auch in Streulagen innerhalb der Stadtteile zu finden sind.

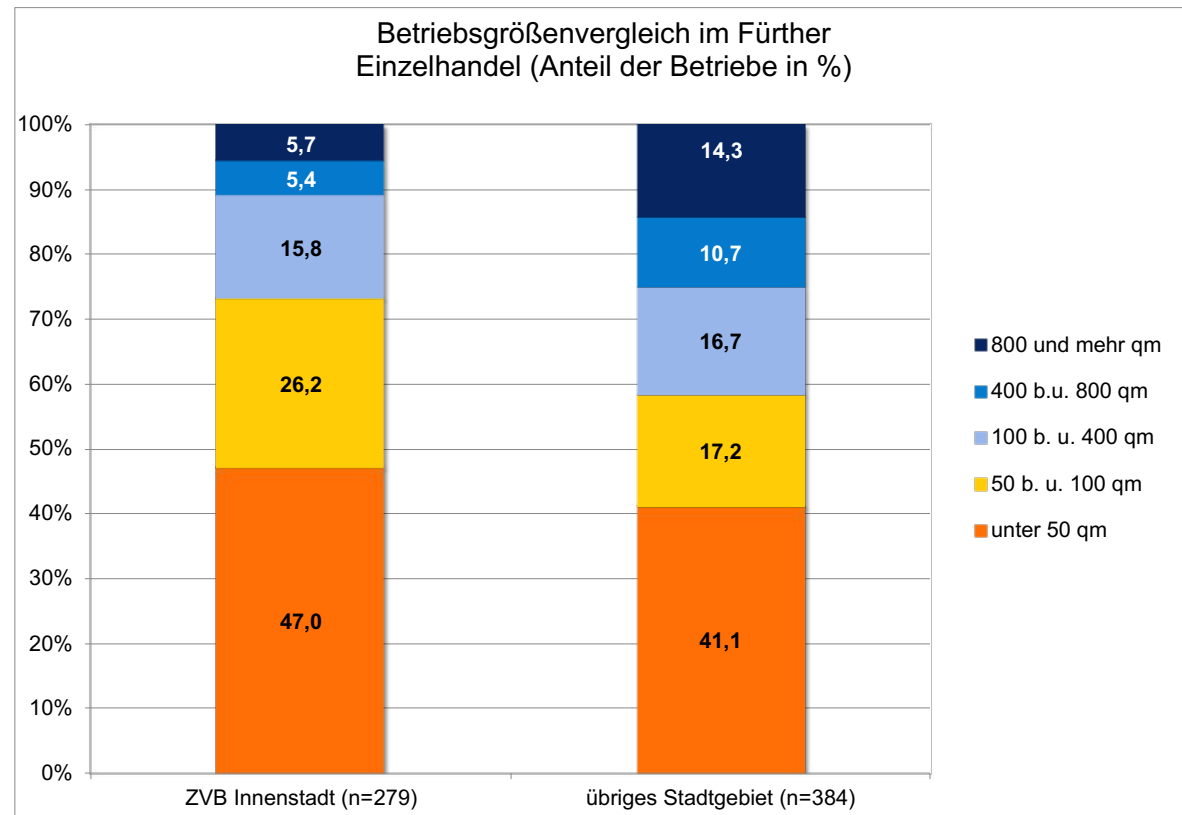


Abbildung 23: Betriebsgrößenvergleich im Fürther Einzelhandel

### 2.2.2.3 Einzelhandelszentralitäten

#### Methodische Vorbemerkung

Die Handelszentralität einer Kommune wird durch die Gegenüberstellung der im Markt erzielten Einzelhandelsumsätze<sup>49</sup> mit der Kaufkraft<sup>50</sup> dieser Kommune ermittelt. Die Zentralität kann auch für einzelne Sortimentsgruppen ausgewiesen werden. Durch die Gegenüberstellung des Einzelhandelsumsatzes mit der Kaufkraft können Aussagen abgeleitet werden, ob eine Kommune insgesamt oder bei einzelnen Branchengruppen per saldo Kaufkraftzuflüsse oder Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen hat. Eine Einzelhandelszentralität von über 100 % bedeutet, dass die Zuflüsse die Abflüsse per saldo übersteigen und es damit insgesamt zu einem Zufluss kommt. Demgegenüber sagt eine Einzelhandelszentralität von unter 100 % aus, dass per saldo Kaufkraft in die Konkurrenzzentren abfließt.

<sup>49</sup> Bezogen auf den stationären Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Kfz-Handel). Die Umsätze wurden anhand branchenüblicher Richtwerte (Raumleistung, sprich Umsatz pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und des jeweiligen Marktauftritts (Einschätzung im Rahmen der Vor-Ort-Begehung) geschätzt.

Für die Stadt FÜRTH errechnet sich eine Warengruppen übergreifende Zentralität von 95 (s. Abb. 24, S. 70), was in Anbetracht des leistungsfähigen Einzelhandelsangebots in der fast viermal so großen Nachbarstadt Nürnberg einen guten Wert darstellt und darauf schließen lässt, dass die Stadt FÜRTH ihrer oberzentralen Versorgungsfunktion als Bestandteil der Metropole Nürnberg/FÜRTH/Erlangen/Schwabach gerecht wird. Die Nähe zur deutlich größeren Nachbarstadt Nürnberg setzt den potenziellseitigen ‚Spielräumen‘, d.h. der Neugewinnung von Kaufkraft, die derzeit noch nicht vom Fürther Einzelhandel gebunden wird, je nach Sortiment deutliche Grenzen. Gleichwohl lohnt ein Blick auf die jeweiligen Sortimente, ihre heutigen Zentralitätswerte sowie mögliche Entwicklungspotenziale.

Zunächst sticht der ausgesprochen hohe Zentralitätswert im Bereich **Möbel, Antiquitäten**

<sup>50</sup> Hierbei handelt es sich um die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, also den Teil des verfügbaren Netto-Einkommens, der im Einzelhandel – ob stationär oder online – wirksam wird. Die hier zugrunde liegenden Ausgabebeträge im Einzelhandel, die mit der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex gewichtet werden (= einzelhandelsrelevante Kaufkraft), werden von der GfK GeoMarketing GmbH sortimentspezifisch berechnet und jeweils für das abgelaufene Kalenderjahr ausgewiesen.

von 235 ‚ins Auge‘, der vor allem auf die Großflächenanbieter Höffner, IKEA, Möbel Flamme, Hüls Die Einrichtung (zwischenzeitlich geschlossen), Multipolster sowie weitere Spezialanbieter zurückzuführen ist und die Bedeutung der Stadt FÜRTH als regionaler „Einrichtungsschwerpunkt“ eindrucksvoll unterstreicht.

Auch in der Warengruppe **Geschenke/Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat** wird ein sehr hoher Zentralitätswert von 204 erreicht, der v.a. auf entsprechende Angebote in den Einrichtungshäusern Höffner, IKEA, Möbel Flamme, Hüls Die Einrichtung (zwischenzeitlich geschlossen), Gartencentern und Baumärkten zurückzuführen ist. Dennoch leisten auch die Angebote im ZVB Innenstadt ihren Beitrag zu diesem hohen Ausstattungsniveau (u.a. WMF, Nanu Nana, Depot, Wolf am Bahnhof, zwischenzeitlich geschlossener Anbieter Staudts,

Hartwarendiscounter Tedi, Teilflächen in den Woolworth-Filialen). Zusammenfassend verfügt die Stadt FÜRTH in diesem Bereich über ein absolut leistungsfähiges und umfassendes Angebot, das keine Lücken erkennen lässt.

Was den Bereich **Babybedarf** anbelangt, erreicht der Fürther Einzelhandel einen beachtlichen Wert von 172, der vorwiegend auf den Anbieter BabyOne, Spezialangebote im Einrichtungshaus Höffner sowie Randsortimente in den Drogerie- und Supermärkten zurückzuführen ist. Angesichts des bestehenden Angebotsumfangs besteht aus Gutachtersicht hier kein Ergänzungsbedarf.

Ein hoher Zentralitätswert (162) kennzeichnet auch den Bereich **Fahrräder**, der vorwiegend auf das Zweiradcenter Stadler sowie eine Reihe weiterer Anbieter, darunter fünf im ZVB Innenstadt (u.a. Zentralrad, Fun and Sport, SM Parts), zurückzuführen ist und auf ein insgesamt gut ‚bestücktes‘ und ausgesprochen ausstrahlungsstarkes Angebot in diesem Bereich schließen lässt. Im Zuge des zwischenzeitlichen Markteintritts des Anbieters Fahrrad XXL (am früheren Sconto-Standort in Fürth-Steinach) dürfte sich die Zentralität nochmals erhöht haben, sodass mittlerweile von einem sehr guten und kaum noch steigerbaren Ausstattungs-

niveau der Stadt FÜRTH in diesem Bereich gesprochen werden kann.

Im zentrenrelevanten Leitsortiment **Schuhe, Lederwaren** verfügt die Stadt FÜRTH über ein leistungsfähiges und ausstrahlungsstarkes Angebot, das sich in einem hohen Zentralitätswert (156) deutlich widerspiegelt. Dieser Befund ist dabei maßgeblich auf die Angebote im ZVB Innenstadt zurückzuführen, die mehr als die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen (u.a. Schuh Mücke, Tretter, Deichmann, Lederwaren Scherneck). Mit dem Schuh Mücke Outlet sowie den Fachmärkten Shoe4you und Deichmann (Phönix Center) finden sich weitere Angebote im übrigen Stadtgebiet. Alles in allem ist in diesem Sortimentsbereich ein sehr gutes Angebotsniveau erreicht.

In der Warengruppe **Sportartikel, Camping** erreicht der Fürther Einzelhandel eine beachtliche Zentralitätskennziffer von 133, die im Wesentlichen durch die Großflächenanbieter Decathlon und Camping Grebner, zwei innerstädtische Anbieter (JD Sports, Travel & Trek) sowie eine Reihe weiterer über das Stadtgebiet verteilter kleinteiliger Spezialanbieter zustande kommt. Alles in allem kann hier von einem guten Ausstattungsniveau gesprochen werden, dessen Steigerungspotenzial auch angesichts der lokalen Wettbewerbssituation (Stichwort

Nürnberg) sowie der zunehmenden Bedeutung von Online-Angeboten begrenzt sein dürfte.

Im zentrenrelevanten Leitsortiment **Bekleidung, Wäsche** erreicht der Fürther Einzelhandel einen - insbesondere mit Blick auf die Nachbarstadt Nürnberg - beachtlichen Wert von 131, der auch auf den Attraktivitätszuwachs des innerstädtischen Einzelhandels im Zuge der Entwicklungen in den vergangenen Jahren (Neue Mitte, Carré Fürther Freiheit, EKZ Flair) zurückzuführen ist. Eine maßgebliche Erhöhung des Zentralitätswerts erscheint angesichts der schwierigen Marktlage in der Modebranche, der Konkurrenz durch den Online-Handel sowie des bereits bestehenden umfassenden Angebots aus Gutachtersicht eher fraglich, wobei eine (punktuelle) Weiterentwicklung des städtischen Bekleidungsangebots (z.B. durch neue Konzepte) jedoch nach wie vor möglich ist.

In der Warengruppe **Gardinen, Teppiche, Heimtextilien** erreicht die Stadt FÜRTH einen beachtlichen Zentralitätswert von 130, der im Wesentlichen auf die Anbieter Teppich Kibek, Höffner und IKEA sowie weitere Fachmärkte wie Jysk und Matratzen Concord zurückzuführen ist. Der Beitrag des ZVB Innenstadt in diesem Bereich fällt quantitativ zwar gering aus, mit Bonakdar Teppichkultur ist hier jedoch ein

Spezialangebot vertreten, welches das gesamtstädtische Angebot qualitativ ‚abrundet‘.

Im Bereich **Schreibwaren** beläuft sich die Zentralitätskennziffer auf 130, welche auf ein leistungsfähiges Angebotsniveau schließen lässt. ‚Getragen‘ wird das städtische Angebot in diesem Bereich in erster Linie von dem (zwischenzeitlich geschlossenen) Bürofachmarkt Saueracker, den innerstädtischen Anbieter Julius Schöll sowie den Randsortimenten in Hartwarendiscountern, Lebensmittel- und Drogeriemärkten. Im Zuge der Schließung des Bürofachmarkts Saueracker hat sich der Zentralitätswert zwischenzeitlich markant verringert, wenngleich nach wie vor ein gutes Ausstattungsniveau konstatiert werden kann. Angesichts der auch in diesem Bereich zunehmenden Bedeutung des Online-Handels erscheint es jedoch fraglich, ob die durch den Marktaustritt des Anbieters Saueracker entstandene Angebotslücke wieder durch ein vergleichbares stationäres Angebot perspektivisch geschlossen werden kann.

Kaufkraftzuflüsse kennzeichnen die Warengruppen **Baumarktspezifische Sortimente** (110) und **Zoobedarf** (104). In Anbetracht der Wettbewerbssituation in der Nachbarstadt Nürnberg erscheint eine maßgebliche

Erhöhung der Zentralität durch zusätzliche Angebote jedoch wenig aussichtsreich.

In den Warengruppen **Lebensmittel, Genussmittel, Reformwaren** bzw. **Gesundheits- und Körperpflege** erreicht der Fürther Einzelhandel Zentralitätswerte von 78 bzw. 103. Während der Wert im Bereich Gesundheits- und Körperpflege auf ein gut ‚bestücktes‘ städtisches Angebot schließen lässt, bestehen im Bereich Lebensmittel (trotz der Nähe zu Nürnberg) durchaus noch potenziellseitige Spielräume, die durch zusätzliche Angebote bzw. Erweiterungen bestehender Anbieter genutzt werden könnten.

Der Bereich **Spielwaren, Hobby** lässt mit einem Zentralitätswert von 65 auf ein ordentlich ‚bestücktes‘ städtisches Angebot schließen, das zwar vorwiegend von Angeboten außerhalb des ZVB Innenstadt (z.B. Rofu Kinderland im SZ Phönix Center) ‚getragen‘ wird, aber auch im ZVB Innenstadt präsent ist (u.a. Drogeriemarkt Müller, mau mau, Randsortimente in Hartwarendiscountern). Wenngleich eine weitere maßgebliche Erhöhung des Zentralitätswertes aufgrund der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels in diesem Bereich ‚gedeckelt‘ ist, schließt dies Spezialangebote sowohl im Bereich Hobby als auch Spielwaren (mit ergänzendem Online-Auftritt) keineswegs aus.

Im Bereich **Hörgeräteakustik und Optik** beläuft sich der Zentralitätswert auf 63, der erfreulicherweise ganz überwiegend durch vier Hörgeräteakustiker und zwölf Optiker im ZVB Innenstadt ‚getragen‘ wird. Zusammen mit fünf weiteren Anbietern im übrigen Stadtgebiet ist dieses Segment in FÜRTH aus Gutachtersicht sehr gut abgedeckt.

Der Zentralitätswert im Bereich **Elektro/Weiße Ware/Lampen/Leuchten/Haushaltselektro-nik** von 60 weist auf ein durchaus beachtliches Angebot vor Ort hin. Wenngleich auch in diesen Bereichen der Online-Handel sukzessive Marktanteil gewinnt, bestehen rein potenzialseitig durchaus noch gewisse Spielräume, z.B. durch eine Erweiterung serviceorientierter Angebote (Aufbau- und Anschlusservice im Bereich Weißer Ware).

Im Bereich des innerstädtischen Leitsortiments **Uhren/Schmuck** erreicht der Fürther Einzelhandel einen Zentralitätswert von 52, der ganz überwiegend durch die Angebote im ZVB Innenstadt zustande kommt. Vor dem Hintergrund, dass das Fürther Angebot derzeit durch eine vergleichsweise große Spreizung zwischen hoch- und eher niedrigpreisiger Marktausrichtung gekennzeichnet ist, wäre eine Angebotsausweitung (z.B. im mittelpreisigen markenorientierten Bereich) durchaus denkbar.

Den drittniedrigsten Zentralitätswert erreicht mit 36 das Sortiment **Bücher**, das erfreulicherweise nahezu ausschließlich im ZVB Innenstadt beheimatet ist und eine wichtige Frequenz generierende Funktion innerhalb des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes übernimmt. In Anbetracht der starken Konkurrenz durch Online-Angebote (gerade im Bereich Bücher, Musik) dürften einer maßgeblichen Steigerung der Zentralität durch neue stationäre Angebote jedoch deutliche Grenzen gesetzt sein.

Der niedrigste Zentralitätswert (23) entfällt auf den Sortimentsbereich **Elektro/Unterhaltungselektronik/Foto/ PC u. Zubehör/Telekommunikation/Neue Medien**. Maßgebliche Steigerungen dürften jedoch in der Realität aufgrund der hohen Konkurrenz von Online-Angeboten in diesen Sortimentsbereichen eher nicht zu erwarten sein. Dies schließt jedoch neue v.a. kleinteilig strukturierte und/oder spezialisierte Angebote keineswegs aus.

**Zusammenfassend** verzeichnet der Fürther Einzelhandel in mehr als der Hälfte der Warengruppen Kaufkraftzuflüsse, die darauf schließen lassen, dass die Stadt FÜRTH ihrem oberzentralen Versorgungsauftrag innerhalb der Metropole Nürnberg/FÜRTH/Erlangen/Schwabach bereits heute qualifiziert gerecht wird. Dies betrifft insbesondere die Warengruppen Einrichtungsbedarf, GPK/Hausrat und Fahrräder, jedoch auch die innerstädtischen Leitsortimente Schuhe/Lederwaren und Bekleidung/Wäsche. Potenzielseitige Spielräume bestehen hingegen noch im Bereich Lebensmittel, Genussmittel, Reformwaren, die durch zusätzliche Angebote bzw. Erweiterungen bestehender Anbieter genutzt werden könnten. Auch im Bereich des innerstädtischen Leitsortiments Uhren/Schmuck wäre eine Angebotsausweitung (z.B. im mittelpreisigen markenorientierten Bereich) im ZVB Innenstadt durchaus denkbar. In allen anderen Warengruppen mit rechnerischen Kaufkraftabflüssen (Einzelhandelszentralität unter 100) sind maßgeblichen Steigerungen einzelner Zentralitätswerte durch zusätzliche Angebote gerade auch mit Blick auf konkurrierende Online-Angebote und die räumliche Nähe zur Wettbewerbsstadt Nürnberg jedoch deutliche Grenzen gesetzt.

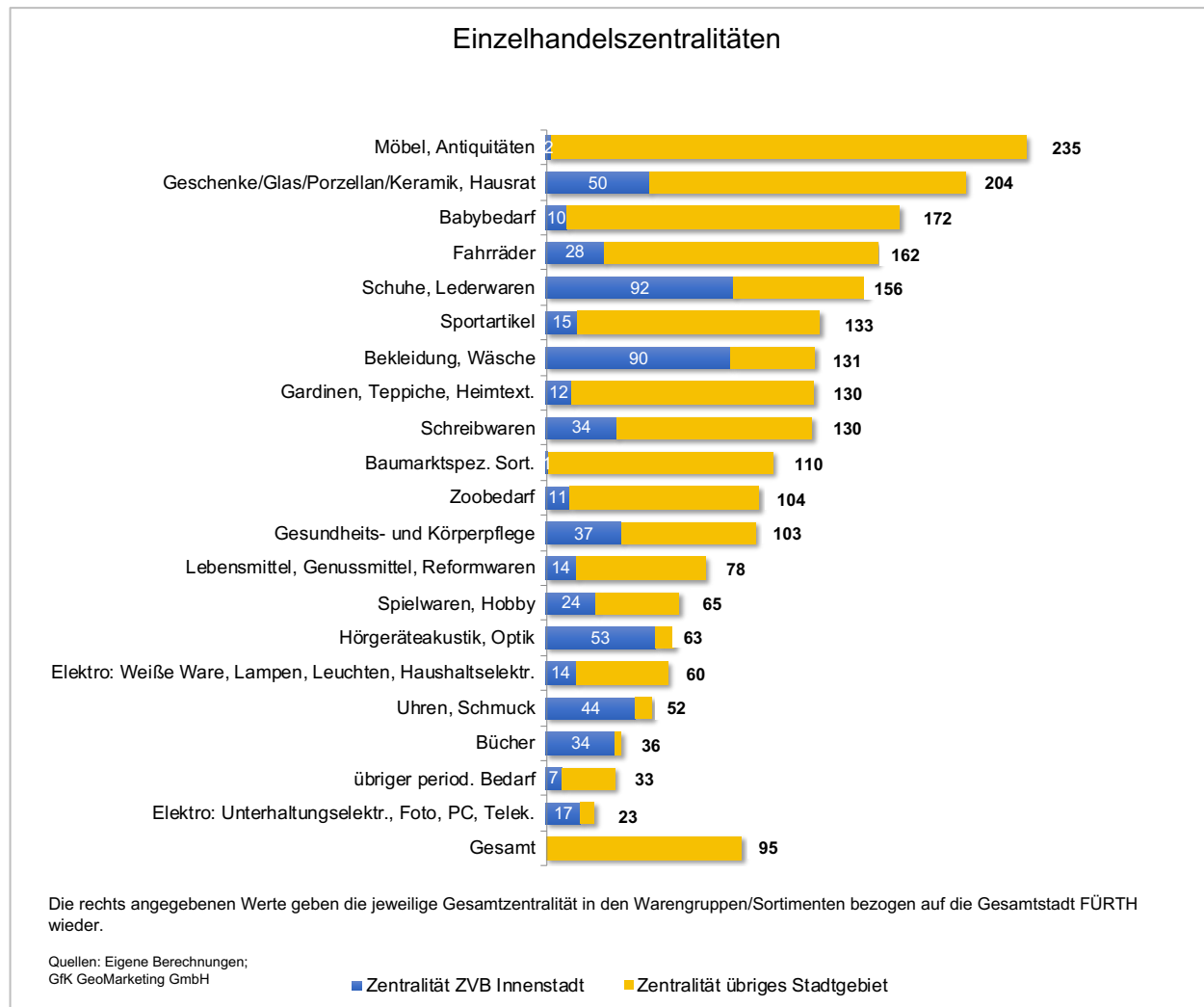


Abbildung 24: Einzelhandelszentralitäten nach Warengruppen in der Stadt FÜRTH

## 2.2.3 Veränderungen in der Fürther Einzelhandelslandschaft im Zeitraum 2009-2022

### Methodische Vorbemerkung

Im Folgenden werden unter Rückgriff auf Veröffentlichungen in den Einzelhandelskonzepten der Jahre 2017<sup>51</sup> und 2010<sup>52</sup> die wesentlichen Veränderungen im Fürther Einzelhandel im Zeitraum 2009<sup>53</sup> bis 2022<sup>54</sup> skizziert und bewertet. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass aufgrund unterschiedlicher Warengruppensystematiken und nicht vorliegender Erhebungsdaten ein detaillierter sortimentspezifischer Verkaufsflächenvergleich nur in bestimmten Warengruppen möglich ist. In allen anderen Warengruppen werden die Entwicklungen soweit möglich qualitativ bewertet.

Zwischen 2009 und 2017 vergrößerte sich die Gesamtverkaufsfläche in FÜRTH deutlich um rd. 18 % auf 317.674 m<sup>2</sup>. In diesem Anstieg spiegelt sich auch die Entwicklung des Einrichtungsschwerpunkts in Steinach (Verlagerung

und Vergrößerung Höffner, Sconto, Teppich Kibek im Jahr 2013) deutlich wider. Die Verkaufsflächenabnahme (-8,2 %) zwischen 2017 und 2022 ist zum Teil auf die Marktaustritte der Möbelmärkte Sconto und Wohnorama zurückzuführen, lässt sich jedoch aufgrund der eingangs erwähnten methodischen Einschränkungen nicht vollständig erklären.

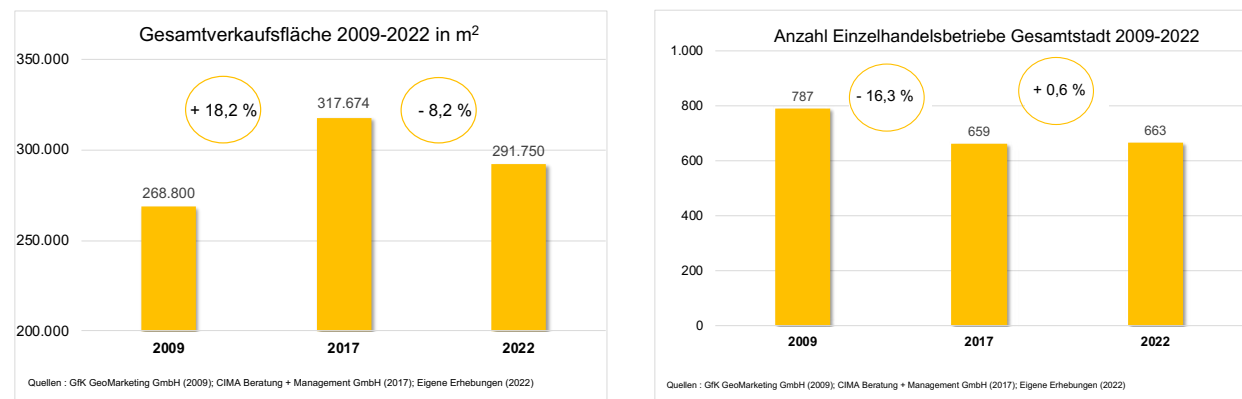


Abbildung 25: Entwicklung der Gesamtverkaufsfläche und Anzahl der Einzelhandelsbetriebe 2009-2022

Betrachtet man die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im zeitlichen Verlauf, so fällt eine deutliche Abnahme zwischen 2009 und 2017 auf (-16,3 %). Zwischen 2017 und 2022 hat sich die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe hingegen stabil gehalten.

<sup>51</sup> Integriertes Einzelhandelskonzept der Stadt Fürth (CIMA Beratung + Management GmbH), November 2017.

<sup>52</sup> Integriertes Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt FÜRTH (GfK GeoMarketing GmbH), März 2010.

<sup>53</sup> Datenstand der Erhebungen (Juli 2009).

<sup>54</sup> Erhebungszeitraum 17. November bis 15. Dezember 2022 (Stichtagserhebung).

Betrachtet man die Verkaufsflächenentwicklung im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, so zeigt sich per saldo eine Abnahme zwischen 2009 und 2017 in Höhe von rd. 5,5 % bzw. knapp 3.000 m<sup>2</sup>. In diesem Zeitraum vollzogen sich weitreichende Entwicklungen im innerstädtischen Einzelhandelsbesatz wie die weitgehende Entmietung des City Centers (rd. 8.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Stand August 2009), dessen Verkaufsflächen durch die Neuentwicklungen (Neue Mitte, EKZ Flair) rein flächenseitig zumindest nicht vollständig aufgefangen werden konnte. Dies wird auch bei der Betrachtung der Anzahl der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe deutlich, die zwischen 2009 und 2017 deutlich abnahm (- 17,2 %). Zwischen 2017 und 2022 konnte der ‚Abwärtstrend‘ bei der Verkaufsfläche jedoch wieder umgekehrt und dank des Markteintritts des EKZ Flair rein flächenseitig wieder an den Verkaufsflächenbestand von 2009 ‚angeknüpft‘ werden. Dies gilt jedoch nicht gleichermaßen für die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe, die sich im Zeitraum 2017-2022 jedoch zumindest leicht erhöht hat.

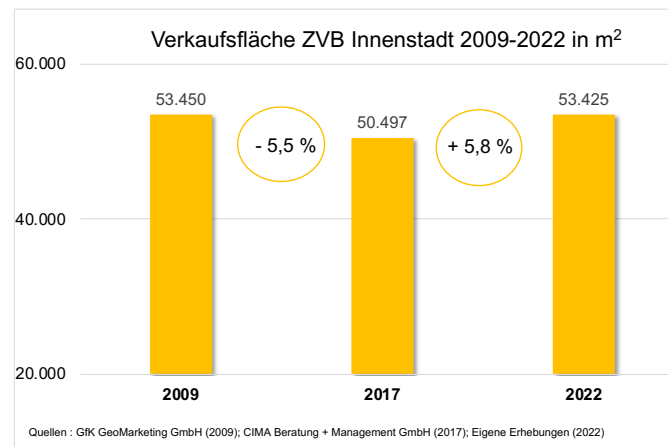


Abbildung 26: Entwicklung der Verkaufsfläche im ZVB Innenstadt 2009-2022

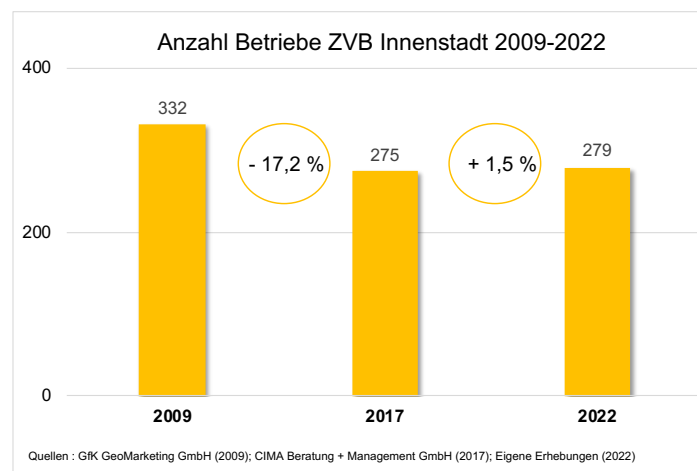


Abbildung 27: Entwicklung der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im ZVB Innenstadt 2009-2022

In den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren vollzogen sich zwischen 2009 und 2022 deutliche Veränderungen. Während im übrigen Stadtgebiet entsprechende Angebote deutlich abnahmen, konnte der ZVB Innenstadt im selben Zeitraum seine Marktposition dank massiver Investitionen (insb. Neue Mitte, Hornschuchcenter, Carré Fürther Freiheit, EKZ Flair) z.T. deutlich ausbauen. So hat sich das innerstädtische Angebot im Bereich Schuhe/Lederwaren v.a. durch den Markteintritt der Anbieter Schuh Mücke im Hornschuchcenter und Tretter im EKZ Flair gegenüber 2009 vervierfacht. Im Bereich Bekleidung/Wäsche konnte ein Verkaufsfächenzuwachs (per saldo) gegenüber 2009 von ‚immerhin‘ rd. 1.150 m<sup>2</sup> bzw. rd. 7 % verzeichnet werden.

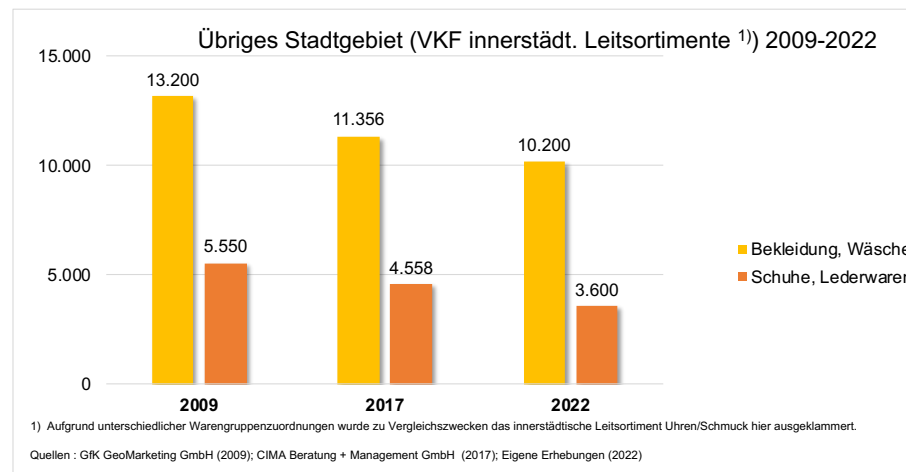


Abbildung 28: Entwicklung der innerstädtischen Leitsortimente (ohne Uhren/Schmuck) im übr. Stadtgebiet 2009-2022

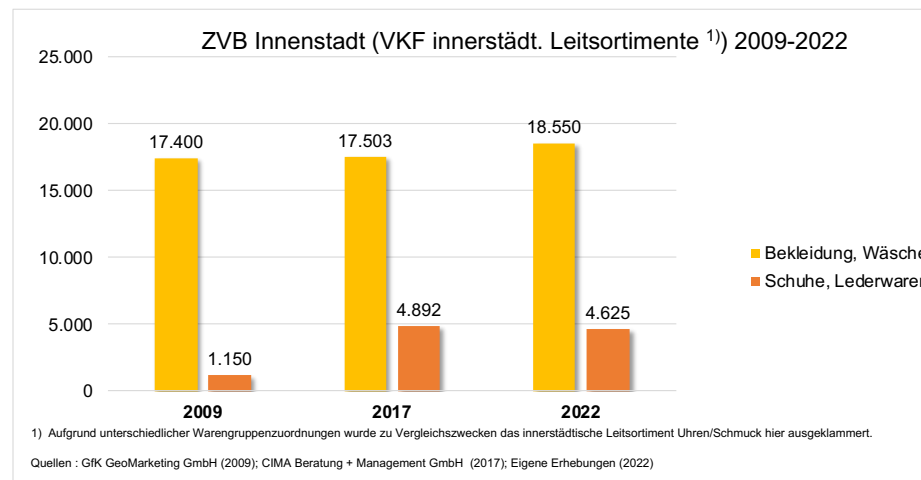


Abbildung 29: Entwicklung der innerstädtischen Leitsortimente (ohne Uhren/Schmuck) im ZVB Innenstadt 2009-2022

### **Methodische Vorbemerkung**

*Ergänzend zu den bereits beschriebenen Verkaufsflächenänderungen im Bereich Bekleidung/Wäsche und Schuhe/Lederwaren werden nachfolgend weitere sortimentsspezifische Veränderungen im gesamt- bzw. innerstädtischen Verkaufsflächenbestand skizziert, welche auf Veröffentlichungen in den Einzelhandelskonzepten aus den Jahren 2017 (CIMA Beratung und Management GmbH) und 2010 (GfK Geo-Marketing GmbH, Datenstand Juli 2009) sowie eigenen Erhebungen bzw. ergänzenden Recherchen basieren. Einschränkend ist nochmals darauf hinzuweisen, dass aufgrund unterschiedlicher Warengruppensystematiken eine quantitative Vergleichbarkeit in einigen Hauptwarengruppen nicht bzw. nur eingeschränkt möglich ist.*

Die Verkaufsflächenentwicklung im **periodischen Bedarfsbereich** wird im Kap. 3.7. (Nahversorgungskonzept) thematisiert und bleibt demzufolge in diesem Kapitel ausgespart.

Im Bereich **Medien/Technik**<sup>55</sup> hat sich die Verkaufsfläche zwischen 2017 und 2022 insgesamt um rd. 21 % verringert. Zurückzuführen ist diese Entwicklung im Wesentlichen auf den Marktaustritt des Saturn Elektro-Fachmarktes, der durch den Neuzugang von expert im EKZ Flair flächenseitig nicht ‚aufgefangen‘ wurde. Demgegenüber wuchs die Verkaufsfläche im Bereich Bücher durch den Markteintritt von Hugendubel in der Neuen Mitte. Das Angebot im Bereich Schreibwaren hat sich im Zuge der Schließung des Saueracker Fachmarktes (Phönix Center) Ende 2023 zwischenzeitlich deutlich reduziert.

Die Verkaufsflächenzuwächse in der Hauptwarengruppe **Spiel/Sport/Hobby** seit 2009 waren im Wesentlichen auf den Markteintritt von Decathlon (2019) sowie die Erweiterung des Zweiradcenters Stadler zurückzuführen.

In der Hauptwarengruppe **Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik und Hausrat** hat sich das gesamtstädtische Angebot seit 2009 deutlich vergrößert, wobei der Angebotszuwachs v.a. im

übrigen Stadtgebiet realisiert wurde. Grund hierfür ist in erster Linie die Etablierung des Einrichtungsschwerpunkts in Fürth-Steinach und die damit einhergehende Flächenerweiterung des Einrichtungshauses Höffner sowie der Markteintritt von Teppich Kibek. In dem Flächenwachstum spiegelt sich jedoch auch die zunehmende Verbreitung (z.B. Textil-Discountern) als Randsortiment deutlich wider. Verglichen mit den Zahlen von 2017<sup>56</sup> wuchs der gesamtstädtische Bestand um rd. 2.277 m<sup>2</sup> bzw. rd. 14 %. Wenngleich sich das Flächenwachstum – wie bereits erwähnt – v.a. im übrigen Stadtgebiet vollzog, konnte auch der ZVB Innenstadt per saldo einen leichten Flächenzuwachs (Markteintritt von Nanu Nana im EKZ Flair) verzeichnen. Im Zuge der zwischenzeitlichen Betriebsaufgabe des Anbieters Staudts hat sich das innerstädtische Angebot gegenüber 2017 wieder reduziert.

Die Hauptwarengruppe **Einrichtungsbedarf** verzeichnete zwischen 2009 und 2022 einen Verkaufsflächenzuwachs (per saldo) von rd. 7.125 m<sup>2</sup> bzw. rd. 9 %. Angesichts der

---

<sup>55</sup> Hier zu Vergleichszwecken ohne Hörgeräteakustik und Optik.

<sup>56</sup> Ein Zahlenvergleich zu 2009 ist aufgrund der nur aggregiert ausgewiesenen Hauptwarengruppe „Haushalts- und persönlicher Bedarf“ nicht möglich.

deutlichen Flächenzuwächse im Zuge der Entwicklung des Einrichtungsschwerpunkts in Fürth-Steinach (Höffner, Kibek, Sconto bereits zu Erhebungsbeginn im November 2022 geschlossen) sowie des Markteintritts von Seats and Sofas (Phönix Center) und Multipolster (Hans-Vogel-Straße) mag dieser Zuwachs ‚auf den ersten Blick‘ gering erscheinen, dabei darf jedoch nicht vergessen werden, dass seit 2009 eine Reihe von Möbel- und Einrichtungsanbietern aus dem Markt ausgeschieden sind (u.a. Wohnorama, Möbel Wagner, ARO (2 Filialen), Möbel Basar, Gartenmöbel Ruff).

Im Bereich **baumarktspezifischer Sortimente und Zoobedarf** war die Entwicklung zwischen 2009 und 2022 insbesondere durch den Marktaustritt des Anbieters Praktiker (2013) sowie die Verkleinerung des Dehner Gartencenters (Phönix Center) im Zuge der Neuansiedlung von Decathlon (2019) durch einen markanten Flächenrückgang (4.700 m<sup>2</sup> bzw. rd. - 9,5 %) gekennzeichnet.

**Zusammenfassend** ist festzustellen, dass der Einzelhandel in der Stadt FÜRTH verglichen mit 2009 eine insgesamt positive Entwicklung verzeichnete, die mit Blick auf die hier vorgenommene Betrachtung der aperiodischen Sortimente jedoch zu differenzieren ist. Während in

den Bereichen Spiel/Sport/Hobby, GPK/Hausrat und Einrichtungsbedarf die Verkaufsflächen z.T. sehr ansehnlich wuchsen, waren in den Bereichen Baumarktspezifischer Sortimente/Zoobedarf und Medien/Technik (v.a. im Bereich Elektro/Unterhaltungselektronik) Flächenrückgänge zu verzeichnen. Letztere betreffen insbesondere den ZVB Innenstadt und lassen sich im Wesentlichen auf den Marktaustritt des Anbieters Saturn zurückzuführen. Der ZVB Innenstadt konnte flächenseitig nach einem zwischenzeitlichen Verkaufsflächenrückgang im Jahr 2017, der maßgeblich auf den ‚Leerzug‘ im früheren City Center zurückzuführen sein dürfte, wieder an das Niveau von 2009 anknüpfen. Insgesamt ist festzustellen, dass sich der ZVB Innenstadt dank massiver Investitionen in den vergangenen Jahren (Neue Mitte, Hornschuchcenter, Carré Fürther Freiheit, EKZ Flair, Fürther Markt) insgesamt hervorragend entwickelt hat. Deutlich wird dies insbesondere bei Betrachtung der innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung/Wäsche sowie Schuhe/Lederwaren, die seit 2009 kontinuierlich an Gewicht gewonnen haben, sodass aktuell ein absolut leistungsfähiges und umfassendes Angebot besteht. Die zwischenzeitlichen Schließungen einiger innerstädtischer Anbieter (u.a. Staudts, Homes and Roses) zeigen jedoch auch auf, dass der ZVB Innenstadt einer fortwährenden

Begleitung und Sicherung der zukünftigen Entwicklungsspielräume bedarf.

## 2.3 Kurzskeze zur regionalen Wettbewerbssituation

*Nachfolgend werden die aus Gutachtersicht für die Stadt FÜRTH wesentlichen regionalen Wettbewerbstädte Nürnberg und Erlangen mit kurz skizziert und bewertet. Diese Erkenntnisse bilden eine wichtige Grundlage für die Abgrenzung des Fürther Marktgebietes im folgenden Kapitel 2.4.*

### 2.3.1 Nürnberg

Die Nachbarstadt Nürnberg (rd. 523.000 Einwohner) bildet als „Kernstück“ der Metropole Nürnberg/FÜRTH/Erlangen/Schwabach den zentralen und weit über die Region ausstrahlenden Einzelhandelsangebotsschwerpunkt im gesamten nordbayerischen Raum. Diese herausragende Stellung ist maßgeblich auf die Größe und Attraktivität des innerstädtischen

Einzelhandelsbesatzes<sup>57</sup> zurückzuführen, der in den vergangenen Jahren jedoch deutliche Flächenabgänge zu verkraften hatte (insb. Schließung Galeria Kaufhof, City Point, Leerstandsproblematik in der Breiten Gasse). Räumlich umfasst die Innenstadt von Nürnberg als A-Zentrum innerhalb der Nürnberger Zentrenstruktur lt. derzeit gültigem Zentrenkonzept aus dem Jahr 2013 (Büro Acocella, S. 117) größtenteils den Bereich innerhalb der Stadtmauer, wobei der Bereich östlich der Achse Hans-Sachs-Platz / Heugäßchen / Tetzeltgasse / Stöpselgasse / Burgstraße) nicht mehr dem A-Zentrum zugerechnet wird. Lediglich die Innere Laufer Gasse bis zum Laufer Schlagturm ist noch Bestandteil des A-Zentrums Innenstadt. Der einzelhändlerische Schwerpunkt der Nürnberger Innenstadt liegt in der Lorenzer Altstadt (südlich der Pegnitz), wobei als maßgebliche 'Konsummeilen' die Karolinenstraße und die Breite Gasse fungieren.

Als Magnetbetriebe entlang der Karolinenstraße bzw. anschließender Straßenzüge/Plätze fungieren die Bekleidungshäuser Wöhr, Breuninger (beide an der Karolinenstraße), C&A (mit Edeka-Supermarkt im Untergeschoss) am Ludwigsplatz, Sport Scheck (Ludwigsplatz) das Warenhaus Galeria Nürnberg an der Lorenzkirche (Königstraße/Lorenzer Platz) sowie der Haushaltswarenanbieter Küchen Loesch (Lorenzer Platz). Mit der anstehenden Verlagerung des Bekleidungshauses H&M von der Breiten Gasse in die Karolinenstraße (ehem. Humanic-Standort) wird deren Attraktivität als ‚Bekleidungsmeile‘ weiter gestärkt.

Den ‚Gegenpol‘ zu den tendenziell mittel-bis hochpreisigen Angeboten im Bereich Karolinenstraße bildet die Breite Gasse, deren ‚konsumiger‘ Einzelhandelsbesatz sich tendenziell eher an ein jüngeres Publikum richtet (u.a. Foot Locker, Crämer & Co.). Auch bedingt durch die Schließung der ‚Frequenzspender‘ Galeria

<sup>57</sup> Lt. eigener Erhebungen aus dem Jahr 2016 umfasste die Nürnberger Innenstadt insgesamt rd. 206.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, davon entfielen auf die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren sowie Uhren/Schmuck insgesamt rd. 125.300 m<sup>2</sup>, was einem Anteil von rd. 61 % an der gesamten innerstädtischen Verkaufsfläche entspricht.

Kaufhof-Warenhaus (Pfannenschmiedsgasse) ist die Breite Gasse durch eine akute Leerstandsproblematik gekennzeichnet. Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Nürnberg die städtebauliche Aufwertung (insb. im Hinblick auf die Aufenthaltsqualität) dieser für den innerstädtischen Einzelhandel zentralen Einkaufslage bereits in die Wege geleitet. Neben den skizzierten Haupteinkaufslagen zeichnet sich der Nürnberger Innenstadthandel durch eine Vielzahl weiterer Großflächenanbieter (u.a. Müller Drogeriemarkt, Saturn Elektro-Fachmarkt, Thalia) sowie attraktive kleinteilige Einzelhandelsanbieter unterschiedlichster Couleur aus, die in der Summe ein attraktives Einkaufserlebnis bieten.

Außerhalb der Innenstadt sind mit den Einkaufszentren Mercado und Franken-Center im Nürnberger Osten bzw. Süden (Stadtteil Langwasser) weitere Angebotsschwerpunkte anzuführen, die mit Blick auf die Wettbewerbsrelevanz für die Stadt FÜRTH jedoch als eher nachrangig zu betrachten sind.

Nicht zuletzt verfügt Nürnberg über eine Reihe ausstrahlungstarker Solitärstandorte bzw. Fachmarkttagglomerationen, die auch auf die Stadt FÜRTH ‚ausstrahlen‘ bzw. die Entwicklungsmöglichkeiten des Fürther Einzelhandels in spezifischen Sortimentsbereichen

einschränken. Beispielhaft sei hier auf die Fachmarkttagglomeration im Bereich Geissee-straße (u.a. BAUHAUS, Zoo u. Pflanzen Kölle) bzw. die Anbieter OBI (Leyher Straße) und MediaMarkt (Virnsberger Straße) verwiesen. Mit Blick auf das in Entwicklung befindliche Quartier „The Q“ an der Fürther Straße geht lt. Presseinformationen der geplante Einzelhandelsbesatz (rd. 7.800 m<sup>2</sup> Mietfläche) klar in Richtung Nahversorgung (Rewe, Drogeriemarkt Müller, Lidl). Deren Wettbewerbsbedeutung für den Fürther Einzelhandel dürfte daher, entgegen früherer Befürchtungen hinsichtlich der geplanten Einzelhandelsnutzungen, eher gering ausfallen.

### 2.3.2 Erlangen

Mit Blick auf die nördlich an das Fürther Stadtgebiet angrenzende Stadt Erlangen (rd. 116.600 Einwohner) ist unter Wettbewerbsgesichtspunkten vor allem auf den insgesamt leistungsfähig ‚bestückten‘ Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt einzugehen, der sich lt. Städtebaulichem Einzelhandelskonzept (SEHK 2010, S. 145) im Wesentlichen entlang des Straßenzuges Fuchsgarten, der Haupt- bzw. Nürnberger Straße (bis zur Werner-von-Siemens-Straße im Süden) und östlich bzw.

westlich davon abzweigender Straßenzüge (inkl. Hugenotten-, Schloss-, Markt- und Bohlenplatz) erstreckt. Den östlichen Abschluss bildet die Nahversorgungslage im Umfeld von Luitpold-/Bismarck- und Stubenlohstraße.

Als ‚Schwergewichte‘ im innerstädtischen Einzelhandel fungieren insbesondere das Einkaufszentrum ErlangenArcaden (u.a. mit den Magnetanbietern H&M u. Saturn), die Bekleidungskaufhäuser Peek & Cloppenburg, C&A und Wöhrl, das Warenhaus Galeria Erlangen sowie am nördlichen Innenstadtrand ein modernisierter Kaufland Verbrauchermarkt. Daneben zeichnet sich die Haupteinkaufslage (zwischen Rathausplatz und Hugenottenplatz) durch einen sehr dichten Einzelhandelsbesatz aus, der durch eine Vielzahl leistungsstarker filialisierter Einzelhandelsformate (insb. in den ErlangenArcaden) sowie auch lokale Anbieter (u.a. Schuhhäuser Peppel, Mengin) geprägt wird.

Zahlreiche weitere Anbieter unterschiedlichster Couleur (u.a. Freilauf Bike & Outdoor, Dörfler Raumausstattung) sowie ein dichtes Netz an nahversorgungsorientierten Angeboten (u.a. Supermärkte Rewe, Tegut, Verbrauchermarkt Kaufland, drei Lebensmitteldiscounter, drei Drogeriemarkte, Ladenhandwerk und ethnische Supermärkte) runden den insgesamt

leistungsfähigen innerstädtischen Einzelhandelsbesatz<sup>58</sup> kompetent ab.

Der großflächige aperiodische Einzelhandel außerhalb der Erlanger Innenstadt konzentriert sich im Wesentlichen auf mehrere über das Stadtgebiet verteilte Baumärkte und Gartencenter (u.a. Hornbach, zwei OBI-Standorte, Dehner) sowie den Elektro-Fachmarkt MediaMarkt im westlichen Stadtteil Frauenaarach.

### **2.3.3 Fazit**

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Stadt FÜRTH im ‚Spannungsfeld‘ zweier leistungsfähiger Wettbewerbsstädte angesiedelt ist. Insbesondere die Nachbarstadt Nürnberg mit ihrem ausgesprochen leistungsfähigen innerstädtischen Einzelhandelsbesatz (v.a. im Bereich) im Zusammenspiel mit ausstrahlungstarken Fachmarktstandorten dürfte die Entwicklungsspielräume des Fürther Einzelhandels in bestimmten Segmenten (z.B. Bekleidung) einschränken.

---

<sup>58</sup> Lt. SEHK 2010 rd. 99.265 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Aktuellere Daten waren bis dato nicht in Erfahrung zu bringen.

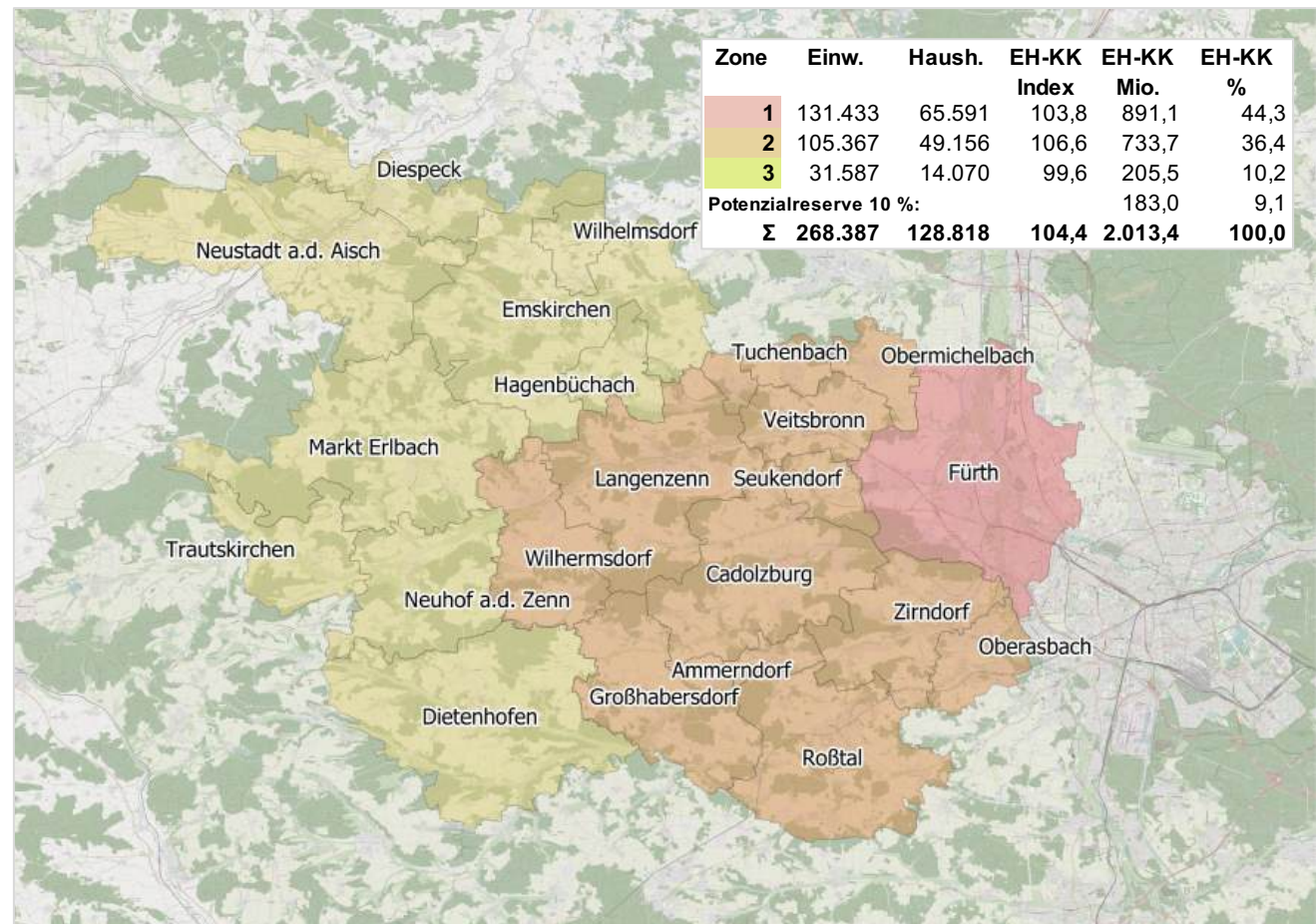
## 2.4 Marktgebiet, Kaufkraft und Bindungsquoten

### Methodische Anmerkung:

Als Marktgebiet wird derjenige räumliche Bereich bezeichnet, aus dem die Verbraucher mit einer wettbewerbs- und zeitdistanzabhängigen Intensität zu einem Einzelhandelsstandort tendieren. Man spricht hierbei auch von einer 'zeitdistanzverminderten Attraktivität'. Je größer die Zeitdistanz ist, die ein Verbraucher zurücklegen muss und je mehr Wettbewerber, d.h. konkurrierende zentrale Orte oder Einkaufsstätten der Verbraucher in ähnlicher oder geringerer Zeitdistanz vorfindet, desto geringer ist die Intensität seiner Einkaufsbeziehungen zum in Frage kommenden zentralen Ort und desto kleiner ist auch das Marktgebiet.

### 2.4.1 Marktgebiet und Kaufkraft

Das Marktgebiet der Stadt FÜRTH umfasst aus gutachterlicher Sicht drei Zonen unterschiedlicher Abschöpfungsintensität (siehe nebenstehende Abbildung). Die **Zone 1** (Kerneinzugsgebiet) entspricht dem Fürther Stadtgebiet und weist ein Einwohnerpotenzial von **131.433 Personen** auf.



© OpenStreetMap (<https://www.openstreetmap.org>) and contributors, under an open license (<https://www.openstreetmap.org/copyright>);  
© 2020 GitHub, Inc., ORS-Tools; © openrouteservice; Eigene Bearbeitung

Abbildung 30: Marktgebiet der Stadt FÜRTH

Im **Naheinzugsgebiet (Zone 2)** sind die Städte/Gemeinden des Landkreises Fürth (ohne die Stadt Stein) zusammengefasst, die ein Einwohnerpotenzial von zusammen **105.367 Personen** repräsentieren.

Das **Ferneinzugsgebiet (Zone 3)** schließt die Gemeinden Neuhof a.d. Zenn, Trautskirchen, Markt Erlbach, Hagenbüchach, Emskirchen, Wilhelmsdorf, Diespeck, die Stadt Neustadt a.d. Aisch sowie die Gemeinde Diethenhofen mit zusammen **31.587 Personen** ein.

**Insgesamt** umfasst das Marktgebiet der Stadt FÜRTH somit **268.387 Einwohner**.<sup>59</sup>

Zusätzlich haben die Gutachter im Rahmen einer 10 %-igen Potenzialreserve auf das im Marktgebiet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen sporadische Kundenbeziehungen von Menschen, die außerhalb des Marktgebietes leben (z.B. in der Nachbarstadt Nürnberg, Berufspendler, Touristen), berücksichtigt.

## 2.4.2 Exkurs zu touristischen Potenzialen in der Stadt FÜRTH

Vom Tourismus profitieren zahlreiche Wirtschaftsbereiche einer Kommune, darunter insbesondere auch der Einzelhandel, wenn auch nicht in sämtlichen Branchen gleichermaßen. Um im konkreten Fall die Bedeutung des Tourismus und dessen Potenziale für den Fürther Einzelhandel besser einschätzen zu können, erscheint daher eine genauere Betrachtung sinnvoll. Touristische Potenziale ‚speisen‘ sich dabei aus Gästeübernachtungen und Tagesreisen (privater/geschäftlicher Hintergrund) bzw. dem Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden.

Im Jahr 2022 verzeichnete die Stadt FÜRTH lt. Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik 134.548 Gästeankünfte und 310.390 Gästeübernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben. Nach dem drastischen Einbruch während der Corona-Pandemie bewegen sich die Zahlen nun wieder deutlich nach oben, wobei das Niveau vor Ausbruch der Corona-Pandemie im Jahr 2019 noch nicht wieder erreicht ist. Die durchschnittliche

Aufenthaltsdauer beläuft sich auf 2,3 Tage (zum Vergleich: 1,9 Tage in Nürnberg). Eine ‚Sonderrolle‘ spielen Kleinbeherbergungsbetriebe und Privatquartiere mit 420 Gästeankünften und 3.361 Gästeübernachtungen im Jahr 2022. Die daraus resultierende Aufenthaltsdauer von 8 Tagen lässt darauf schließen, dass hier vorwiegend Monteure/Wochenarbeiter als Gäste in Frage kommen dürften.

Tagesreisen und Besuche von Verwandten, Bekannten und Freunden werden von der amtlichen Statistik nicht erfasst und lassen sich nur über Primärdatenerhebungen (Befragungen) abschätzen. Für die Stadt FÜRTH liegen hierzu Daten<sup>60</sup> aus dem Jahr 2018 vor, diese können jedoch im vorliegenden Fall nicht für die nachfolgende Potenzialberechnung übernommen werden, da ein Teil der Potenziale durch

---

<sup>59</sup> Stand 31.12.2022.

<sup>60</sup> Vgl. Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt FÜRTH 2018 (dwif-Consulting GmbH, München).

Tagesreisen<sup>61</sup> (z.B. aus dem Landkreis Fürth) im Kaufkraftvolumen des Fürther Marktgebiets bereits berücksichtigt ist. Zur Vermeidung von Dopplungen und auch im Sinne einer eher konservativen Herangehensweise werden Tagesreisen bei der Berechnung touristischer Potenziale im Folgenden ausgeklammert.

Ausgehend von den Aufenthaltstagen (entspricht der Anzahl der Gästeübernachtungen in gewerblichen und Kleinbeherbergungsbetrieben sowie in Privatquartieren) und durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Ausgabebeträgen<sup>62</sup> von rd. 35 bzw. 17 Euro (gewerblicher Betrieb/Privatquartier) resultierte im Jahr 2022 ein für **den Fürther Einzelhandel relevantes touristisches Potenzial durch Übernachtungsgäste (gewerbliche und Kleinbeherbergungsbetrieben sowie**

**Privatquartiere) in Höhe von rd. 11. Mio. Euro p.a.** Hierbei handelt es sich um eine überschlägige Berechnung, die mangels aktueller Zahlen zum einzelhandelsrelevanten Ausgabeverhalten von Übernachtungsgästen mit gewissen Unsicherheiten behaftet ist, jedoch zumindest eine gute ‚Orientierungsgröße‘ darstellt. Sollte sich der eingangs dargestellte positive Trend in den Übernachtungszahlen in den kommenden Jahren fortsetzen, dürfte auch der Fürther Einzelhandel in verstärktem Umfang von touristischen Übernachtungspotenzialen profitieren können.

---

<sup>61</sup> Lt. Angaben der dwif-Consulting GmbH sind Tagesreisen (Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen) folgendermaßen definiert: Bei den Ausflügen: Verlassen des Wohnumfeldes (in der Regel Gemeindegrenze; bei Großstädten über 100.000 Einwohnern wird das Wohnumfeld im Allgemeinen mit dem Stadtteil, -bezirk gleichzusetzen sein), ohne Pendlerverkehr, Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfes und regelmäßige Routinefahrten (z. B. Vereinsaktivität im Nachbarort, Behördengang, Gottesdienstbesuch). Bei Geschäftsreisen ohne Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage) sowie ohne Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z. B. Dienstgänge).

<sup>62</sup> Eigene Berechnungen auf Basis von Ausgabebeträgen und Einzelhandelsanteilen in der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt FÜRTH 2018“ (dwif-Consulting GmbH, München).

### 2.4.3 Kaufkraftbindung

Die Kaufkraftbindung zeigt modellhaft auf, wie stark das bestehende Einzelhandelsangebot der Stadt FÜRTH in den jeweiligen Zonen des Marktgebietes Kaufkraft an sich zieht (vgl. Tabelle auf nächster Seite) und als Umsatz bindet.

Diese Abschöpfungsleistungen des Fürther Einzelhandels und die Kaufkraftströme hängen vom Einkaufsverhalten der Verbraucher ab. Sie sind damit zugleich eine direkte Folge der Angebotsstruktur in FÜRTH und den umliegenden Konkurrenzzentren sowie deren Erreichbarkeit.

Die modellhafte Verteilung der Fürther Einzelhandelsumsätze dient darüber hinaus auch zur Überprüfung des gutachterlich abgeschätzten Marktgebiets.

Alles in allem vereint das Marktgebiet der Stadt FÜRTH ein Kaufkraftvolumen von rd. 2.013,4 Mrd. Euro (inkl. einer 10-%igen Potenzialreserve für sporadische Kundenbeziehungen) auf sich, von dem der Fürther Einzelhandel insgesamt rd. 42 % bzw. rd. 846,1 Mio. Euro) in Umsatz umwandeln kann. Auf die Marktgebietszonen bezogen bedeutet dies eine Abschöpfungsleistung der vorhandenen Kaufkraft von 71,8 % in der Zone 1 (Stadt

FÜRTH), 21,3 % in der Zone 2 (Großteil des Landkreises Fürth) und 12,7 % in der Zone 3.

Differenziert nach Hauptwarengruppen und Marktgebietszonen zeigt sich folgendes Bild:

Im **periodischen Bedarfsbereich** gelingt es dem Fürther Einzelhandel, rd. 78 % der vorhandenen Kaufkraft in der Stadt FÜRTH an sich zu binden. Dies stellt einen guten, aber durchaus noch steigerungsfähigen Wert dar. In den Zonen 2 (2,1 %) und 3 (0,8 %) sinkt die Abschöpfungsleistung naturgemäß stark ab, da in den weiter entfernten Städten und Gemeinden in der Regel selbst leistungsfähige Nahversorgungsstrukturen bestehen und Lebensmitteleinkäufe auf dem Arbeitsweg eher in Wohnortnähe getätigt werden.

Über alle Hauptwarengruppen des **aperiodischen Bedarfsbereich** erreicht der Fürther Einzelhandel eine Abschöpfungsleistung von rd. 49 % über das gesamte Marktgebiet, was angesichts der benachbarten bzw. nahe gelegenen Metropol-Städte Nürnberg, Erlangen und Schwabach sowie vor dem Hintergrund der Bedeutung des Online-Handels einen guten Wert darstellt. In der Stadt FÜRTH selbst beläuft sich die Abschöpfungsleistung auf sehr beachtliche 64,9 % und auch in der überwiegend ländlich geprägten Zone 2 (Landkreis

Fürth exkl. Stadt Stein) werden rd. 43,2 % der dortigen Kaufkraft im aperiodischen Bedarfsbereich vom Fürther Einzelhandel gebunden. Auffällig ist die hohe Abschöpfungsleistung im Bereich **Persönlicher Bedarf** (Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck) von rd. 55 % im gesamten Marktgebiet (davon Zone I: rd. 76 %), in der sich auch die gesteigerte Attraktivität des Fürther Angebots im Zuge der Innenstadtentwicklung in den letzten Jahren (Neue Mitte, Carré Fürther Freiheit, Hornschuchcenter, EKZ Flair) widerspiegelt. Wenig verwunderlich sind auch die z.T. extrem hohen Abschöpfungsquoten in den Sortimenten **GPK/Hausrat** und **Einrichtungsbedarf** (90,5 bzw. 91,9 %), die auf das vollumfängliche und leistungsfähige städtische Angebot in diesen Bereichen zurückzuführen sind. Demgegenüber eher schwach ausgeprägt sind die Abschöpfungsquoten in der Hauptwarengruppe **Medien und Technik** mit rd. 19,6 % über das gesamte Marktgebiet bzw. 32,5 % in der Stadt. Dies zeigt auf, dass das vorhandene stationäre Angebot die vorhandene Kaufkraft in diesem Bereich nur z.T. binden kann. Wengleich hier durchaus noch potenzielseitige Spielräume bestehen, z.B. für Erweiterungen im Bestand, sind einer maßgeblichen Steigerung der Abschöpfungsquoten aufgrund der hohen Bedeutung

des Online-Handels, gerade in diesem Segment, deutliche Grenzen gesetzt.

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen Abschöpfungsleistung	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen Zone I (Stadt FÜRTH)			Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen Zone II			Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen Zone III inkl. 10 % Potenzialreserve			Gesamtes einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen		
	gesamt	Abschöpfungsleistung		gesamt	Abschöpfungsleistung		gesamt	Abschöpfungsleistung		gesamt	Abschöpfungsleistung	
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %
<b>Warengruppen/Sortimente</b>												
<b>periodischer Bedarf gesamt</b> (Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Gesundheits- und Körperpflege, Zeitschriften, Schnittblumen)	475,2	370,3	77,9	391,3	8,3	2,1	207,2	1,7	0,8	1.073,6	380,3	35,4
<b>aperiodischer Bedarf gesamt</b>	415,9	269,9	64,9	342,5	148,1	43,2	181,3	47,7	26,3	939,7	465,7	49,6
• <b>persönlicher Bedarf</b>	74,0	56,2	76,0	60,9	30,7	50,4	32,3	4,9	15,2	167,2	91,8	54,9
• <b>Medien und Technik</b>	131,7	42,7	32,5	108,4	12,4	11,4	57,4	3,3	5,7	297,5	58,4	19,6
• <b>Spiel, Sport, Hobby</b>	40,4	28,6	70,9	33,2	12,0	36,1	17,6	3,0	17,0	91,2	43,6	47,8
• <b>GPK, Hausrat</b>	14,4	14,00	97,1	11,9	11,00	92,6	6,3	4,5	71,6	32,6	29,5	90,5
• <b>Einrichtungsbedarf</b>	73,4	70,4	95,9	60,5	55,0	91,0	32,0	27,0	84,3	165,9	152,4	91,9
• <b>Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf</b>	82,1	58,0	70,7	67,6	27,0	40,0	35,8	5,0	14,0	185,4	90,0	48,5
<b>Insgesamt</b>	<b>891,1</b>	<b>640,3</b>	<b>71,8</b>	<b>733,7</b>	<b>156,4</b>	<b>21,3</b>	<b>388,5</b>	<b>49,4</b>	<b>12,7</b>	<b>2.013,4</b>	<b>846,1</b>	<b>42,0</b>

Rundungsdifferenzen möglich

© SK Standort & Kommune Beratungs GmbH 2023

Tabelle 6: Kaufkraftbindung im Marktgebiet der Stadt FÜRTH

Insgesamt zeigt die Betrachtung der Kaufkraftbindung auf, dass die Stadt FÜRTH ihrer zentralörtlichen Versorgungsfunktion innerhalb der Metropole Nürnberg/FÜRTH/Erlangen/Schwabach absolut gerecht wird, wobei in Teilen durchaus noch gewisse Entwicklungsspielräume hinsichtlich einer Intensivierung der Marktabschöpfung bestehen (z.B. im Bereich des periodischen Bedarfs). Demgegenüber sind die Spielräume für die zusätzliche Bindung von Kaufkraft in Hauptwarengruppen des aperiodischen Bedarfs mit nennenswerten Kaufkraftabflüssen aufgrund eines leistungsfähig ‚bestückten‘ Wettbewerbsumfelds in der Region sowie der Bedeutung des Online-Handels (Stichwort Medien und Technik) in Summe eher begrenzt.

#### 2.4.4 Entwicklungsszenarien zur zukünftigen Kaufkraftentwicklung im Marktgebiet

Vor der Überlegung, in welcher Quantität und Qualität in Zukunft der Einzelhandel in FÜRTH zu entwickeln wäre, steht die Beantwortung der Frage, welche Entwicklungsperspektiven der Einzelhandel in FÜRTH grundsätzlich besitzt und wie sich v.a. die Nachfrageplattform im Fürther Marktgebiet voraussichtlich entwickeln dürfte. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Berechnung der perspektivischen Kaufkraftentwicklung auf Basis der heutigen Pro-Kopf-Ausgabebeträge erfolgte, da die Entwicklung der Pro-Kopf-Ausgabebeträge über einen Zeitraum von 10 Jahren aufgrund der Vielzahl von Einflussfaktoren<sup>63</sup> kaum verlässlich abzuschätzen ist.

Die Grundlage der nachfolgend dargestellten Bewertungen zur zukünftigen Kaufkraftentwicklung bilden amtliche Daten zur

Bevölkerungsvorausberechnung des Bayerischen Landesamtes für Statistik für die Stadt FÜRTH und die Landkreise Fürth und Neustadt/Aisch-Bad Windsheim, Angaben der GfK GeoMarketing GmbH sowie seitens der Stadtverwaltung benannte Einwohnerpotenziale durch Wohnbauentwicklungen<sup>64</sup> im Stadtgebiet.

Wie aus der Tabelle auf der nächsten Seite zu entnehmen ist, dürfte unter Zugrundelegung der amtlich prognostizierten Bevölkerungsentwicklung und der Fürther Wohnbaupotenziale die Bevölkerungszahl im Fürther **Marktgebiet** bis 2032 um durchschnittlich **2,3 %** (gegenüber dem Jahr 2022) steigen, wobei dieser Zuwachs v.a. der **Stadt FÜRTH (Zone 1)** zu verdanken ist, auf die lt. amtlicher Statistik ein Bevölkerungszuwachs von **3,9 %** entfällt. Die insgesamt eher ländlich geprägten Zonen 2 und 3 entwickeln sich ‚unter dem Strich‘ zwar ebenfalls positiv, aber auf einem deutlich niedrigen Niveau.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass unter Zugrundelegung der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung und der heutigen Pro-Kopf-Ausgabebeträge im Einzelhandel die **Potenzialplattform im Fürther Marktgebiet bis 2032 leicht zunehmen** dürfte und sich somit auch zusätzliche Spielräume für Neuansiedlungen insbesondere im periodischen Bedarfsbereich ergeben.

---

<sup>63</sup> Z.B. hinsichtlich Miet- und Energiekostenentwicklung.

<sup>64</sup> Lt. Angaben des Amtes für Wirtschaft und Stadtentwicklung der Stadt FÜRTH ist im Zuge von Wohngebietsplanungen für den Bezirk 07 (Dambach und Unterfürberg) mit Zuwächsen von 2.660 und für den Bezirk 08 (Oberfürberg) von 3.060 Einwohnern im Endausbauzustand auszugehen. Hinzukommen weitere Einwohnerzuwächse im Zusammenhang mit der Wohngebietsplanung am ehem. Vapiano-Standort (Stand März 2023).

Parameter	Szenario	Ist-Situation 2022	Prognose 2 Jahre (2024)		Prognose 5 Jahre (2027)		Prognose 10 Jahre (2032)	
		absolut	absolut	Veränderung zu 2022 in %	absolut	Veränderung zu 2022 in %	absolut	Veränderung zu 2022 in %
<b>Einwohner im Marktgebiet gesamt, davon</b>		<b>268.387</b>	<b>268.927</b>	<b>(+0,2%)</b>	<b>271.212</b>	<b>(+1,1%)</b>	<b>274.691</b>	<b>(+2,3%)</b>
• Zone I Kerneinzugsgebiet Stadt Fürth		131.433	132.747	(+1,0%)	134.242	(+2,1%)	136.611	(+3,9%)
• Zone II Naheinzugsgebiet		105.367	104.620	(-0,7%)	105.130	(-0,2%)	105.840	(+0,4%)
• Zone III Ferneinzugsgebiet		31.587	31.560	(-0,1%)	31.840	(+0,8%)	32.240	(+2,1%)
<b>Kaufkraft-Index im Marktgebiet gesamt</b>					<b>104,4</b>			
<b>Pro-Kopf-Ausgabebetrag im Bundesgebiet</b>					<b>6.531 €</b>			
<b>Kaufkraftvolumen im Marktgebiet gesamt, davon</b>		<b>2.013,4 Mio. €</b>	<b>2.017,0 Mio. €</b>	<b>(+0,2%)</b>	<b>2.033,9 Mio. €</b>	<b>(+1,0%)</b>	<b>2.059,8 Mio. €</b>	<b>(+2,3%)</b>
• Zone I Kerneinzugsgebiet Stadt Fürth		891,1 Mio. €	900,0 Mio. €	(+1,0%)	910,2 Mio. €	(+2,1%)	926,2 Mio. €	(+3,9%)
• Zone II Naheinzugsgebiet		733,7 Mio. €	728,2 Mio. €	(-0,8%)	731,6 Mio. €	(-0,3%)	736,4 Mio. €	(+0,4%)
• Zone III Ferneinzugsgebiet		205,5 Mio. €	205,4 Mio. €	(-0,1%)	207,2 Mio. €	(+0,8%)	209,9 Mio. €	(+2,1%)
zzgl. 10 % Potenzialreserve		183,0 Mio. €	183,4 Mio. €	(+0,2%)	184,9 Mio. €	(+1,0%)	187,3 Mio. €	(+2,3%)
<b>Kaufkraftvolumen nach Warengruppen im Marktgebiet</b>								
• periodischer Bedarf gesamt		<b>1.073,6 Mio. €</b>	<b>1.075,6 Mio. €</b>		<b>1.084,6 Mio. €</b>		<b>1.098,4 Mio. €</b>	
• aperiodischer Bedarf gesamt		<b>939,7 Mio. €</b>	<b>941,4 Mio. €</b>		<b>949,3 Mio. €</b>		<b>961,4 Mio. €</b>	
• Persönlicher Bedarf gesamt <sup>1)</sup>		167,2 Mio. €	167,5 Mio. €		168,9 Mio. €		171,0 Mio. €	
• Medien und Technik gesamt <sup>2)</sup>		297,5 Mio. €	298,0 Mio. €		300,5 Mio. €		304,3 Mio. €	
• Spiel, Sport, Hobby gesamt <sup>3)</sup>		91,2 Mio. €	91,4 Mio. €		92,1 Mio. €		93,3 Mio. €	
• Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat		32,6 Mio. €	32,6 Mio. €		32,9 Mio. €		33,3 Mio. €	
• Einrichtungsbedarf <sup>4)</sup>		165,9 Mio. €	166,2 Mio. €		167,6 Mio. €		169,7 Mio. €	
• Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf <sup>5)</sup>		185,4 Mio. €	185,8 Mio. €		187,3 Mio. €		189,7 Mio. €	
				<b>(+0,2%)</b>		<b>(+1,0%)</b>		<b>(+2,3%)</b>

Bei den Werten und quantitativen Annahmen sind Rundungsdifferenzen möglich.

<sup>1)</sup> Die Warengruppen Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck.

<sup>2)</sup> Die Warengruppen Bücher/Schreibwaren, Elektro (Weiße Ware/Lampen und Leuchten/Unterhaltungselektronik/Foto/PC und Zubehör/Telekommunikation/Neue Medien), Hörgeräteakustik/Optik.

<sup>3)</sup> Die Warengruppen Sportartikel, Spielwaren, Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.), Babybedarf

<sup>4)</sup> Die Warengruppen Möbel/Antiquitäten, Gardinen/Teppiche/Heimtextilien

<sup>5)</sup> Die Warengruppen Baumarktspezifische Sortimente/Gartenbedarf, Zoobedarf (Tiere, Tierfutter, Zubehör)

© SK Standort & Kommune Beratungs GmbH 2023

Tabelle 7: Perspektivische Entwicklung der Einwohnerzahl und Kaufkraft im Fürther Marktgebiet (2022-2032)

### 2.4.5 Bewertung relevanter Faktoren

Nachdem die Kaufkraftentwicklung von verschiedenen Einflussfaktoren abhängt, gilt es zunächst, diese zu benennen und in ihrer Bedeutung vor Ort einzuwerten. Abschließend lässt sich in der Gesamtschau eine abschließende Bewertung der zukünftigen Kaufkraftentwicklung im Marktgebiet (kurz-, mittel- bis langfristig)<sup>65</sup> vornehmen.

#### Bevölkerung

Dank ihrer Attraktivität als gleichermaßen zentral wie naturnah gelegener Wohnstandort konnte die Stadt FÜRTH in den vergangenen 5 Jahren eine positive Bevölkerungsentwicklung verzeichnen. Mit der geplanten Ausweisung von weiteren Neubaugebieten (z.B. in den Stadtteilen Ober-, Unterfürberg, Espan) hat die Stadt den Grundstein für eine weitere positive Bevölkerungsentwicklung gelegt. Trotz der konjunkturell und zinspolitisch aktuell eher schwierigen Rahmenbedingungen in der Baubranche ist im kurzfristigen Verlauf dennoch von einem weiteren Bevölkerungswachstum

auszugehen. Damit steht die unterstellte Entwicklung im Einklang mit den Vorausberechnungen der amtlichen Statistik. Mittelfristig gehen die Gutachter von einer weiterhin wachsenden Bevölkerungsgröße in FÜRTH aus, sofern alle aktuell bekannten Wohnbaupotenziale ausgeschöpft sind und sich eine Nachbelegung freiwerdender Wohnflächen im Zuge der natürlichen Bevölkerungsentwicklung vollzieht. Diese positive Entwicklung dürfte sich unter Berücksichtigung der Lagegunst der Stadt und ihrer guten wirtschaftlichen und sozialen Infrastruktur auch in der Langfrist-Prognose bis 2032 (in Anlehnung an die Vorausberechnung der amtlichen Statistik) fortsetzen.

#### Arbeitsmarkt

Bis zum Ausbruch der Corona-Pandemie hatte sich die Arbeitslosenquote in der Stadt FÜRTH von einst 12 % im Jahr 2005 auf knapp 5 % im Jahr 2019 mehr als halbiert. Nach einem v.a. pandemiebedingten Anstieg in den Jahren 2020 und 2021 ist die Arbeitslosenquote im Jahr 2022 wieder in Richtung des Vor-Corona-

Niveaus von 2019 gesunken. Im Zuge der aktuell schwierigen konjunkturellen Lage, die sich mit Verzögerung auch auf dem Arbeitsmarkt bemerkbar macht, steigt die Arbeitslosenquoten nach jüngsten Monatsberichten der Bundesagentur für Arbeit wieder leicht an (5,6 % im Februar 2024<sup>66</sup>). Kurzfristig deuten die Signale somit eher in Richtung einer Verstetigung des leichten Aufwärtstrends der Arbeitslosenquote. In der mittel- bis langfristigen Perspektive gehen die Gutachter dank der leistungsfähigen und diversifizierten Wirtschaftsstruktur vor Ort, der Lagegunst der Stadt FÜRTH sowie auch vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels und der demografischen Entwicklung von einer insgesamt stabilen Arbeitsmarktentwicklung aus.

#### Konjunktur

Nach dem historischen Einbruch des Bruttoinlandsprodukts während der Corona-Pandemie wurde die wirtschaftliche Erholung durch den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine im Februar 2022 und seine Folgen (insb. stark

<sup>65</sup> Hierfür setzen wir folgende Zeiträume an: 2 Jahre (kurzfristig), 5 Jahre (mittelfristig), 10 Jahre (mittelfristig).

<sup>66</sup> Dies entspricht einer Steigerung zum Vormonat von 0,5 %.

gestiegene Energiekosten) jäh beendet. Wenngleich dank zwischenzeitlich normalisierter Energiekosten und einer demzufolge wieder sinkenden Inflation wieder eine gewisse Entspannung eingesetzt hat, bleibt die gesamtwirtschaftliche Lage insgesamt schwierig. Für das Jahr 2023 wird eine Rezession (preisbereinigter Rückgang des BIP um -0,3 % ggü. dem Vorjahr) prognostiziert. Wie sich die Konjunktur in den kommenden Jahren entwickeln wird, ist angesichts einer fragilen Gesamtsituation auch vor dem Hintergrund des andauernden Ukraine-Kriegs und seiner Folgen sowie vielfältiger Herausforderungen (Stichworte Klimaneutralität, Fachkräftemangel) schwierig abzuschätzen. Kurzfristig ist angesichts der skizzierten Unsicherheiten, der daraus resultierenden Sparneigung auf Konsumentenseite und einer Zurückhaltung bei Investitionsentscheidungen in der Wirtschaft eher von einer Stagnation bzw. einem allenfalls geringen Wachstum<sup>67</sup> auszugehen. In der mittel- bis langfristigen Perspektive könnte sich, je nach Entwicklung der geopolitischen Lage, wieder ein kontinuierliches Wirtschaftswachstum einstellen.

---

<sup>67</sup> Das Ifo-Institut rechnet für das laufende Jahr 2024 mit einem Wirtschaftswachstum von 0,9 % und für das Folgejahr von 1,3 %.

### **Marktgebiet**

Das Marktgebiet bildet einen Raum ab, in dem auf eine Stadt/Gemeinde konzentrierbare dauerhafte und ausgeprägte Einkaufsbeziehungen bestehen. Im Allgemeinen sind Marktgebiete und die Einkaufsbeziehungen der darin lebenden Konsumenten vergleichsweise stabil. Gleichwohl können Veränderungen eintreten, sofern neue Einzelhandelsangebote vor Ort bzw. in der Region geschaffen werden, die aufgrund ihrer Größe und Attraktivität ‚eingübte‘ Einkaufsgewohnheiten und damit das Marktgebiet beeinflussen können. Gleiches gilt für markante Veränderungen in der regionalen Verkehrsinfrastruktur. Darüber hinaus ist auch die regionale Bevölkerungsentwicklung innerhalb eines Marktgebietes ein weiterer wichtiger Faktor, den es zu berücksichtigen gilt. Im konkreten Fall verzeichnete das Fürther Marktgebiet in den vergangenen 5 Jahren einen leichten Bevölkerungszuwachs in sämtlichen Marktgebietszonen in der Größenordnung von insgesamt rd. 3-4 % im Vergleich zu 2017. Auch in der mittel- langfristigen Perspektive (bis 2032) ist in Anlehnung an die Bevölkerungsvoraus-

berechnung der amtlichen Statistik davon auszugehen, dass die Einwohnerzahl innerhalb des in seiner räumlichen Ausdehnung stabilen Fürther Marktgebietes noch leichte Zuwächse verzeichnen wird (vgl. Tab. 7 auf S. 85).

### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, sprich der Teil der Kaufkraft, welcher den Konsumenten für Einkäufe im Einzelhandel zur Verfügung steht, konnte in den vergangenen Jahren ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen. Im Vergleichszeitraum 2019 bis 2023 betrug der Zuwachs im Bundesdurchschnitt insgesamt rd. 13 %. Das Gros der Zuwächse entfiel dabei auf die Warengruppen Lebensmittel/Genussmittel/Reformwaren bzw. Gesundheits- und Körperpflege), die zwischen 2019 und 2023 Wachstumsraten von insgesamt rd. 18 bzw. 19 % verzeichnen konnten.

In diesen Steigerungsraten spiegeln sich zum einen die eingeschränkten Einkaufsmöglichkeiten während der Corona-Pandemie, aber auch die Preissteigerungen in Folge des Ukraine-Kriegs entsprechend wider. Bei den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren zeigen die Pro-Kopf-Ausgabebeträge nach den pandemiebedingten Einbrüchen wieder ‚nach oben‘ und haben das Niveau von 2019 annähernd wieder erreicht (Schuhe/Lederwaren) bzw. sogar leicht überschritten (Bekleidung/Textilien). Die weitere, auch sortimentsspezifische Entwicklung der Pro-Kopf-Ausgabebeträge ist in ihrer Höhe insgesamt schwer abzuschätzen und hängt von mehreren Faktoren wie dem weiteren Verlauf der Inflation und insbesondere dem Konsumverhalten der Bevölkerung ab. Insgesamt ist jedoch davon auszugehen, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraft zumindest mit der Inflationsentwicklung in den kommenden Jahren ‚Schritt hält‘.

Die nachfolgende Tabelle zeigt nochmals die relevanten Parameter für die perspektivische Kaufkraftentwicklung sowie eine Abschätzung der Kaufkraftentwicklung im Überblick.

Für die weitere Entwicklung der Kaufkraft im Fürther Marktgebiet bleibt festzuhalten, dass zumindest kurzfristig eher mit einer ‚getrübten‘

Ausgabebereitschaft der Bevölkerung im Einzelhandel, insbesondere hinsichtlich aperiodischer Gebrauchsgüter, zu rechnen ist.

	Bevölkerungs-entwicklung	Arbeitsmarkt-entwicklung	Konjunktur-entwicklung	Veränderungen im Marktgebiet	Kaufkraft-entwicklung	Tourismus-entwicklung
kurzfristig, 2 Jahre	+	-	-	+	=	+
mittelfristig, 5 Jahre	+	=	+	+	+	=
langfristig, 10 Jahre	+	=	=	+	+	=

Tabelle 8: Bewertung relevanter Parameter für die perspektivische Kaufkraftentwicklung

### 3 Zentrenkonzept

Um eine in den Städten grundsätzlich immer stärker werdende Streuung des Einzelhandels mit all ihren Folgen zu vermeiden, stellt die Ausweisung von Zentren ein probates Mittel dar.

Die bestehende Zentren- und Angebotsstruktur der Stadt FÜRTH wird dabei gutachterlich überprüft und ggf. durch neue Zentren und Abgrenzungen ergänzt bzw. angepasst.

Die Analyse der Zentrenstruktur beinhaltet im Folgenden:

- Ermittlung der funktionalen Zentren und ggf. Abgrenzung weiterer zentraler Versorgungsbereiche und deren Benennung (integrierter Nahversorgungsstandort);
- Bestimmung der Funktions- und Aufgabenteilung zwischen den Zentren.

In die Bewertung fließen die Erkenntnisse zur bestehenden Einzelhandelsstruktur, zu

Agglomerationen sowie bezüglich des Versorgungsauftrags der Stadt ein. Darüber hinaus werden die bereits vorliegenden Unterlagen der Stadt konstruktiv-kritisch überprüft, ggf. angepasst sowie Vorschläge für ggf. zusätzliche zentrale Versorgungsbereiche unterbreitet.

#### 3.1 Evaluation bisheriger Zentrenkonzepte

Vor der Erstellung des Zentrenkonzepts erscheint es angezeigt, zunächst die Vorgaben/Ziele aus den Einzelhandels- und Zentrenkonzepten aus den Jahren 2010 und 2017 heranzuziehen und im Rahmen einer Gesamtbewertung auf ihre Realisierung bzw. Berücksichtigung zu überprüfen. Ziel soll sein, weiter bestehende Handlungsbedarfe zu erkennen und bei der Fortschreibung zu berücksichtigen. Grundlage der Bewertung ist die Entwicklung des Fürther Einzelhandels seit 2009 (vgl. Kap. 2.2.3 u. 3.7).

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2010<sup>68</sup> sind folgende Leitlinien für die weitere Einzelhandelsentwicklung formuliert (hier z.T. verkürzte/paraphrasierte Darstellung):

1. **Stärkung der Innenstadt (Priorität vor der Entwicklung aller anderen Standorte);**
2. **Vermeidung** der Ansiedlung von Betriebsformen mit **großflächigen zentrenrelevanten Sortimenten im Kernsortiment außerhalb der Fürther Innenstadt;**
3. **Stärkung bestehender Zentren;**
4. **Stabilisierung der Nahversorgungssituation und Prüfung möglicher alternativer Betriebe/Betriebsformen für unterversorgte Stadtgebiete;**
5. **Großflächige Einzelhandelsentwicklungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten sind generell nur in den benannten Zentren zu empfehlen;**

<sup>68</sup> Vgl. Integriertes Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt FÜRTH (GfK GeoMarketing GmbH, März 2010), S. 108 ff.

6. **Ansiedlung** zusätzlicher Sortimente in den **innenstadtrelevanten Warengruppen** in der Innenstadt zur Erhöhung der Einzelhandelszentralität;
7. **Keine neuen großflächigen Betriebe** mit **zentrenrelevanten Kernsortimenten** im **übrigen Stadtgebiet**;
8. **Orientierung** an **vorhandenen Einzelhandelsstandorten** bei der Ansiedlung großflächiger Anbieter mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten;
9. **Schutz und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungszentren**;
10. **Prüfung von Realisierungschancen** - unter **Nutzung vorhandener Spielräume (Stichwort Kaufkraftabfluss)** - von ergänzenden Nahversorgungsangeboten in unterversorgten Stadtteilen;
11. **Zur Sicherung und Verbesserung der Nahversorgungssituation Ausnahmen im periodischen Bedarfsbereich** möglich,

wenn diese Vorhaben die **(fußläufige) Nahversorgung relevant verbessern**.

Dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2017<sup>69</sup> sind folgende Leitlinien zu entnehmen:

1. **Ausbau der Einzelhandelszentralität** durch vorrangig qualitative und nachrückend quantitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsbestandes;
2. **Einhaltung** der über das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept festgelegten **Zentrenstruktur**;
3. **Aktualisierung der Fürther Sortimentsliste** unter Berücksichtigung der Sortimentsliste des LEP Bayern 2013;
4. **Ausweisung des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt**;

5. Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** ist dabei das **zu priorisierende Zentrum** zur Ansiedlung aller **Sortimente des Innenstadtbedarfs**;
6. **Reduzierung des Abflusses und Erhöhung des Zuflusses von Kaufkraft** in den Sortimenten mit Zentralitätswerten unter 100 %;
7. **Schließung von Branchen- und Konzeptlücken** in der Innenstadt, die in anderen Oberzentren häufig in Innenstädten anzutreffen sind und den Innenstadt-Bestand in Fürth positiv ergänzen könnten;
8. **Profilierung als attraktiver Wohnstandort**;
9. **Schließung bestehender Nahversorgungslücken (Stadtteil Vach)**.

Wie wurden die Leitlinien bei der Umsetzung der Zentrenkonzepte aus heutiger Sicht berücksichtigt? Zunächst einmal ist festzustellen, dass die Stadt FÜRTH eine aus Gutachtersicht

<sup>69</sup> Vgl. Integriertes Einzelhandelskonzept der Stadt Fürth (CIMA Beratung+Management GmbH), S. 43.

zentrenorientierte Ansiedlungspolitik im Bereich Nahversorgung und zentrenrelevanter Kernsortimente verfolgt. Die hervorragende Entwicklung der Fürther Innenstadt in den letzten Jahren ist somit auch das Ergebnis einer planerischen Fokussierung des ZVB Innenstadt als priorisierend zu entwickelndes Zentrum für zentrenrelevante Kernsortimente (auf Basis einer jeweils aktualisierten ortstypischen Sortimentsliste).

Auch im Bereich Nahversorgung kann der Stadt FÜRTH aus heutiger Sicht eine zentrenorientierte Ansiedlungspolitik und damit eine Berücksichtigung der entsprechenden Leitlinien bescheinigt werden. So ist das Gros der größer- bzw. großflächigen Nahversorgungsanbieter innerhalb von Nahversorgungszentren angesiedelt. Die wenigen außerhalb von Nahversorgungszentren agierenden größer- bzw. großflächigen Anbieter finden sich an städtebaulich integrierten Standorten und übernehmen jeweils eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden bzw. nahe gelegenen Wohnquartiere. Dies ist auch und gerade vor dem Hintergrund der positiven Bevölkerungsentwicklung, welche die Attraktivität der Stadt FÜRTH als Wohnstandort belegen, von besonderer Bedeutung.

Bei der Ansiedlung großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten erfolgte, soweit erkennbar, eine Orientierung an vorhandenen Einzelhandelsstandorten (vgl. Leitlinie aus dem Jahr 2010). Eine Ausnahme stellte hingegen die Etablierung des Einrichtungsschwerpunkts in Fürth-Steinach dar, der angesichts der Flächenbedarfe und einer notwendigen leistungsfähigen Verkehrsanbindung eine eigene (neue) Standortentwicklung notwendig machte.

Mit Blick auf die in beiden Einzelhandelskonzepten thematisierten Angebotslücken im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente verzeichnete die Stadt FÜRTH in den vergangenen Jahren deutliche Fortschritte, die v.a. im Zusammenhang mit der Entwicklung des EKZ Flair stehen. So hat sich durch den Markteintritt der Bekleidungsanbieter wie Olymp & Hades, Camp David, Only, Jack & Jones oder Street One die Attraktivität des innerstädtischen Bekleidungsangebotes gerade im Bereich Junger Mode nochmals deutlich erhöht. Im Zuge des Markteintritts des Anbieters Hugendubel in der Neuen Mitte (September 2018) erfuhr auch der Bereich Bücher eine deutliche Attraktivitätssteigerung. Positiv hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang auch die Erweiterung des gesamtstädtischen Angebots in den Bereichen

Sportartikel (Decathlon) oder auch Gesundheits- und Körperpflege (Rituals/Neue Mitte, dm im EKZ Flair), die sich in z.T. deutlich erhöhten Zentralitätswerten gegenüber 2017 widerspiegelt.

In anderen Sortimenten mit Kaufkraftabflüssen (Zentralitätswerte unter 100), wie z.B. Uhren/Schmuck, Spielwaren oder Elektro/Unterhaltungselektronik ließen sich hingegen keine Angebotserweiterungen erkennen. Im Bereich Elektro/Unterhaltungselektronik hat sich die Ausstrahlungskraft des stationären Angebots im Zuge der Schließung des Saturn Elektro-Fachmarktes trotz des Markteintritts von expert im EKZ Flair (auf kleinerer Fläche) sogar deutlich verringert. Perspektivische Verkaufszuwächse in diesem Bereich erscheinen mit Blick auf die hohe Bedeutung des Online-Handels in diesem Bereich und der Fokussierung der Elektro-Fachmärkte auf kleinere Verkaufsflächen jedoch mehr als fraglich. Ob bzw. inwieweit sich ein Angebotszuwachs in den Bereichen Uhren/Schmuck bzw. Spielwaren realisieren lässt, bleibt abzuwarten. Die zwischenzeitliche Etablierung eines Spielwarenangebots Bereich Bausteine (Kleeblatt Bricks) zeigt jedoch auf, dass Spezialangebote auch weiterhin ihren Platz im Fürther Einzelhandel finden können.

Abschließend ist noch auf den Themenkomplex Nahversorgung einzugehen, der in den Leitlinien der Einzelhandelskonzepte aus den Jahren 2010 und 2017 in unterschiedlicher Akzentuierung Berücksichtigung findet. Während im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 eher allgemein von „Schutz und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungszentren“ gesprochen wird, fokussiert sich das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2017 explizit auf die Schließung bestehender Nahversorgungslücken im Stadtteil Vach. Aus heutiger Sicht ist dies leider nicht geglückt. Trotz weiterhin schwieriger Rahmenbedingungen (hohe Wettbewerbsdichte im periodischen Bedarfsbereich, Mobilitäts- und Einkaufsverhalten der Bevölkerung, fehlende geeignete Standorte) darf die Verbesserung der Nahversorgung insbesondere weniger mobiler Bevölkerungsgruppen im Stadtteil Vach jedoch auch zukünftig nicht ‚aus dem Blick‘ geraten. Gleiches gilt auch für die Nahversorgungssituation in Burgfarnbach bzw. Oberfürberg, die sich im Zuge der Schließung der Magnetbetriebe (Norma/Der Beck bzw. nah&gut) deutlich verschlechtert hat.

Insofern bleibt die Sicherung und Verbesserung der Nahversorgungssituation v.a. in den Fürther Stadtteilen auch zukünftig eine wichtige Aufgabe in der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung.

### 3.2 Entwicklungsperspektiven allgemein

Wie bereits in den vorherigen Kapiteln beschrieben hat sich die Fürther Innenstadt in den letzten Jahren insgesamt sehr gut entwickelt. Welcher Fortgang ist für die kommenden Jahre angesichts „multipler Krisen“<sup>70</sup> und veränderter Konsumgewohnheiten zu erwarten? Dieser Frage soll in diesem Kapitel näher nachgegangen werden. Dabei sollen auf Grundlage der bisherigen Untersuchungsbefunde und unter Berücksichtigung der aktuellen, das Konsumverhalten beeinflussenden Rahmenbedingungen sowie eines Fachdialogs mit der Fürther Stadtverwaltung<sup>71</sup> Szenarien für die künftige Entwicklung des innerstädtischen Einzel-

handels und damit der Fürther Innenstadt entworfen werden.

Um die mögliche Bandbreite der Entwicklungen aufzuzeigen, ist zunächst ein Worst-Case-Szenario zu skizzieren. In diesem würde sich der inhabergeführte Facheinzelhandel sukzessive aus den Nebenlagen zurückziehen, sodass sich das einzelhändlerische Geschehen in der Zukunft v.a. auf die Haupteinkaufslage Schwabacher Straße/Rudolf-Breitscheid-Straße und angrenzende Einkaufslagen (Fürther Freiheit, Gustav-Schickedanz-Straße) konzentriert.

Aus Gutachtersicht muss dieses Szenario jedoch nicht zwingend eintreten. Wenngleich zu berücksichtigen ist, dass auch der inhabergeführte Einzelhandel in der Stadt FÜRTH – wie andernorts auch – mit vielfältigen Herausforderungen konfrontiert ist (u.a. Nachfolgeproblematik, Fachkräftemangel, Anstieg der Mietkosten, verändertes Konsumverhalten) und in den letzten Monaten einige Betriebsaufgaben langjährig vor Ort präsenter und den innerstädtischen Einzelhandel prägender Anbieter

---

<sup>70</sup> Vgl. Pressemitteilung der GfK zum Konsumklima (14.12.23): <https://www.gfk.com/de/presse/was-verbraucher-im-neuenjahr-bewegt>

<sup>71</sup> Fachdialog mit der Innenstadtbeauftragten Karin Hackbarth-Herrmann am 27. März 2024.

verzeichnete, so finden sich dennoch nach wie vor zahlreiche inhabergeführte Anbieter in der Fürther Innenstadt, darunter v.a. in den Nebenlagen mit ihren oftmals niedrigeren Mietkosten. Auch vereinzelte Neueröffnungen wie z.B. der spezialisierte Spielzeug-Anbieter Kleeblatt Bricks in der Alexanderstraße, zeigen auf, dass die Fürther Innenstadt gerade auch für Spezialangebote nach wie vor attraktiv erscheint. Diese, in den vergangenen Jahren deutlich gesteigerte Attraktivität speist sich zum einen aus Investitionen der Privatwirtschaft, (Neue Mitte, EKZ Flair, Carré Fürther Freiheit, Fürther Markt, Hornschuchcenter) aber auch der öffentlichen Hand (z.B. Schaffung der Fußgängerzone in der Schwabacher Straße, Kauf und Umbau des Fürther Bahnhofs, etc.), die auch in Zukunft fortgesetzt werden sollen. Beispielhaft ist hier auf die geplante Erweiterung der Fußgängerzone um die Alexander- und Moststraße zu verweisen, die mit einer Aufwertung des Straßenraums einhergehen soll und somit die Aufenthaltsqualität in diesen Straßenzügen perspektivisch deutlich erhöht. Diese Rahmenbedingungen sind wiederum essentiell, damit auch zukünftig privatwirtschaftliche Investitionen in der Innenstadt, auch im Einzelhandelsbereich, ausgelöst werden. Aus Gutachtersicht ist die Stadt FÜRTH hier ‚auf einem guten Weg‘. Darüber hinaus hat die Stadt mit der Schaffung der

Stabsstelle Innenstadtbeauftragten (mit 2,5 Personalstellen), die sich um die Belange des innerstädtischen Handels kümmert und als wichtige Schnittstelle zwischen Einzelhandel, Immobilieneigentümern und der Stadtverwaltung fungiert, bereits vor Jahren ‚die richtigen Weichen gestellt‘, damit drohende Leerstände frühzeitig erkannt und zeitnahe Nachnutzungen gefunden werden können. Sehr positiv zu werten sind ferner die von der Stadt organisierten Ladenführungen, die gerade inhabergeführten Geschäften die Möglichkeit gibt, das Besondere in ihrem Angebot herauszustellen. Lt. Aussage der Innenstadtbeauftragten werden diese Führungen von der Bevölkerung gerne in Anspruch genommen und auch von den besuchten Geschäften geschätzt, da hier nicht nur direkt Umsätze Erlöst werden, sondern insbesondere auch deren Bekanntheit gefördert wird (Stichwort ‚Mund-zu-Mund-Propaganda‘).

**Zusammenfassend** sind daher aus Gutachtersicht insgesamt günstige Rahmenbedingungen für den Fortbestand eines attraktiven Angebotsmixes im innerstädtischen Einzelhandel (bundesweit/regional agierende Filialisten, inhabergeführte Geschäfte) gegeben, wobei einschränkend darauf hinzuweisen ist, dass nicht für alle vormals einzelhändlerisch (mit)geprägte

Lageabschnitte, insb. in den Randbereichen, eine perspektivische Reaktivierung leerstehender Ladenlokale mit Einzelhandelsnutzungen zu erwarten sein dürfte. Insofern braucht es auch planerische Begleitung dieser vormaligen Nebenlagen mit dem Ziel, die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und einen Nutzungsmix auch ohne Einzelhandel zu ermöglichen.

### 3.3 Zentren- und Versorgungsstrukturen

Bevor im folgenden Kapitel 3.4 ein Konzeptvorschlag unterbreitet wird, gilt es vorab nochmals einen ‚Blick‘ auf die bisherige Zentrenstruktur ‚zu werfen‘. Das Integrierte Einzelhandelskonzept (CIMA) aus dem Jahr 2017 definiert auf S. 87 vier Hierarchiestufen, die in absteigender Reihenfolge wie folgt auf die Fürther Verhältnisse angewandt wurden (vgl. hierzu auch Übersichtskarte auf S. 94):

- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Haupt-/Stadtzentren);
- Phönix-Center (Stadtteilzentren);
- Nahversorgungszentren;
- Fachmarkttagglomeration/Sonderstandorte.

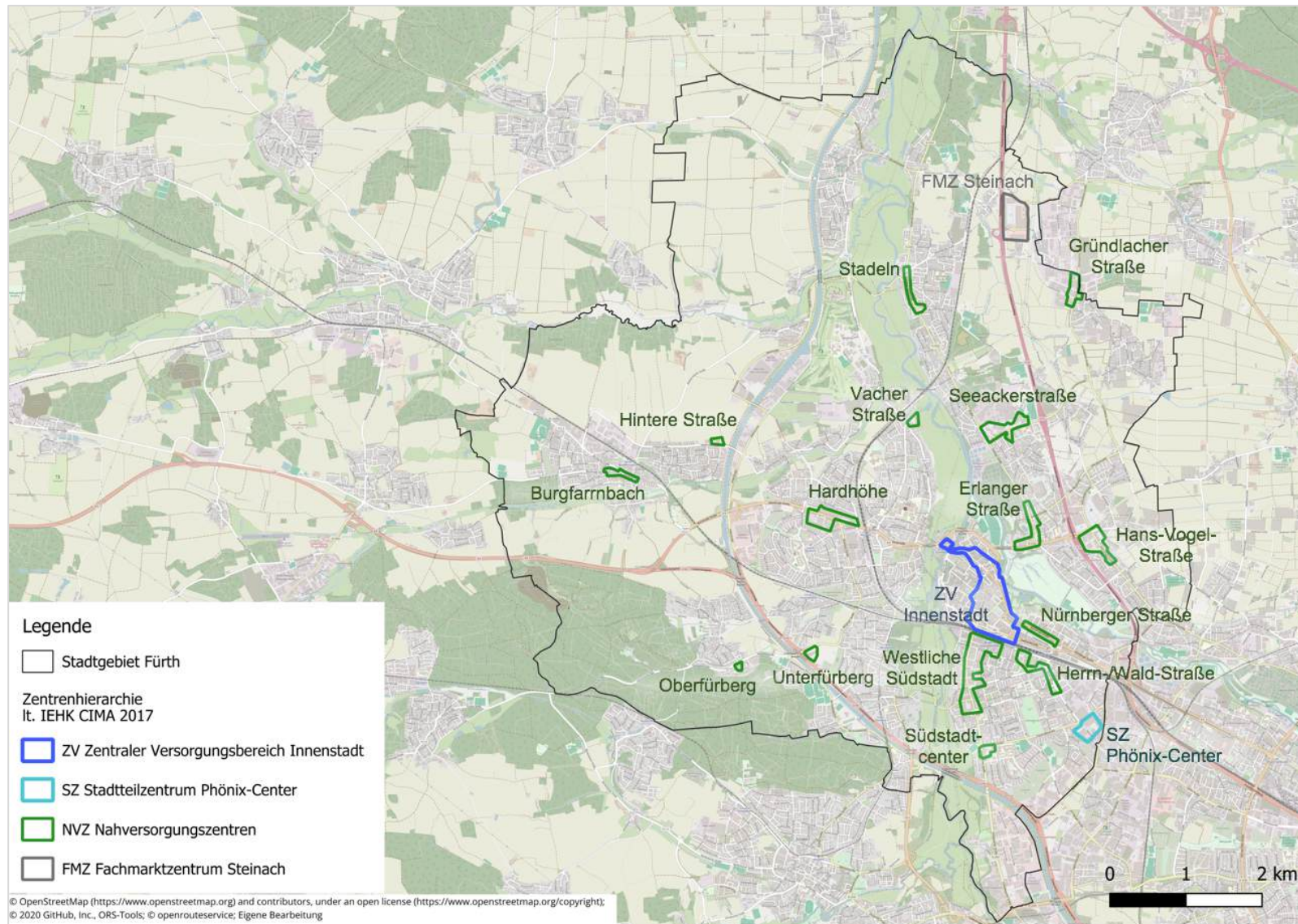


Abbildung 31: Kartografische Übersicht zur Fürther Zentrenstruktur (lt. CIMA 2017)

Nachfolgend werden zunächst die **bestehenden Zentren- und Versorgungsstrukturen** in FÜRTH auf **Grundlage des bis dato gültigen Integrierten Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2017** in kurzen Lagesteckbriefen dargestellt (Grundlage: erneute Vor-Ort-Begehung im Juli 2023).

Diese enthalten eine Beschreibung der jeweiligen Lage, der Umfeld- und Nutzungsstrukturen sowie ggf. bestehende Planungen.

Anhand einer SWOT-Analyse werden nachfolgend die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der jeweiligen Lage hinsichtlich der Kriterien Einzelhandel, Städtebau und Verkehr dargestellt.

Anschließend wird jeweils ein kurzes Fazit gezogen.

### 3.3.1 ZVB Innenstadt

<b>Lage</b>	Der ZVB Innenstadt umfasst in etwa einen Bereich zwischen dem Einmündungsbereich Königstraße/Würzburger Straße im Norden, der Gustavstraße/Königstraße und dem nördlichen Abschnitt der Nürnberger Straße bzw. westlichen Abschnitt der Gebhardtstraße im Osten, der Bahnlinie im Süden und der Ottostraße, Hirschenstraße, Mohrenstraße und Königstraße im Westen.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Norden: Punktueller Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz entlang der Würzburger Straße, Wiesengrund; Osten: Stadtpark, Wiesengrund; Süden: Bahnlinie als markante städtebauliche Zäsur, Südstadt; Westen: Altstadt, Wiesengrund.
<b>Planungen</b>	Keine aktuellen Planungen bekannt.



Blick vom Fürther Markt in Richtung Neuer Mitte (Rudolf-Breitscheid-Str.)



Blick von der Schwabacher Str. in nördlicher Richtung

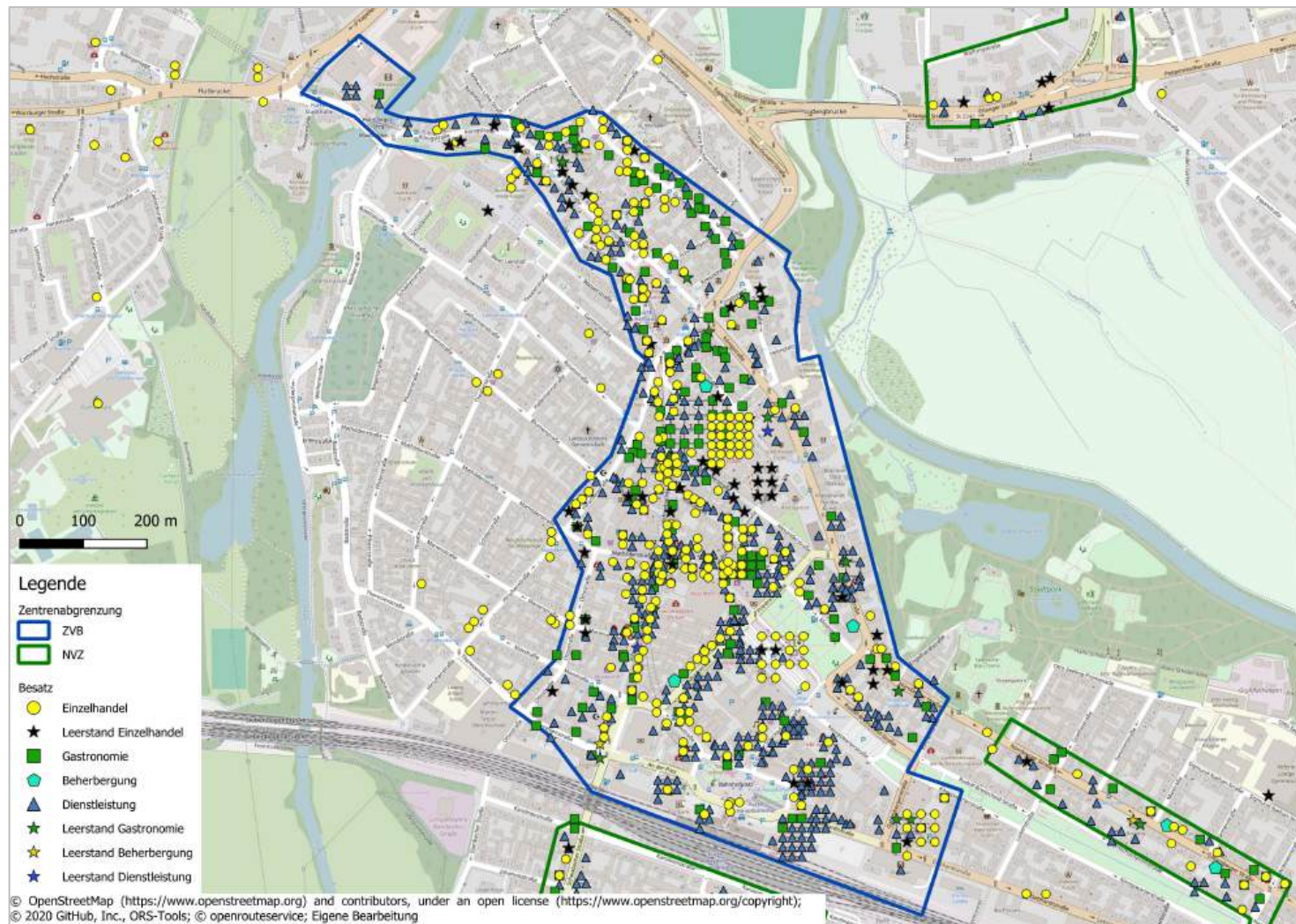
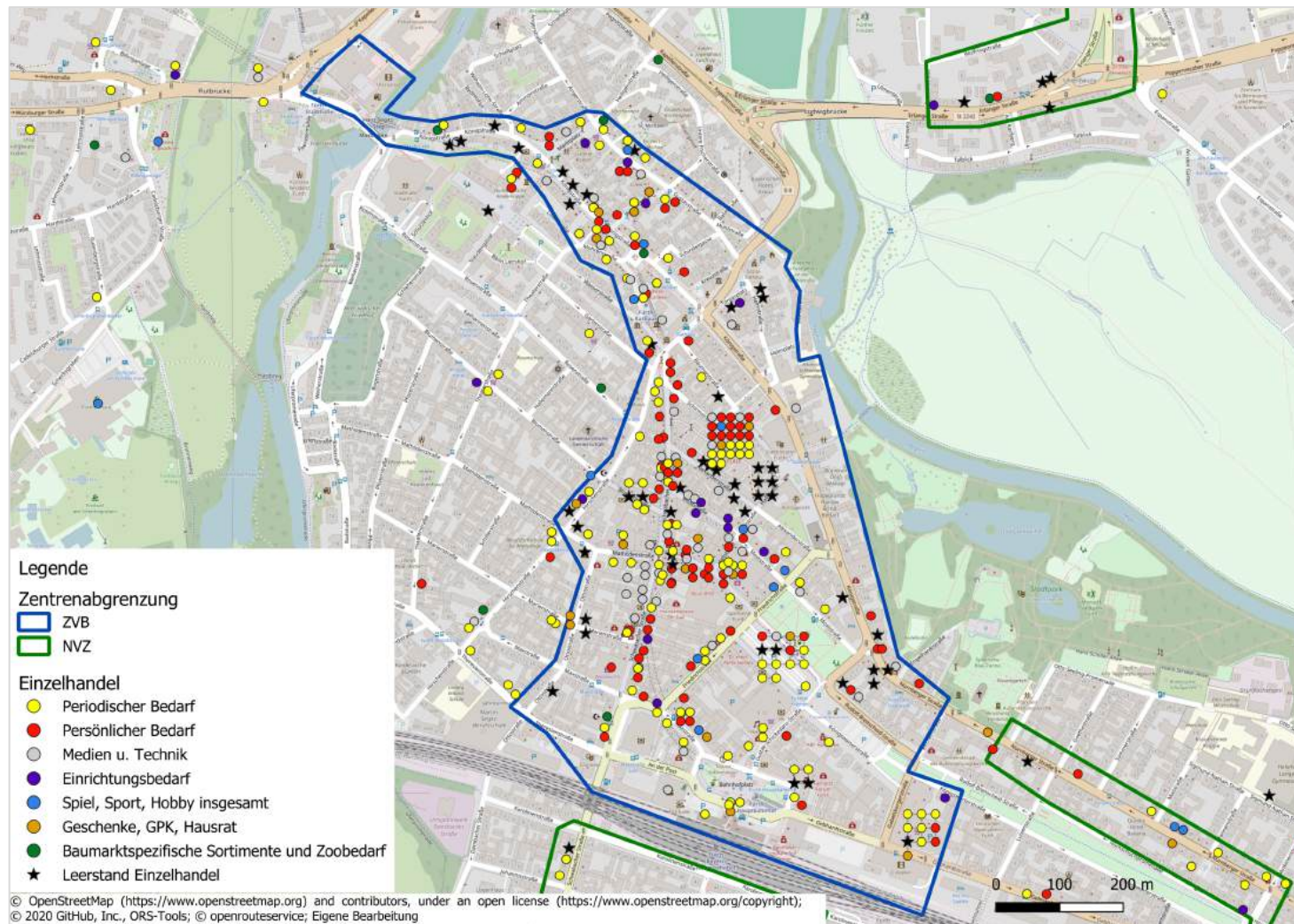


Abbildung 32: Räumliche Verteilung der Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Beherbergungsangebote im ZVB Innenstadt



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	14.800
II Persönlicher Bedarf	23.825
III Medien und Technik	6.325
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	2.600
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3.800
VI Einrichtungsbedarf	1.650
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	425
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>53.425</b>

Abbildung 33: Besatzstruktur Einzelhandel im ZVB Innenstadt

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	<p>Leistungsfähiges und für die Nähe zu Nürnberg umfassendes Angebot im Bereich innerstädtischer Leitsortimente Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren sowie weiterer zentrenrelevanter Sortimente.</p> <p>Zahlreiche Facheinzelhändler und regionale bzw. überregionale Filialisten (u.a. H&amp;M, Wöhrl, Schuh Mücke, Müller Drogeriemarkt, Woolworth, expert) kreieren einen für Kunden attraktiven Angebotsmix.</p> <p>Fürther Wochenmarkt und Bauemmarkt am Waagplatz gut frequentiert und von Besuchern sehr geschätzt, laden zum Verweilen ein.</p> <p>Umfassendes Nahversorgungsangebot.</p> <p>Zahlreiche Dienstleistungs- und gastronomische Angebote runden das innerstädtische Einzelhandelsangebot ab und generieren zusätzliche Frequenzen in der Innenstadt.</p>	<p>Prominente Leerstände in der Haupteinkaufslage Schwabacher Straße (ehem. H&amp;M, Topmarken Outlets) trüben Eindruck in diesem Lageabschnitt.</p> <p>Punktuelle Angebotslücken im Einzelhandelsbesatz (mittelpreisiges, markenorientiertes Angebot im Bereich Uhren/Schmuck).</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Attraktive Einkaufslagen durch städtebaulich abwechslungsreichen Mix aus Gebäuden/Straßenzügen/historischen Plätzen unterschiedlicher Epochen (u.a. Gründerzeit, kleinteilige historische Bebauungsstruktur mit Fachwerk im nördlichen Bereich) und modernen architektonischen Konzepten (Bebauung Neue Mitte).</p> <p>Begrünung durch Bäume und Pflanzen (Blumenschmuck an Straßenlampen, Pflanzkästen zur Akzentuierung der Eingangsbereiche von Geschäften) unterstützt den sauberen und gepflegten Eindruck und erhöht zusätzlich die Aufenthaltsqualität.</p> <p>Aufwertung der Nebenlagen durch Pflanzkästen mit Sitzgelegenheiten.</p>	<p>Uneinheitlicher Straßenbelag in Alexander- und Moststraße trübt optischen Eindruck.</p> <p>Abschnitt der Nebenlage Königstraße zwischen Waagstraße und Marktplatz durch Leerstände und renovierungsbedürftiges Erscheinungsbild einiger Gebäude geprägt.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute Erreichbarkeit mit dem Pkw über Innenstadtring; zahlreiche Parkmöglichkeiten (u.a. Fürther Freiheit, Parkhäuser, Straßenrandparkplätze in den Nebenlagen).</p> <p>Sehr gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Hauptbahnhof, U-Bahn, zahlreiche Bushaltestellen).</p> <p>Sehr gute fußläufige Erreichbarkeit der Angebote innerhalb des ZVB dank Fußgängerzone (insb. Schwabacher Straße/Rudolf-Breitscheid-Straße, Ludwig-Erhard-Straße) und entlang der Straßenzüge verlaufender Fußwege und Querungsmöglichkeiten.</p>	<p>Übersicht über die innerstädtischen Parkmöglichkeiten für Auswärtige/Ortsunkundige.</p>

	CHANCEN	RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Potenzialflächen (ehem. Satum, H&amp;M, vereinzelte Ladenleerstände im EKZ Flair) in unterschiedlichen Größenzuschnitten bieten grundsätzlich Flächenspielräume für weitere Einzelhandels- bzw. Mischnutzungskonzepte.</p> <p>Nebenlagen bieten Entwicklungspotenzial für spezielle, inhabergeführte Geschäfte (Bsp. Neuentwicklung Lego-Laden, Alexanderstr., Bärenbrot, Blumenstr.).</p>	<p>'Abschmelzen' der Nebenlagen als Standorte des v.a. inhabergeführten Einzelhandels.</p> <p>Rückgang des inhabergeführten Einzelhandels führt zu Attraktivitätsverlust im Angebot.</p> <p>Erhöhung des Wettbewerbsdrucks für den ZVB Innenstadt im Falle eines weiteren Ausbaus von zentrenrelevanten Sortimenten (insb. im Bereich der Leitsortimente) im Außenbereich.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Attraktivierung der Nebenlagen durch einheitlichen Straßenbelag.</p> <p>Stärkerer Fokus auf das Thema Beschattung von Sitzplätzen.</p>	<p>Erhöhung des Umnutzungsdrucks bei Aufgabe von Einzelhandelsgeschäften.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Verstärkte Nutzung der im Stadtgebiet an Hauptverkehrsachsen aufgestellten digitalen Infotafeln zur Bewerbung des Fürther Einzelhandels (nicht nur in der Innenstadt).</p>	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p><b>Der städtebaulich attraktive und überwiegend durch eine hohe Aufenthaltsqualität gekennzeichnete Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt FÜRTH bildet das 'Rückgrat' des städtischen Einzelhandels und verfügt nach Realisierung der 'Meilensteine' Neue Mitte, Fürther Markt, Carré Fürther Freiheit, Hornschuchcenter, EKZ Flair über einen leistungsfähigen und umfassenden Einzelhandelsbesatz. Dazu tragen v.a. die Anbieter in den Haupteinkaufslagen bei, wobei neben regionalen und überregionalen Filialisten insbesondere der nach wie vor stark präsente Facheinzelhandel hervorzuheben ist, der auch in den Nebenlagen das derzeit vorhandene Angebot (noch) maßgeblich prägt. Im Zuge von auch altersbedingten Betriebsschließungen bzw. schwierigen Nachfolgeregelungen sowie aktuell schwieriger Rahmenbedingungen (Nachwirkungen der Umsatzeinbußen während der Corona-Zeit, inflationsbedingte Kaufzurückhaltung der Bevölkerung) dürften die Nebenlagen in den nächsten Jahren jedoch verstärkt 'unter Druck' geraten. Somit besteht das Risiko eines Bedeutungsverlustes der Nebenlagen als Standorte des Einzelhandels. Zusammenfassend lässt sich jedoch feststellen, dass dank der richtigen Weichenstellungen und Investitionen in den vergangenen Jahren die Fürther Innenstadt ihre Stellung als maßgeblicher Einzelhandelsstandort im gesamtstädtischen Kontext insgesamt sehr gut behaupten konnte und für den Einzelhandel nach wie vor attraktiv bleibt. Einen sehr wichtigen Beitrag zur Stützung des Einzelhandels leisten hierzu auch die zahlreichen über den gesamten ZVB verteilten Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen, welche zusätzliche Frequenzen generieren, von denen auch der Einzelhandel profitieren kann. Dieses insgesamt hohe und attraktive Angebotsniveau der Innenstadt gilt es daher so weit wie möglich zu erhalten und unter Nutzung der vorhandenen Flächenspielräume (Stichwort Leerstände) punktuell noch auszubauen. Zum Erhalt der vorhandenen Flächenspielräume sollten Umnutzungen von Gewerbeflächen in Erdgeschosslagen, z.B. zu Wohnzwecken, im ZVB Innenstadt vermieden werden. Alles in allem muss der weiteren Entwicklung des ZVB Innenstadt FÜRTH als Einzelhandelsstandort auch zukünftig oberste Priorität eingeräumt werden.</b></p>	

### 3.3.2 Stadtteilzentrum Phönix-Center

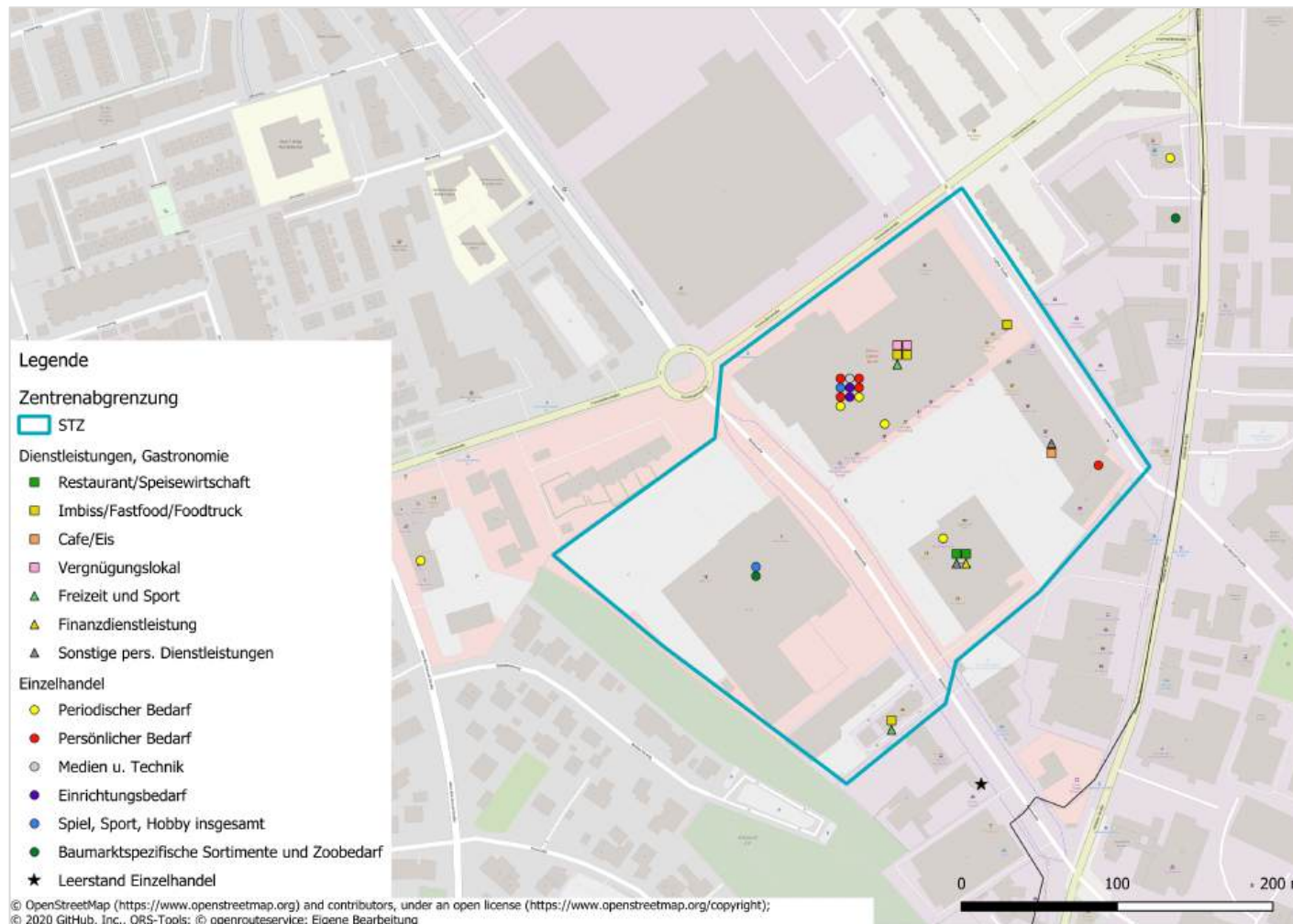
<b>Lage</b>	Das Stadtteilzentrum Phönix-Center befindet sich im Südosten des Fürther Stadtgebiets unweit westlich der Stadtgrenze zu Nürnberg und umfasst in etwa einen Bereich zwischen der Frömüllerstraße im Norden, der Leyher Straße im Osten, der Parkplatzabfahrt des Phönix-Centers im Süden sowie der Waldstraße im Westen (inkl. der westlich der Waldstraße gelegenen Gewerbeimmobilien).
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Mischnutzungen (Gewerbe und Wohnen) prägen das nördliche und östliche Standortumfeld. In südlicher Richtung schließen sich überwiegend Gewerbenutzungen mit vereinzeltm Gastronomiebesatz an. Westlich grenzt das Stadtteilzentrum an eine Kleingartensiedlung an, im weiteren Verlauf schließen sich Wohngebiete an, z.T. aufgelockert durch Freiflächen, Sportanlagen und den Südstadtpark.
<b>Planungen</b>	Keine aktuellen Planungen bekannt.



Blick vom Verkehrskreisel in südlicher Richtung auf Zufahrtsstraße Waldstraße



Blick von der Zufahrtsstraße Waldstraße in nördlicher Richtung auf Fachmarktriegel und Parkplatzzufahrt



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
<b>I</b> Periodischer Bedarf	5.000
<b>II</b> Persönlicher Bedarf	2.925
<b>III</b> Medien und Technik	650
<b>IV</b> Spiel, Sport, Hobby, gesamt	3.325
<b>V</b> Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	950
<b>VI</b> Einrichtungsbedarf	1.975
<b>VII</b> Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	3.700
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>18.525</b>

Abbildung 34: Räumliche Verteilung und Besatzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im Stadtteilzentrum Phoenix-Center

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	<p>Breitgefächerter, leistungsfähiger und ausstrahlungsstarker Fachmarktbesatz (Takko, Deichmann, Rofu, Mister &amp; Lady, C&amp;A, Saueracker Bürofachmarkt, Jysk, Seats &amp; Sofas, Dehner, Decathlon) in Verbindung mit einem attraktiven Nahversorgungsangebot (E-Center Stengel inkl. Bäckerei und separatem Getränkemarkt, dm Drogeriemarkt) generiert konstant hohe Kundenfrequenzen.</p> <p>Gute Einsehbarkeit von den Hauptverkehrsachsen durch Gebäudewirkung des E-Centers am Kreisverkehr Fronmüllerstraße und Waldstraße (im Verbund mit Seats &amp; Sofas) sowie und unterstützende Werbeträger auch im Bereich der Parkplatzzufahrt (Waldstraße).</p>	<p>Einsehbarkeit der Fachmärkte (östlich der Waldstraße) aufgrund der introvertierten Lage und der vorgelagerten dominanten Immobilien von E-Center Stengel und Seats &amp; Sofas stark eingeschränkt.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Gastronomie- und Freizeitnutzungen generieren Besucherfrequenzen außerhalb der Geschäftszeiten der Einzelhandelsbetriebe.</p> <p>Ergänzende Dienstleistungsangebote (Friseur, Reisebüro, Sparkassen-Geldautomat) unterstützen funktionalen Zentrencharakter.</p>	<p>Räumlich-funktionale Trennung der Angebotsschwerpunkte durch die Waldstraße.</p> <p>Kein attraktiver Zugangs- und Aufenthaltsbereich für Fußgänger.</p> <p>Südliches Standortumfeld (u.a. Kfz-Handel, Spielhalle) unattraktiv.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute Pkw-Erreichbarkeit innerhalb der Südstadt und aus dem gesamten Fürther Stadtgebiet über Fronmüller-, Waldstraße festzustellen.</p> <p>Insgesamt ausreichend bemessene Stellplatzanlage.</p> <p>Grundsätzlich unproblematische Zu- und Abfahrt zu bzw. von den beiden Stellplatzanlagen über die Waldstraße möglich.</p> <p>Gute ÖPNV-Anbindung über Haltestellen Hans-Bornkessel-Straße und Fronmüllerstraße (Linie 177) und die in fußläufiger Distanz auf Nürnberger Stadtgebiet gelegene Haltestelle Karl-Martell-Straße (Linie 39) gegeben.</p> <p>Gute fußläufige und radmobile Erreichbarkeit aus den Wohngebieten im nördlichen bzw. nordwestlichen Standortumfeld dank parallel zur Wald- bzw. Fronmüllerstraße verlaufender Fuß- und Radwege und Querungshilfen (im Kreuzungsbereich Wald- und Fronmüllerstraße (Verkehrskreisel u. im Bereich der Waldstraße).</p>	<p>Verkehrsführung im Bereich der Stellplatzanlage erfordert z.T. Umfahrung des südlichen Gebäudekomplexes (Getränkemarkt Stengel, Gastronomie-Zeile) bei der Abfahrt in Richtung Waldstraße.</p>

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	-	Ausweitung der bereits in erheblichem Umfang angebotenen zentrenrelevanten Sortimente durch Neuansiedlungen schwächt innerstädtischen Einzelhandelsbesatz und schränkt dessen Entwicklungsspielräume ein.
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das im östlichen Bereich der Fürther Südstadt im Bereich Fronmüller-/Waldstraße gelegene verkehrlich gut erreichbare und vorwiegend Pkw-orientierte Stadtteilzentrum Phönix-Center stellt mit seinem leistungsfähigen Nahversorgungsangebot und einem vielseitig 'bestückten' Fachmarktbesatz einen der bedeutendsten Angebotsschwerpunkte im Fürther Einzelhandelsangebot dar, das in Teilen auch nach Nürnberg 'strahlt'. Neben einigen arrondierenden Dienstleistungsnutzungen stellen Gastronomie- und Freizeitnutzungen einen weiteren wichtigen Nutzungsbaustein dar, die auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten Frequenzen generieren und das Stadtteilzentrum beleben. Angesichts des im Zuge mehrerer Umstrukturierungsvorhaben einzelhändlerisch aktuell vollbelegten Ausbauzustands stehen für die weitere Entwicklung in erster Linie Maßnahmen zur Bestandssicherung im Vordergrund. Erweiterungen von bestehenden Anbietern, auch im Bereich zentrenrelevanter Kernsortimente sind daher zu befürworten, sofern im Rahmen von Einzelfallprüfungen der Nachweis der Zentrenverträglichkeit erbracht wird. Im Falle von Betriebsaufgaben sind Nachnutzungen nur im Rahmen der baurechtlich zulässigen Sortimente möglich. Die Neuansiedlung zentrenrelevanter (auch nahversorgungsrelevanter) Angebote (z.B. im Rahmen von Nachnutzungen) außerhalb des aktuell gültigen baurechtlichen Rahmens ist zum Schutz des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und seiner Entwicklungsspielräume hingegen zu vermeiden.</p>	

### 3.3.3 Nahversorgungszentrum Erlanger Straße

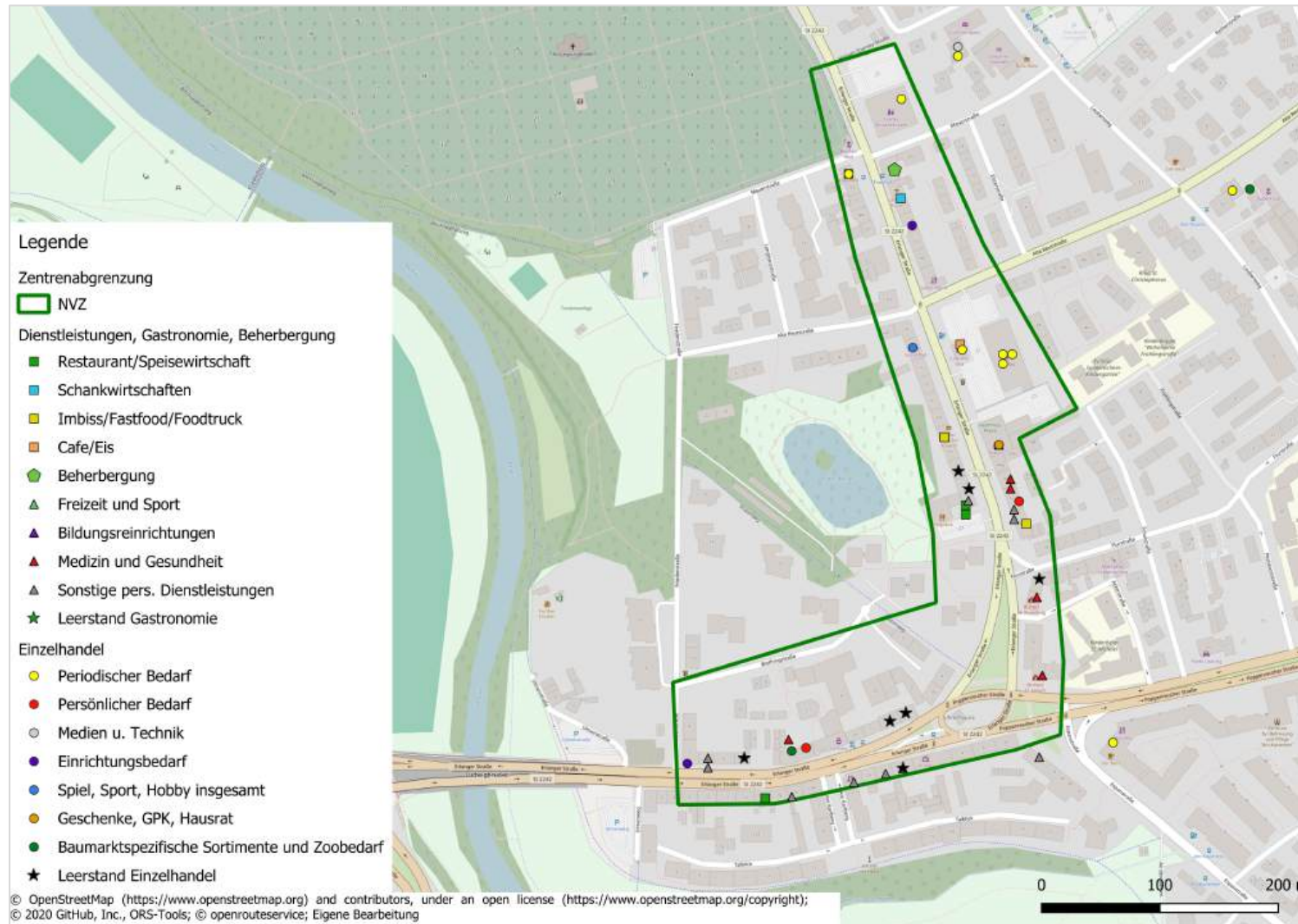
<b>Lage</b>	Innerhalb der Fürther Nordstadt gelegen, umfasst beide Bereiche entlang der Erlanger Straße zwischen dem städtischen Friedhof (auf Höhe Mauerstraße) im Norden und dem Talübergang (Pegnitz) im Südwesten.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	In nördlicher Richtung schließen sich Mischnutzungen an (Friedhof, Sportpark Ronhof, Wohnquartiere im Stadtteil Ronhof), in östlicher Richtung bis auf Höhe der BAB 73 dominieren Wohnnutzungen mit vereinzeltem Einzelhandelsbesatz entlang des Laubenwegs. Südlich erstreckt sich der Wiesengrund.
<b>Planungen</b>	Keine aktuellen Planungen bekannt.



Blick von der Erlanger Straße nach Westen



Blick von der Erlanger Straße nach Süden (Norma linker Hand)



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	1.875
II Persönlicher Bedarf	225
III Medien und Technik	125
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	150
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	475
VI Einrichtungsbedarf	200
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	125
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>3.175</b>

Abbildung 35: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Beherbergung im NVZ Erlanger Str.

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Jüngst modernisierter und erweiterter Norma-Lebensmitteldiscounter mit arrondierendem kleinteiligem Nahversorgungsbesatz (Bäckerei, Kiosk, Konditorei-Angebot im westlich benachbarten Café) bildet den räumlichen Angebotsschwerpunkt und gewährleistet eine qualifizierte Grundversorgung für die im Umfeld lebende Wohnbevölkerung. Ergänzung des Nahversorgungsangebots durch großzügig dimensionierten Fränky Getränkemarkt und einen kleinen Blumenladen auf Höhe des Friedhofs (Mauerstraße). Action Markt und weiterer punktueller Einzelhandelsbesatz im aperiodischen Bedarfsbereich (u.a. Mode-Boutique, Fahrradladen, Polsterei/Raumaustatter) runden überwiegend nahversorgungsorientiertes Angebot ab. Vereinzelt ergänzende Angebote aus dem Dienstleistungs- und Freizeitbereich (u.a. Friseur, Ärzte, Physiotherapie, Änderungsschneiderei, Versicherungsagentur, Fitnessstudio) generieren zusätzliche Frequenzen.</p>	<p>Discountlastiges Nahversorgungsangebot.</p> <p>Bedingt durch rückversetzte Lage und vorgelagerte Bebauung Einschränkung in der Einsehbarkeit des Norma-Marktes aus südlicher und nördlicher Richtung.</p> <p>Mehrere, z.T. strukturelle bzw. unattraktiv kaschierte Leerstände kennzeichnen den südwestlichen Ast des Nahversorgungszentrums entlang der in diesem Abschnitt vierspurig ausgebauten Erlanger Straße.</p> <p>Fehlende Parkmöglichkeiten entlang des vierspurig ausgebauten Abschnitts der Erlanger Straße in Verbindung mit einem hohen 'Verkehrsdruck' erschweren Revitalisierung vorhandener Ladenleerstände.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Gute Aufenthaltsqualität im nördlichen Abschnitt der Erlanger Straße.</p>	<p>Keine Aufenthaltsqualität im südwestlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums insbesondere auch aufgrund der hohen Verkehrsbelastung in diesem Abschnitt der Erlanger Straße (westlicher Teilabschnitt der Verbindung zwischen Fürther Innenstadt und Anschlussstelle Poppenreuth der BAB 73).</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute bis sehr gute lokale Pkw-Erreichbarkeit dank Lage an Hauptverkehrsachse und unweit östlich gelegener Anschlussstelle Poppenreuth der BAB 73 festzustellen.</p> <p>Gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln über die Haltestellen Poppenreuther Straße und Friedhof gegeben.</p> <p>Gute fußläufige und radmobile Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren gegeben.</p>	<p>Im südwestlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums bestehen abgesehen von der beampelten Überquerungsmöglichkeit auf Höhe der Bushaltestelle Poppenreuther Straße keine ausreichend gesicherten Querungsmöglichkeiten für Fußgänger und Radfahrer.</p>

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Leer stehende Ladenlokale im nördlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums stehen als Potenzialflächen für ergänzende Nutzungen zur Verfügung (Miete/Kauf).	Weitere Verschärfung der Leerstandsproblematik nach Schließung des Modeanbieters Galster (derzeit Räumungsverkauf).
<b>Städtebau</b>	-	Verstärkung von Trading-Down-Effekten durch Zunahme von Leerständen im südwestlichen Abschnitt.
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT</b>	<p><b>Der Nahversorgungsbesatz im Nahversorgungszentrum Erlanger Straße gewährleistet eine qualifizierte Grundversorgung der im Umfeld lebenden Wohnbevölkerung. Insofern gilt es, dieses Versorgungsniveau zu erhalten und ggf. durch weiteren ergänzenden Einzelhandelsbesatz unter Nutzung der vorhandenen Entwicklungsspielräume (anmiet- bzw. kaufbare Ladenlokale im nördlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums) auszubauen. Für den südwestlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums entlang der in diesem Abschnitt vierspurig ausgebauten Erlanger Straße lassen die schwierigen standortseitigen Rahmenbedingungen (hohe Verkehrsbelastung, fehlende Parkmöglichkeiten, keine Aufenthaltsqualität), die sich in entsprechend zahlreichen, teils auch strukturellen Ladenleerständen augenscheinlich widerspiegeln, hingegen keine zukünftigen einzelhändlerischen Entwicklungen erwarten. Auch vor dem Hintergrund der 'Konzentration' der Einzelhandelsnutzungen im nördlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums sollte daher perspektivisch eine Korrektur der Zentrenabgrenzung 'ins Auge' gefasst werden.</b></p>	

### 3.3.4 Nahversorgungszentrum Oberfürberg

<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum Standort befindet sich im Süden des westlichen Fürther Stadtteils Oberfürberg innerhalb der Heilstätten­siedlung (südlich des Einmündungsbereichs Eichenstraße/Heilstättenstraße) und umfasst im Wesentlichen die im Erdgeschoss eines mehrgeschossigen Geschäftshaus gelegene frühere Supermarkt-Fläche (nah&gut) sowie die westlich und östlich angrenzende Bebauung.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Überwiegend Wohnnutzungen mit vereinzelt Einzelhandelsbesatz (Franken Flora, Metzgerei Schönleben).
<b>Planungen</b>	Wohngebietsplanung



Blick von der Heilstättenstraße nach Osten



Blick auf Eingangsbereich des früheren nah&gut-Supermarktes



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	50
II Persönlicher Bedarf	0
III Medien und Technik	0
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	0
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0
VI Einrichtungsbedarf	0
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	0
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>50</b>

Abbildung 36: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel und Dienstleistung im NVZ Oberfürberg.

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Standortbereich durch vormalige Nutzung (nah&amp;gut-Supermarkt) und aktuell noch vorhandenen kleinteiligen Nahversorgungsbesatz (Bäckerei, Apotheke) im lokalen Kundenbewusstsein (noch) einzelhändlerisch eingeführt.</p> <p>Frühere nah&amp;gut-Fläche anmietbar.</p> <p>Zugeordnete Stellplatzanlage und zusätzlich kostenlose Parkplätze entlang der Heilstättenstraße (südliche Straßenseite).</p> <p>Ergänzende Nutzungen aus dem Dienstleistungsbereich (Friseur, Arztpraxen, Reha, Physiotherapie) generieren zusätzliche Frequenzen.</p> <p>Hohe Nahpotenzialdichte (u.a. Geschosswohnungsbau) im direkten und näheren Standortumfeld.</p>	<p>Einehbarkeit des früheren nah&amp;gut-Supermarktes durch rückversetzte Lage und vorgelagerte Bebauung bzw. Baumreihen entlang der Heilstättenstraße aus westlichen und östlichen Richtungen eingeschränkt.</p> <p>Überschaubare Stellplatzanzahl auf zugeordneter Stellplatzanlage.</p> <p>Hoher Wettbewerbsdruck bzgl. möglicher Nachfolgenutzungen im Lebensmittelbereich durch unweit östlich gelegenes Nahversorgungszentrum Unterfürberg in Verbindung mit fehlenden Flächenpotenzialen innerhalb des Nahversorgungszentrums Oberfürberg schränkt marktseitige Spielräume für eine Reaktivierung der aktuell leer stehenden Fläche des früheren nah&amp;gut-Supermarktes deutlich ein.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Städtebaulich integriertes und räumlich kompaktes Nahversorgungszentrum, das sich gut in die baulichen Strukturen im Umfeld einfügt.</p>	-
<b>Verkehr</b>	<p>Sehr gute Pkw-Erreichbarkeit innerhalb des Stadtteils Oberfürberg und aus dem gesamten westlichen Fürther Stadtgebiet gegeben.</p> <p>Sehr gute ÖPNV-Anbindung über Haltestelle Heilstättensiedlung im direkten nördlichen Standortumfeld mit regelmäßiger Bedienung (kurze Taktung) festzustellen.</p> <p>Gute fußläufige und radmobile Erreichbarkeit aus den Wohngebieten im Umfeld u.a. über parallel zur Heilstättenstraße verlaufende Fußwege, abgeteilte Radspuren sowie Querungshilfen im Einmündungsbereich Eichenstraße/Heilstättenstraße (mit Ampelsteuerung) und auf Höhe der Bushaltestelle.</p>	-

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Perspektivischer Zuwachs an Wohnbevölkerung verbreitert Potenzialplattform für mögliche Einzelhandelsnutzungen.	Wegfall der noch verbliebenen kleinteiligen Nahversorgungsangebote (Bäckerei, Apotheke) wegen Konkurrenzsituation im unweit östlich gelegenen Nahversorgungszentrum Unterfürberg.
<b>Städtebau</b>	-	Eintreten von Trading-Down-Effekte im Falle eines längerfristigen Leerstands (ehem. nah&gut) und möglicher weiterer Leerstände im direkten Standortumfeld.
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p><b>Im Zuge der Schließung des kleinflächigen nah&amp;gut-Supermarktes, welcher das Rückgrat der örtlichen Nahversorgung im Stadtteil Oberfürberg bildete, kann das gleichnamige Nahversorgungszentrum seine zugeordnete Versorgungsfunktion aufgrund der noch verbliebenen kleinteiligen Nutzungen (Bäckerei, Apotheke) allenfalls noch ansatzweise erfüllen. Eine qualifizierte Grundversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs ist hingegen nicht mehr gewährleistet. Hierfür muss auf das wenige Kilometer östlich gelegene Nahversorgungszentrum Unterfürberg ausgewichen werden, das für mobile Bevölkerungsgruppen mit dem Pkw, dem Fahrrad und öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreicht werden kann. Die aktuellen standort- und immobilenseitigen Rahmenbedingungen sowie die angespannte lokale Wettbewerbssituation - vor allem im Hinblick auf das nahe gelegene NVZ Unterfürberg - erschweren deutlich die Realisierung einer nach heutigen Maßstäben wirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächengröße für ein qualifiziertes Grundversorgungsangebot. Gleichwohl wäre die Etablierung eines zusätzlichen Nahversorgungsangebotes zur Verbesserung der Versorgungssituation im Stadtteil Oberfürberg und in der Heilstättensiedlung sowie zur Stabilisierung der noch vorhandenen Anbieter nach wie vor wünschenswert. Um die Chancen für eine 'Wiederbelebung' besser einschätzen können, ist daher zu empfehlen, zunächst die konkreten Versorgungsbedarfe der Bevölkerung in Oberfürberg und in der Heilstättensiedlung vor Ort in Erfahrung zu bringen (z.B. im Rahmen einer Befragung). Danach kann über die marktseitigen Realisierungschancen der gewünschten Nutzungen, auch vor dem Hintergrund der standort- und immobilenseitigen Rahmenbedingungen besser befunden werden. Zur städtebaulichen Absicherung einer möglichen Entwicklung empfehlen die Gutachter, das NVZ Oberfürberg als Bestandteil der Fürther Zentrenstruktur auch weiterhin zu berücksichtigen. Um die Versorgung weniger mobiler Bevölkerungsgruppen in Oberfürberg zwischenzeitlich zu verbessern, sollte zusätzlich auch in Richtung alternativer Versorgungsmodelle 'nachgedacht' werden.</b></p>	

### 3.3.5 Nahversorgungszentrum Unterfürberg

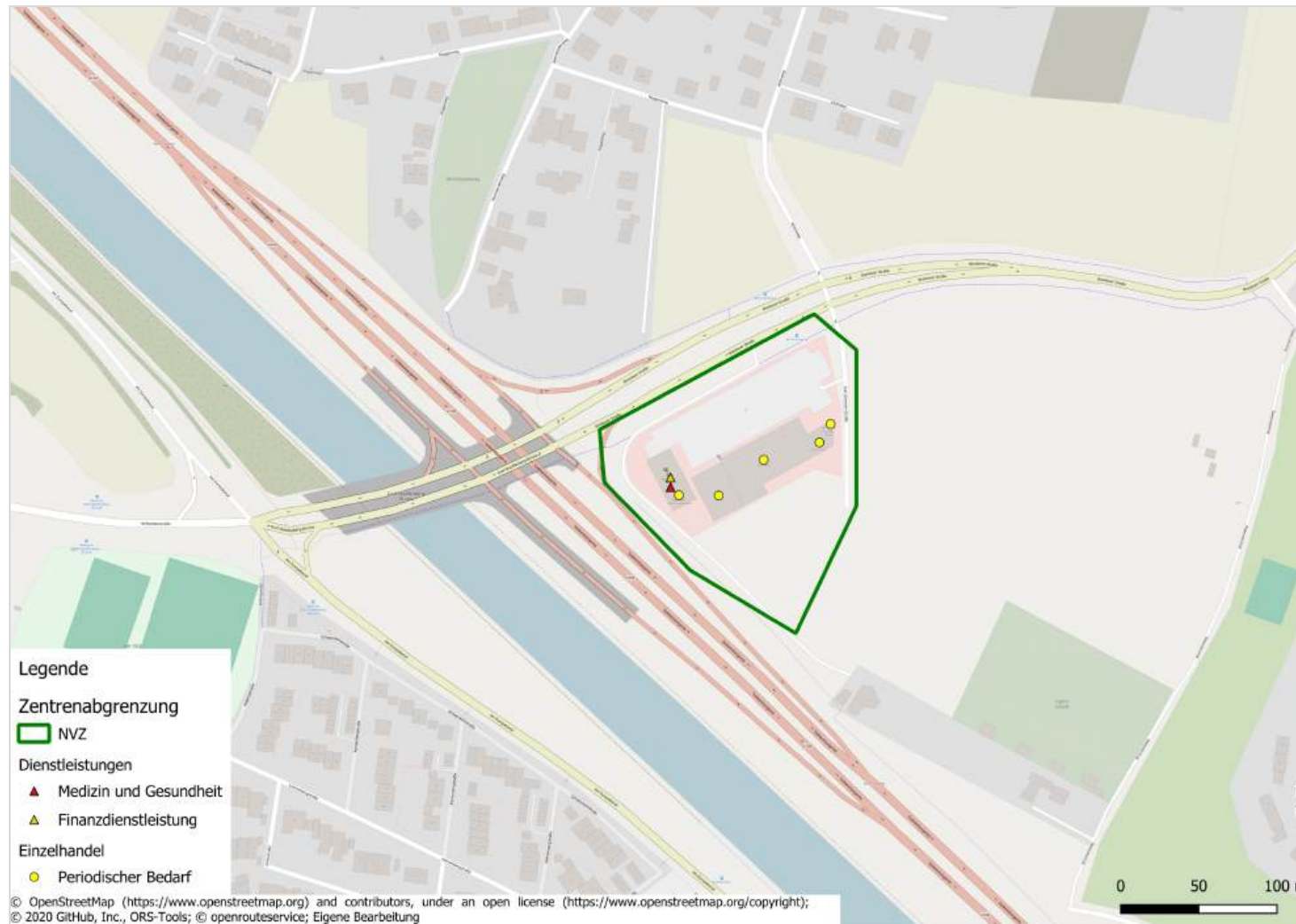
<b>Lage</b>	Im Westen des Fürther Stadtgebiets im Stadtteil Unterfürberg zwischen der Breslauer Straße, Kurt-Scherzer-Straße und Südwesttangente gelegen.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Aufgelockerte Wohnbebauung im Wechsel mit landwirtschaftlich genutzten Flächen bzw. Grünzügen im nördlichen und östlichen Standortumfeld. Südlich schließen sich landwirtschaftlich genutzte Flächen, die Südwesttangente und der Main-Donau-Kanal an. In westlicher Richtung grenzt das Nahversorgungszentrum an die Südwesttangente, im weiteren westlichen Verlauf erstrecken sich Wohngebiete (Eschenau, Heilstättensiedlung, Oberfürberg), der Fürther Stadtwald sowie landwirtschaftlich genutzte Flächen (zwischen Oberfürberg und Main-Donau-Kanal).
<b>Planungen</b>	Wohnbebauung im Reichsbodenfeld; Erweiterung der Anbieter dm und Norma.



Blick von der Hauptverkehrsachse Breslauer Straße nach Westen



Blick von der Hauptverkehrsachse Breslauer Straße nach Osten



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
<b>I</b> Periodischer Bedarf	1.275
<b>II</b> Persönlicher Bedarf	100
<b>III</b> Medien und Technik	50
<b>IV</b> Spiel, Sport, Hobby, gesamt	50
<b>V</b> Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	50
<b>VI</b> Einrichtungsbedarf	25
<b>VII</b> Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	50
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>1.600</b>

Abbildung 37: Räumliche Verteilung und Besatzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel und Dienstleistung im NVZ Unterföhrberg

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Perspektivischer Zuwachs an Nahpotenzial durch Wohnbauentwicklung im Bereich des direkt östlich angrenzenden Reichsbodenfelds stärkt absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit bestehender Anbieter.</p> <p>Qualifizierte Ergänzung des Nahversorgungsangebotes durch einen Lebensmittelvollsortimenter.</p>	-
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das Nahversorgungszentrum Unterfürberg gewährleistet mit seinem am südlichen Ortsrand situierten periodischen Angebot (Norma, Bäckerei, Metzgerei, dm Drogeriemarkt) nebst ergänzendem Dienstleistungsbesatz (Sparkasse, gesundheitsorientierte Angebote) eine qualifizierte, wohnortnahe Grundversorgung für Unterfürberg und übernimmt darüber hinaus auch eine wichtige Versorgungsfunktion für die östlich bzw. südöstlich gelegenen Stadtteile Westvorstadt und Dambach sowie insbesondere auch für den westlich des Main-Donau-Kanals gelegenen Stadtteil Oberfürberg, der nach Schließung des dortigen kleinen nah&amp;gut-Supermarktes im Zentrum derzeit über kein qualifiziertes Nahversorgungsangebot verfügt. Nachdem eine Wiederansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters aufgrund der immobilien- und standortseitig problematischen Rahmenbedingungen und fehlender Flächenspielflächen mit hoher Wahrscheinlichkeit auszuschließen ist, erscheint es daher sinnvoll, diesen Betriebstyp in marktgängiger und absatzwirtschaftlich tragfähiger Größenordnung im direkten Umfeld des heutigen Nahversorgungszentrums Unterfürberg zu platzieren und dieses entsprechend zu erweitern. Mit diesem zusätzlichen Angebot würde das Nahversorgungszentrum eine deutliche Aufwertung erfahren und könnte somit seiner Versorgungsfunktion innerhalb des westlichen Fürther Stadtgebiets perspektivisch noch besser gerecht werden.</p>	

### 3.3.6 Nahversorgungszentrum Burgfarnbach

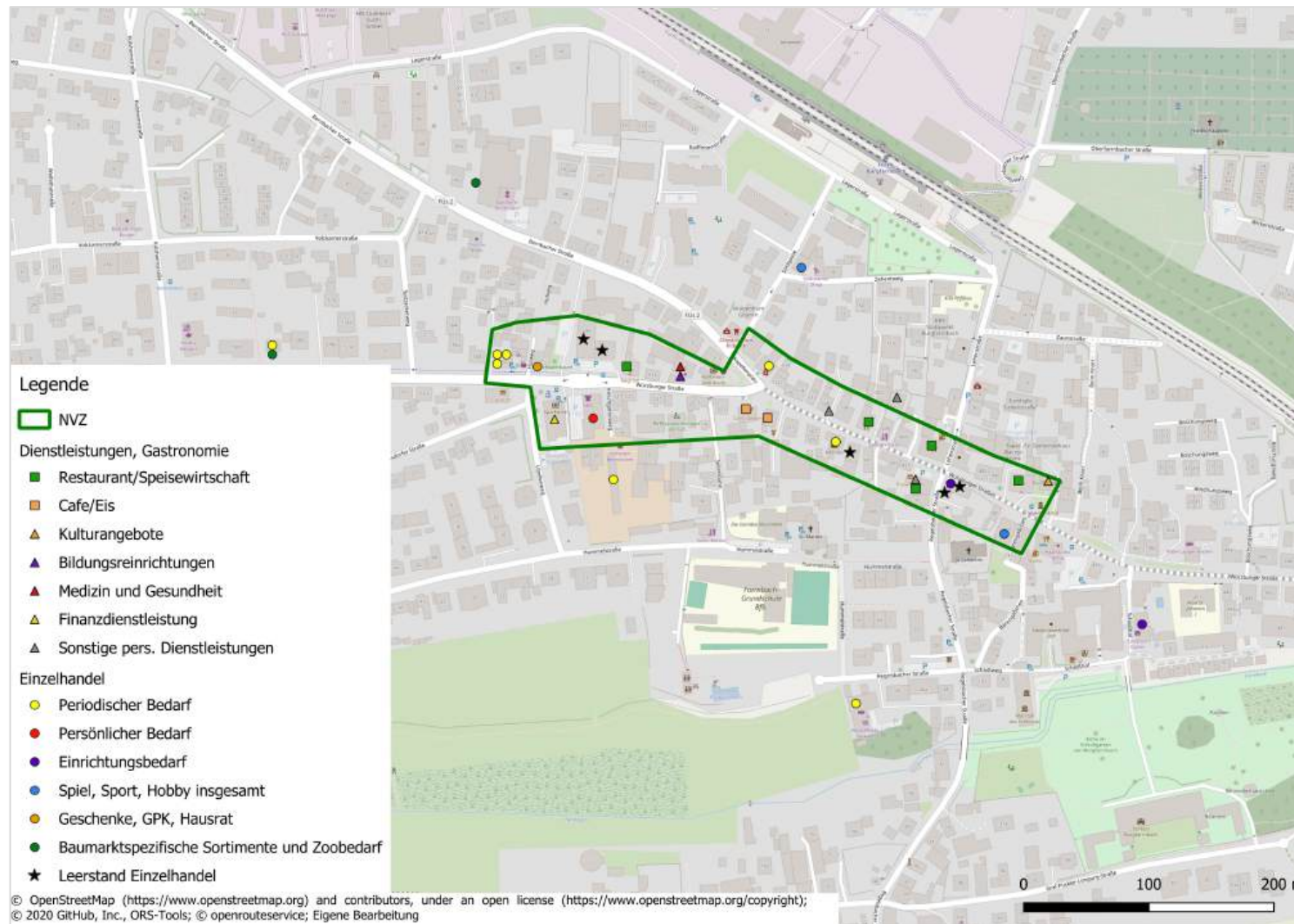
<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum befindet sich im westlichen Fürther Stadtteil Burgfarnbach in zentraler Lage entlang der Würzburger Straße (in etwa Abschnitt zwischen Einmündung Beim Knorr im Osten und Einmündung Libellenweg im Westen ) unter Einschluss des Einmündungsbereichs Bernbacher Straße.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Überwiegend Wohnbebauung mit vereinzelt Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen (u.a. Fahrradläden Endurance, e bike box, Blumen Diezemann, Wohnenswert-Einrichten mit Charakter, AWO Wohnstift) sowie öffentlichen Einrichtungen (Farnbach-Grundschule, Stadtarchiv im Burgfarnbacher Schloss).
<b>Planungen</b>	Neubau am früheren Norma-Standort mit Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss vorgesehen (B-Plan in Aufstellung).



Blick auf Projektstandort (ehem. Norma u. Bäckerei) in östlicher Richtung



Blick von der Würzburger Straße in östlicher Richtung



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	150
II Persönlicher Bedarf	250
III Medien und Technik	0
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	75
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	25
VI Einrichtungsbedarf	100
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	0
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>600</b>

Abbildung 38: Räumliche Verteilung und Besatzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im NVZ Burgfarnbach

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Umfassendes Angebot im Bereich des Ladenhandwerks (Bäckerei, Metzgerei, Apotheke), ergänzender kleinteiliger Besatz (Obst- und Gemüseladen, E-Zigaretten). Metzgerei mit ergänzendem Click&amp;Collect-Angebot. Vereinzelter aperiodischer Besatz, z.T. mit Zielkundenorientierung (u.a. NKD, Bieni's Basteloase, Raumausstattung Schrenk) und arondierende Angebote aus dem Dienstleistungsbereich (Sparkasse, Postagentur).</p>	<p>Insgesamt geringe Angebotsdichte im Einzelhandel. Lückenhaftes Nahversorgungsangebot. Deutlicher Wettbewerbsdruck durch Lebensmittelangebote im näheren und weiteren Umfeld (Netto, Breiter Steig, Nahversorgungszentrum Hintere Straße).</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Städtebaulich attraktiver Einmündungsbereich Bembacher/Würzburger Straße mit hoher Aufenthaltsqualität (Sitzmöglichkeiten, Bepflanzung, Brunnen).</p>	<p>Mehrjähriger Leerstand (Norma, Der Beck). 'Geringe Aufenthaltsqualität im östlichen Abschnitt bedingt durch geringe Gehsteigbreiten, Verkehrsfrequenz. 'Flickwerk' im Straßenbelag mindert optischen Gesamteindruck.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute Pkw-Erreichbarkeit über Würzburger und Bembacher Straße gegeben. Parkmöglichkeiten entlang der Würzburger Straße. Gute ÖPNV-Anbindung u.a. über zentral gelegene Haltestelle Libellenweg mit regelmäßiger Bedienung Überwiegend gute fußläufige und radmobile Erreichbarkeit innerhalb des Zentrums und aus den umliegenden Wohngebieten.</p>	<p>Z.T. sehr schmale Gehsteigbreiten im östlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums</p>

	CHANCEN	RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Sicherung und Ausbau des vorhandenen Nahversorgungsangebots, dadurch auch Stabilisierung des gesamten Einzelhandelsbestands.	Ausbau der Wettbewerbsstandorte Am Breiten Steig bzw. Hintere Straße durch Neuansiedlungen schränkt Entwicklungsspielräume zusätzlich ein.
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT</b>	<p>Das Nahversorgungszentrum Burgfarrnbach kann seit Schließung der Norma-Filiale (nebst Bäckerei) seine zugewiesene Versorgungsfunktion nur noch teilweise erfüllen. Die noch vorhandenen Betriebe aus dem Ladenhandwerk nebst ergänzendem kleinteiligem Nahversorgungsbesatz gewährleisten zumindest ansatzweise eine Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs und sind dementsprechend in ihrem Fortbestand zu stützen. Mit der geplanten baulichen Neugestaltung des früheren Norma-Standorts (mit Einzelhandelsflächen im Erdgeschoss) werden die Rahmenbedingungen für eine einzelhändlerische Wiederbelebung des Burgfarrnbacher Ortszentrums deutlich verbessert. Ob sich angesichts der perspektivisch attraktiveren Rahmenbedingungen die Ansiedlung eines 'klassischen' größer- bzw. großflächigen Lebensmittelangebots realisieren lässt, bleibt angesichts nahegelegener Wettbewerbsstandorte abzuwarten. Alternativ wäre auch ein (Spezial-) Angebot im Lebensmittelbereich, das die hohe Kaufkraft in Burgfarrnbach entsprechend adressiert, durchaus denkbar. Zur Aufrechterhaltung der Entwicklungsspielräume im Burgfarrnbacher Ortszentrum ist grundsätzlich zu empfehlen, von einem Ausbau der Wettbewerbsstandorte Am Breiten Steig bzw. Hintere Straße durch Neuansiedlungen abzusehen.</p>	

### 3.3.7 Nahversorgungszentrum Hintere Straße

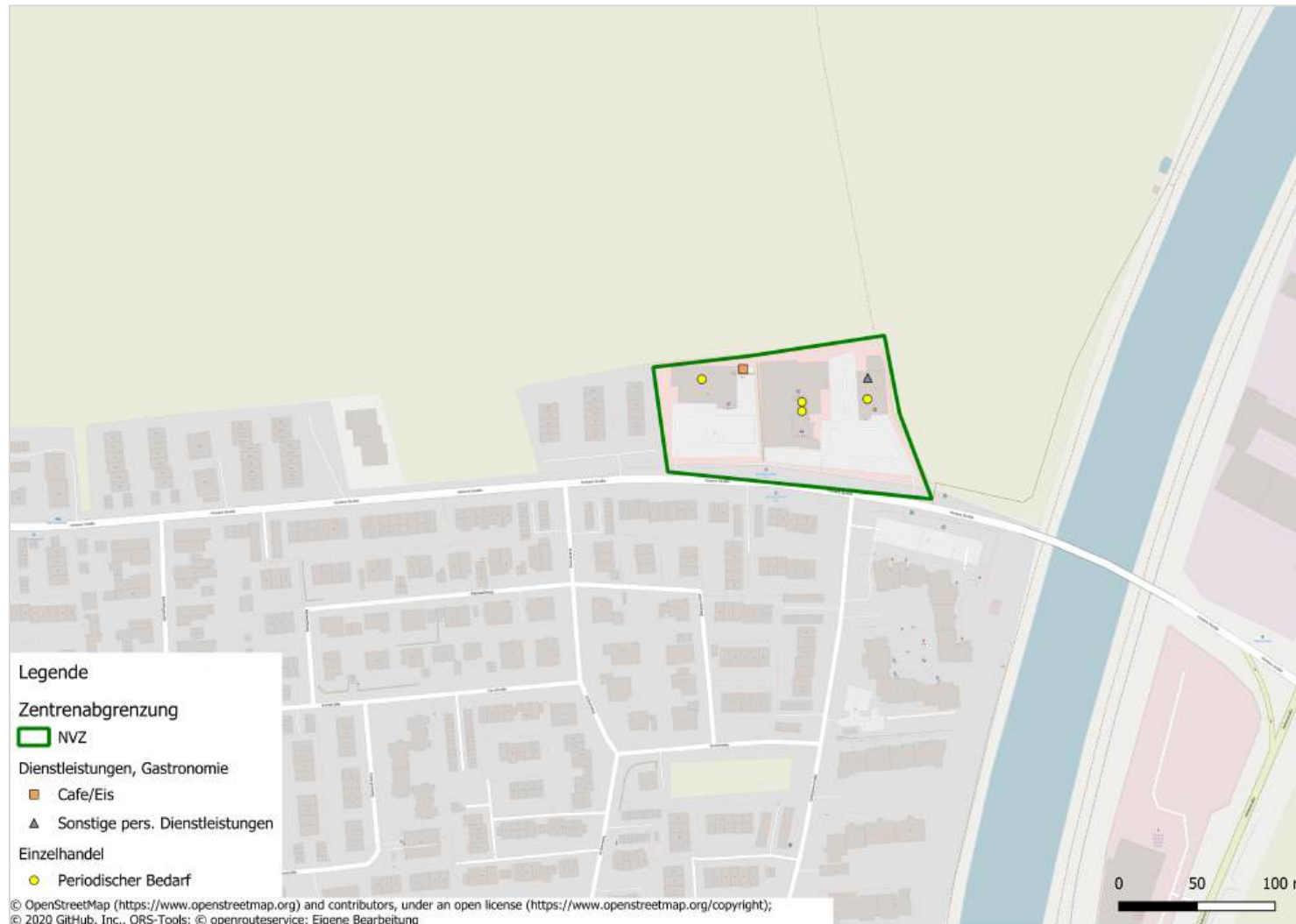
<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum Hintere Straße befindet sich im Westen des Fürther Stadtgebiets im Nordosten des Stadtteils Burgfarnbach an der Hintere Straße, die in östlicher Richtung über den Main-Donau-Kanal führt und die Anbindung an den östlich gelegenen Stadtteil Unterfarnbach gewährleistet.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	In nördlicher Richtung schließen sich landwirtschaftlich genutzte Flächen an, nach Osten bildet der Main-Donau-Kanal eine markante topografische Zäsur. In südlicher und westlicher Errichtung erstrecken sich Wohngebiete des Stadtteils Burgfarnbach.
<b>Planungen</b>	Erweiterung des Penny-Lebensmitteldiscounters vorgesehen.



Blick von der Hintere Straße auf Edeka-Standort und Parkplatz- bzw. -ausfahrt in westlicher Richtung



Blick auf Eingangsbereich des Penny-Lebensmitteldiscounters in nördlicher Richtung



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
<b>I</b> Periodischer Bedarf	1.675
<b>II</b> Persönlicher Bedarf	50
<b>III</b> Medien und Technik	25
<b>IV</b> Spiel, Sport, Hobby, gesamt	25
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik,	
<b>V</b> Hausrat	25
<b>VI</b> Einrichtungsbedarf	0
Baumarktspezifische Sortimente und Zoobe-	
<b>VII</b> darft	50
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>1.850</b>

Abbildung 39: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im NVZ Hinterer Straße

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	Anbieter Edeka (Supermarkt mit integriertem Bäckerei-Café u. Getränkemarkt) und Penny gewährleisten ein für die Versorgungsfunktion (insb. Burgfarnbach, Unterfarnbach) qualifiziertes Nahversorgungsangebot.	Einsehbarkeit/Fernwirkung der Anbieter Edeka und Penny wird durch rückversetzte Lage der Immobilien und parallel zur Hinteren Straße verlaufenden Baumreihe leicht eingeschränkt.
<b>Städtebau</b>	Nahversorgungszentrum fügt sich aufgrund der Traufhöhe der Einzelhandelsimmobilien und der Baumreihe entlang der Hinteren Straße städtebaulich harmonisch in die südlich und westlich umliegenden Wohnstrukturen ein.	Wesentliche Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs (Nutzungsmix, ergänzende Angebote aus dem Dienstleistungsbereich, baulich-funktionaler Zentrencharakter) werden nicht erfüllt. Bauliche Trennung der Stellplatzanlagen von Edeka und Penny erfordern ggf. 'Umsetzen' des Pkws.
<b>Verkehr</b>	Sehr gute Pkw-Erreichbarkeit über die Hintere Straße gegeben, problemlose Zu- und Abfahrt in bzw. von den zugeordneten ausreichend dimensionierten Stellplatzanlagen möglich. ÖPNV-Anbindung (Haltestelle Burgfarnbach-Ost) auf Standorthöhe mit regelmäßiger Bedienung zu den Hauptgeschäftszeiten. Sehr gute fußläufige und radmobile Erreichbarkeit aus dem südlich angrenzenden Wohngebiet über parallel zur Hinteren Straße verlaufende Fußwege (mit Freigabe für Radfahrer) sowie Querungshilfen auf Standorthöhe festzustellen. Standortbereiche Edeka und Penny sind fußläufig miteinander verbunden.	-

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Flächenpotenziale für Erweiterungen im Bestand grundsätzlich vorhanden.	Erweiterung um zusätzliche Nahversorgungsangebote über den heutigen Bestand hinaus (Neuansiedlung) schränkt Entwicklungschancen anderer Nahversorgungszentren (insb. NVZ Burgfarnbach) ein.
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das gleichermaßen verkehrs- wie nahpotenzialorientiert gelegene Nahversorgungszentrum Hintere Straße gewährleistet mit einem modernen Edeka-Supermarkt (inkl. Bäckerei und separatem Getränkemark) und einem Penny Lebensmitteldiscounter eine qualifizierte Nahversorgung v.a. der in Burgfarnbach lebenden Wohnbevölkerung sowie auch hinsichtlich des derzeit unterversorgten Stadtteils Unterfarnbach. Dank seiner sehr guten fußläufigen wie radmobilen Anbindung aus den umliegenden Wohnquartieren und der vorbildlichen ÖPNV-Anbindung auf Standorthöhe stellt das Nahversorgungszentrum auch eine wichtige Einkaufsdestination für weniger mobile Bevölkerungsgruppen dar. Diese skizzierte Versorgungsfunktion gilt es auch zukünftig zu erhalten. In diesem Zusammenhang sind perspektivische Erweiterungen zur Absicherung des vorhandenen Nahversorgungsbesatzes (vgl. Erweiterungsplanung Penny) aus Gutachtersicht grundsätzlich zu ermöglichen, sofern der Nachweis der Zentrenverträglichkeit erbracht wird. Eine Erweiterung des Nahversorgungszentrums um zusätzliche periodische Angebote (Neuansiedlung) ist hingegen nicht angezeigt, um mögliche Entwicklungschancen anderer Nahversorgungszentren (insb. im Ortskern von Burgfarnbach) nicht einzuschränken.</p>	

### 3.3.8 Nahversorgungszentrum Gründlacher Straße

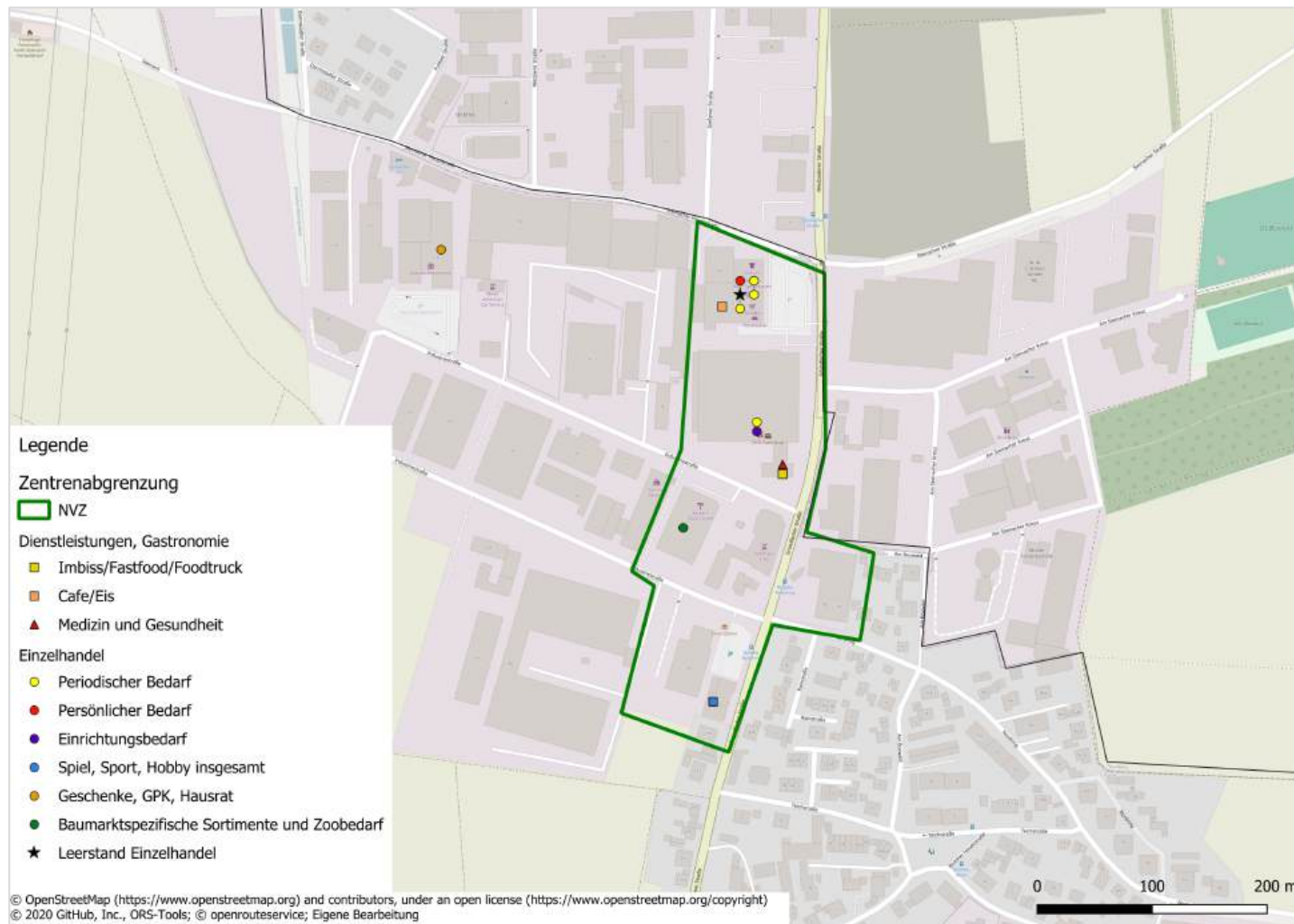
<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum Gründlacher Straße befindet sich im Ortsteil Bislohe direkt an der Stadtgrenze zu Nürnberg und erstreckt sich ausgehend vom Kreuzungsbereich Steinacher/Gründlacher Straße in südlicher Richtung entlang der Gründlacher Straße (unter Einschluss von Teilbereichen der Industriestraße bzw. Nordring) bis auf Höhe eines Fahrradmarktes.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Gewerbliche Nutzungen dominieren das nördliche, östliche und westliche Umfeld. In südlicher Richtung schließt sich ein Wohngebiet an.
<b>Planungen</b>	Keine aktuellen Planungen bekannt.



Blick auf Stellplatzanlage und Fachmarktriangel in südwestlicher Richtung



Blick von der Zufahrtsstraße Gründlacher Straße in nördlicher Richtung (Parkplatzzu- und -abfahrten von Skan-Design Lagerverkauf und Norma linker Hand)



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	1.625
II Persönlicher Bedarf	300
III Medien und Technik	50
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	275
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0
VI Einrichtungsbedarf	325
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	225
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>2.800</b>

Abbildung 40: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im NVZ Grundlacher Straße

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Das Nahversorgungszentrum bietet mit dem Lebensmitteldiscounter Norma und ergänzendem Nahversorgungsbesatz (Bäckerei, Feinkost) sowie einem weiter südlich gelegenen Getränkemarkt eine für die näher gelegenen Wohnstandorte angemessene und qualifizierte Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs.</p> <p>Überwiegend zielkundenorientierte Angebote aus den aperiodischen Sortimentsbereichen Bekleidung/Wäsche (Comazo), Möbel- und Einrichtungsbedarf (Skan-Design Lagerverkauf), Fahrrad (2RadFabrik) und Baumarktsortimente (Farben Holz) runden das Einzelhandelsangebot ab.</p>	<p>Bedingt durch die Entfernung zwischen dem Angebotsschwerpunkt im Norden des Nahversorgungszentrums und der Wohnbebauung im Süden keine vollständige Abdeckung des Ortsteils Bislohe mit qualifizierten fußläufig erreichbaren Nahversorgungsangeboten möglich.</p>
<b>Städtebau</b>	-	<p>Aufgrund der stark gewerblich geprägten Nutzungsstrukturen mit entsprechenden 'Begleiterscheinungen' (Stichwort Lkw-Verkehr) Aufenthaltsqualität für Fußgänger deutlich eingeschränkt.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute Pkw-Erreichbarkeit aus dem Wohngebiet des Ortsteils Bislohe sowie den südöstlich gelegenen derzeit unterversorgten Ortsteilen Sack und Braunsbach ergeben.</p> <p>Problemlose direkte Zu- und Abfahrt über die Gründlacher Straße möglich.</p> <p>Gute ÖPNV-Anbindung über die Haltestelle 'Bislohe-Nordring' mit regelmäßiger Bedienung festzustellen.</p> <p>Beidseitig entlang der Gründlacher Straße verlaufende Fußwege und ampelgesicherte Querungsmöglichkeit auf Höhe der Norma erlauben eine gute fußläufige Erreichbarkeit der Nahversorgungsangebote.</p>	<p>Z.T. geringe Gehsteigbreiten entlang der Gründlacher Straße.</p> <p>Fußwegverbindung zwischen Ampel im Kreuzungsbereich Steinacher/Gründlacher Straße und Stellplatzanlage nicht barrierefrei.</p>

	CHANCEN	RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Flächenpotenziale für eine Erweiterung des Nahversorgungsstandorts durch anmietbare ehem. Wohnorama-Immobilie im direkten südlichen Standortumfeld des Normamarktes grundsätzlich vorhanden.	Erhöhte Wettbewerbsanfälligkeit gegenüber leistungsfähiger 'bestückten' Nahversorgungszentren in Fürth bzw. Wettbewerbsstandorten in Nürnberg-Boxdorf durch vergleichsweise eingeschränktes Nahversorgungsangebot.
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das Nahversorgungszentrum Gründlacher Straße gewährleistet mit seinem am nördlichen Rand situierten periodischen Angebot (Norma, Bäckerei, Feinkost) eine qualifizierte, wohnortnahe Grundversorgung insbesondere der im Ortsteil Bislohe lebenden Bevölkerung und beherbergt darüber hinaus einige weitere aperiodische Angebote mit überwiegendem Zielkundencharakter. Aufgrund der bereits recht deutlichen Distanz zwischen dem Angebotsschwerpunkt und den Wohngebieten im Süden ist eine fußläufige Erreichbarkeit der Nahversorgungsangebote für die dort lebende Bevölkerung jedoch nicht vollumfänglich gegeben. Demgegenüber ist die Pkw-Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums sowohl aus dem Ortsteil Bislohe als auch aus den südöstlich gelegenen Ortsteilen Sack und Braunsbach, die beide über keine qualifizierten Nahversorgungsangebote verfügen, problemlos möglich. Angesichts der vergleichsweise 'dünnen Nahpotenzialdecke' und der lokalen Wettbewerbssituation erscheint eine durchaus wünschenswerte Ergänzung des Angebotsspektrums z.B. in Richtung Lebensmittel-Vollsortiment unter absatzwirtschaftlichen Gesichtspunkten jedoch wenig aussichtsreich. Insofern steht hier aus Gutachtersicht die Absicherung des vorhandenen Nahversorgungsangebots im Vordergrund. Eine Neuansiedlung von Angeboten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ohne Nahversorgungsrelevanz (z.B. im Rahmen von Nachnutzungen am früheren Wohnorama-Standort) ist zum Schutz des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und seiner Entwicklungsspielräume hingegen auszuschließen. Neuansiedlungen mit Sortimentsschwerpunkt im nicht zentrenrelevanten Bereich (z.B. im Rahmen von Nachfolgenutzungen) können jedoch in Betracht kommen, unter der Maßgabe der Zentrenverträglichkeit möglicher zentrenrelevanter Randsortimente (Einzelfallprüfung).</p>	

### 3.3.9 Nahversorgungszentrum Stadeln

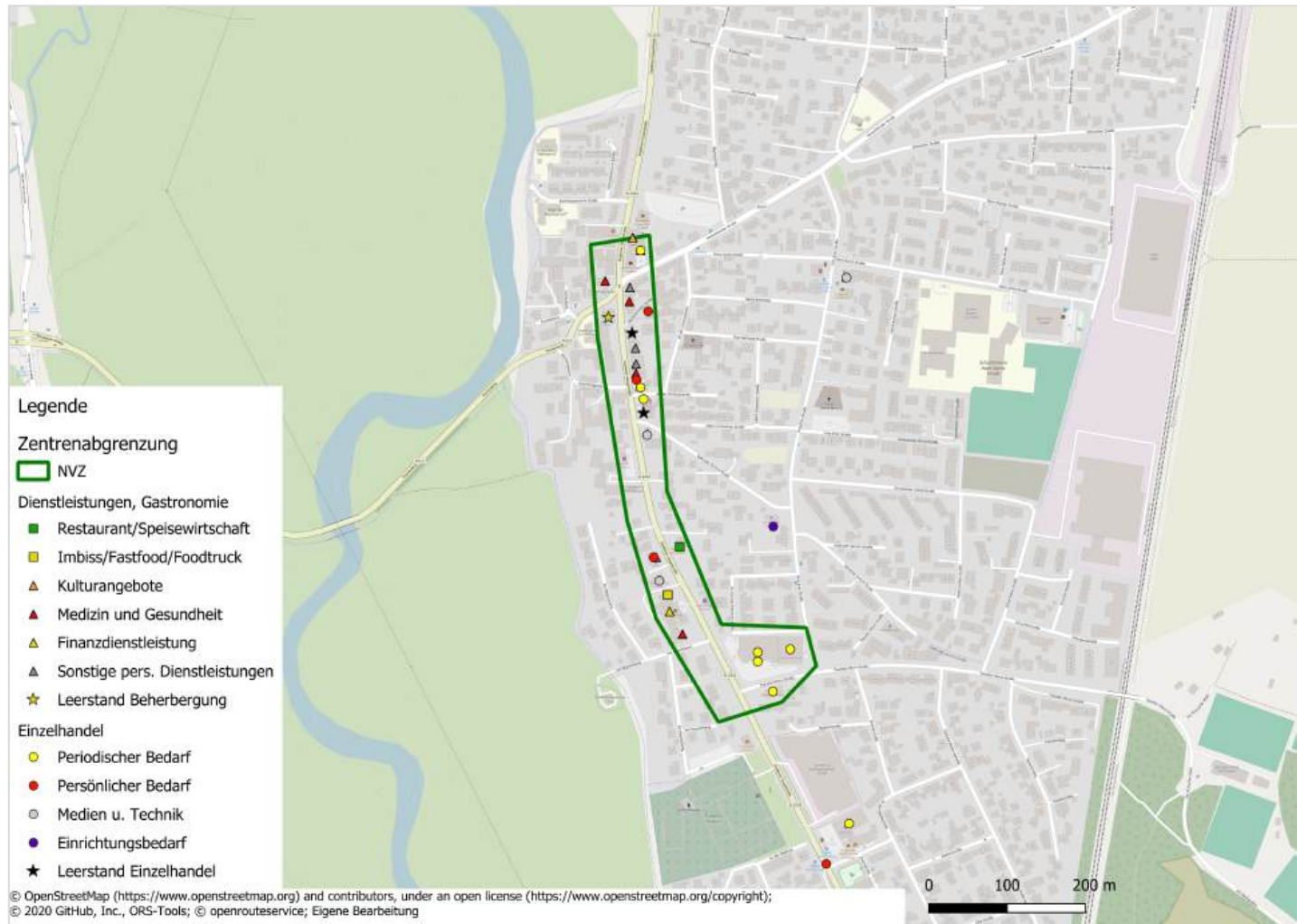
<b>Lage</b>	<p>Das Nahversorgungszentrum befindet sich im nördlichen Fürther Stadtteil Stadeln und erstreckt sich entlang der Stadelner Hauptstraße von der Einmündung der Theodor-Heuss-Straße im Süden bis zur Abzweigung Herboldshofer Straße im Norden.</p>
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	<p>In nördlicher Richtung schließen sich Wohngebiete mit vereinzelt Dienstleistungsnutzungen und landwirtschaftlich genutzte Flächen im Überschwemmungsgebiet der Regnitz an. In östlicher Richtung erstrecken sich ausgedehnte Wohngebiete mit punktuell Dienstleistungsbesatz und einigen öffentlichen Einrichtungen (u.a. Grundschule Hans-Sachs-Straße, Stadelner Hallenbad). Die südlichen Umfeldstrukturen werden vorwiegend durch Wohnnutzungen mit vereinzelt Gewerbebetrieben und Dienstleistungsangeboten geprägt. Direkt westlich schließt sich Wohnbebauung an, im weiteren westlichen Verlauf erstrecken sich die Auenbereiche der Regnitz.</p>
<b>Planungen</b>	<p>Keine aktuellen Planungen bekannt.</p>



Blick von der Stadelner Hauptstraße in nördlicher Richtung (Edeka-Supermarkt, Apotheke rechter Hand)



Blick von der Stadelner Hauptstraße in südlicher Richtung



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	1.375
II Persönlicher Bedarf	350
III Medien und Technik	75
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	0
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	50
VI Einrichtungsbedarf	0
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	25
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>1.875</b>

Abbildung 41: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im NVZ Stadeln

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	<p>Qualifizierte Versorgung der Wohnbevölkerung im Umfeld durch Edeka Supermarkt (inkl. Bäckerei Fuchs) und Getränkemarkt, Adler Apotheke sowie kleinteilige Angebote (Kalchreuther Bäcker, Presse Erlwein, Obst u. Gemüse Kleinlein) gegeben.</p> <p>Zusätzliche aperiodische Angebote (zwei Standorte des Stadelner Modehauses, Blahout Bürotechnik, Hörspectrum Fiedler, K 53 Fashion) runden den überwiegend nahversorgungsorientierten Einzelhandelsbesatz ab und generieren zusätzliche Kundenfrequenzen (Zielkunden).</p>	<p>Ladenleerstände im nördlichen Abschnitt und zwischenzeitlich umgenutzte frühere Einzelhandelsgeschäfte zeugen von schwierigen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel im nördlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums.</p> <p>Über die gesamte Nord-Süd-Länge Nutzungsunterbrechungen und Besatzlücken im Einzelhandel entlang der Stadelner Hauptstraße.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Vorhandene Dienstleistungs- und Gastronomieangebote (u.a. Sparkasse Fürth, Bürgeramt, Volksbücherei, Friseur, Kosmetikstudio, Arztpraxen, Steuerberater, Therapiezentrum Stadeln, Restaurant Alexander der Große) unterstreichen Zentrencharakter.</p>	<p>Leerstände bzw. Mindernutzungen (Gästehaus Kalb, Metzgerei Amm-Fein) im nördlichen Abschnitt auf Höhe der Einmündung Fischerberg 'trüben' Aufenthaltsqualität in diesem Bereich.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute Pkw-Erreichbarkeit über Stadelner Hauptstraße, Herboldshofer Straße und Fischerberg aus allen Himmelsrichtungen gegeben.</p> <p>Parkmöglichkeiten über Kundenparkplätze und Straßenrandparkplätze, auch vor den Geschäften, vorhanden.</p> <p>Gute ÖPNV-Anbindung über mehrere Haltestellen (Fischerberg, Gebrüder Grimm-Str., Stadeln Waldschänke) gegeben.</p> <p>Gute radmobile und fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten festzustellen.</p> <p>Großzügig bemessene radfahrer- und familienfreundliche Querungshilfen im südlichen Bereich des Nahversorgungszentrums an der Stadelner Hauptstraße vorhanden.</p>	<p>Hohe Verkehrsbelastung entlang der Stadelner Hauptstraße und insbesondere im versetzten Kreuzungsbereich Fischerberg/Stadelner Hauptstraße/Herboldshofer Straße mindert Aufenthaltsqualität.</p>

CHANCEN		RISIKEN
Einzelhandel	-	Weiterer Rückgang des Einzelhandelsbesatzes im nördlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums.
Städtebau	-	-
Verkehr	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Der im Süden des Nahversorgungszentrums Stadeln gelegene Edeka-Supermarkt (inkl. Bäckerei und Getränkemarkt) gewährleistet im Zusammenspiel mit weiterem kleinteiligem Nahversorgungsbesatz im direkten Umfeld (Adler Apotheke) bzw. im nördlichen Abschnitt (Presse Erlwein, Kalchreuther Bäcker, Obst u. Gemüse Kleinlein) eine qualifizierte Versorgung der im Umfeld lebenden Wohnbevölkerungen mit Gütern des täglichen Bedarfs und profitiert darüber hinaus von seiner gleichermaßen nahpotenzial- wie verkehrsorientierten Lage (Stichwort Pendlerachse aus bzw. in Richtung Erlangen). Zudem verfügt das Nahversorgungszentrum über weiteren zentrenrelevanten Einzelhandelsbesatz (z.B. im Bereich Bekleidung, Hörgeräteakustik, Bürotechnik), der das überwiegend nahversorgungsorientierte Angebot ergänzt und somit zur Belebung und funktionalen Durchmischung in Richtung eines Ortsteilzentrums beiträgt. Vor diesem Hintergrund sind perspektivische Maßnahmen zur Sicherung des vorhandenen Bestands, welche auch und gerade Erweiterungen umfassen, unter der Maßgabe der Zentrenverträglichkeit zu unterstützen. Dies gilt in erster Linie für den bestehenden Edeka-Supermarkt, welcher das 'Rückgrat' des Nahversorgungsbesatzes in Stadeln bildet und für den (Fort-) Bestand des Nahversorgungszentrums daher von maßgeblicher Bedeutung ist. Mit Blick auf die vorhandenen Ladenleerstände im nördlichen Bereich sind trotz der schwierigen Rahmenbedingungen (Verkehrbelastung und eingeschränkte Aufenthaltsqualität) weiterhin gewerbliche Nachnutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie) anderen Nutzungsoptionen zu bevorzugen, um den Nutzungsmix und damit die Stabilität des Nahversorgungszentrums zu fördern. In einzelhändlerischer Hinsicht können dabei auch kleinteilige Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in Frage kommen. Falls nach intensiver Prüfung der Machbarkeit jedoch gewerbliche Nachnutzungsoptionen ausscheiden, wäre im Einzelfall auch über einen Rückbau von Ladenlokalen (Wohnnutzung) 'nachzudenken'. Demgegenüber wäre die Neuansiedlung größer- bzw. großflächiger Angebote im Bereich nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanter Sortimente zum Schutz nahe gelegener integrierter Nahversorgungsstandorte (Norma, Werkstraße) sowie des innerstädtischen Einzelhandels und seiner Entwicklungsspielräume bauleitplanerisch zu unterbinden.</p>	

### 3.3.10 Nahversorgungszentrum Seeackerstraße

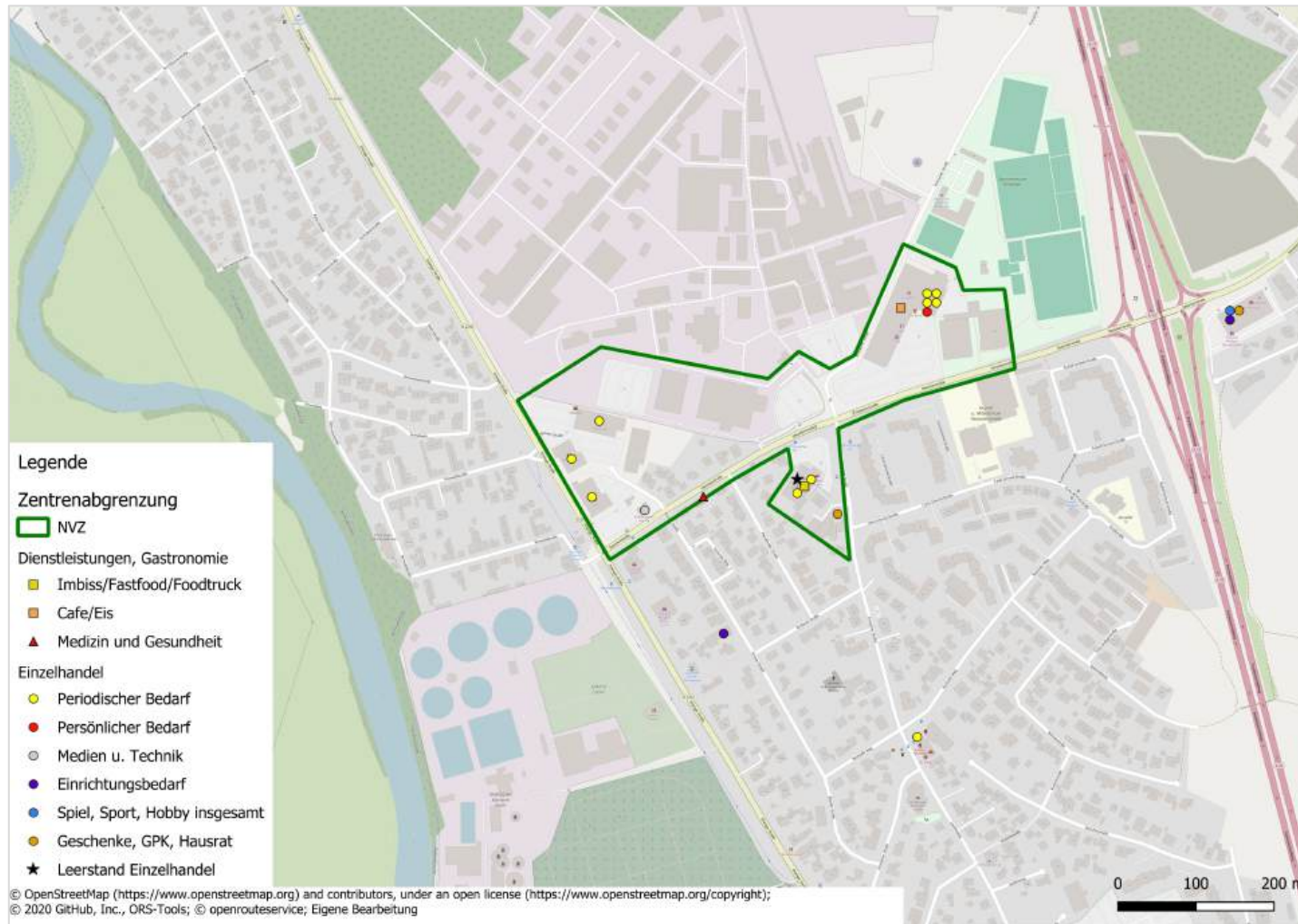
<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum Seeackerstraße erstreckt sich im Wesentlichen entlang des westlichen Abschnitts der Seeackerstraße zwischen den Sportanlagen der SpVgg Greuther Fürth im Osten und der Erlanger Straße im Westen und schließt Abschnitte der Kronacher Straße (zwischen Sportanlagen im Norden und der Einmündung Carlo-Schmid-Straße im Süden) und Erlanger Straße (zwischen Einmündung Spitzwiesenstraße im Norden und Seeackerstr. im Süden) mit ein.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	In nördlicher Richtung schließen sich Gewerbenutzungen an, nordwestlich (westlich der Erlanger Straße) erstreckt sich die Ronwaldsiedlung. Nach Osten grenzt das Nahversorgungszentrum an Sportanlagen der SpVgg Greuter Fürth an, im weiteren östlichen Verlauf bildet die BAB 73 eine markante städtebauliche Zäsur. Wohnnutzungen dominieren das nähere und weitere südliche Standortumfeld zwischen Erlanger Straße und BAB 73. Westlich der Erlanger Straße sind die städtische Kläranlage sowie der Fürther Friedhof situiert.
<b>Planungen</b>	Keine aktuellen Planungen bekannt.



Blick auf Stellplatzanlage, Fachmarktriegel und Eingang E-Center Scharrer in nördlicher Richtung



Blick von der Erlanger Straße in nördlicher Richtung (Parkplatz- und -abfahrten von Lidl, Rossmann und Aldi rechter Hand)



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	5.325
II Persönlicher Bedarf	775
III Medien und Technik	225
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	225
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	750
VI Einrichtungsbedarf	50
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	175
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>7.525</b>

Abbildung 42: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im NVZ Seeackerstraße

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	<p>Leistungsfähiger Nahversorgungsbesatz, der keine Angebotslücken erkennen lässt (E-Center Supermarkt mit Bäckerei, Lebensmitteldiscounter Netto (mit Bäckerei und Imbiss), Aldi und Lidl; Drogeriemärkte dm und Rossmann, Blumengeschäft, Zeitschriften- und Tabakladen). Arrondierende Angebote aus dem aperiodischen Bedarfsbereich (Tedi, Kik).</p>	<p>Einsehbarkeit/Fernwirkung von der Erlanger Straße aus nördlicher Richtung eingeschränkt durch vorgelagerten Baumbewuchs. Deutliche Sichteinschränkung des Magnetbetriebs E-Center durch rückversetzte Lage und vorgelagerten Baumbewuchs von der Seeackerstraße aus östlicher Richtung. Ergänzender Dienstleistungsbesatz nur punktuell vorhanden. Räumlich-funktionale Trennung zwischen Angebotsschwerpunkten erschwert fußläufige Kopplungskäufe und erfordert das Umsetzen des Pkws.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Angebotskonzentration und -vielfalt im Bereich des Magnetbetriebs E-Center mit gewissem Zentrencharakter.</p>	-
<b>Verkehr</b>	<p>Sehr gute lokale Pkw-Erreichbarkeit über Erlanger Straße, die unweit östlich gelegene Anschlussstelle 'Fürth-Ronhof' der BAB 73 sowie die Seeackerstraße gegeben. Problemlose direkte Zu- und Abfahrtsmöglichkeiten zu bzw. von den jeweiligen Stellplatzanlagen über die Seeackerstraße, Kronacher Straße und Erlanger Straße gegeben. Gute ÖPNV-Anbindung über Haltestellen 'Kronacher Straße' und 'Seeackerstraße' mit regelmäßiger Bedienung während der Hauptgeschäftszeiten festzustellen. Gute fußläufige und radmobile Anbindung der westlich und südlich gelegenen Wohngebiete über parallel zur Seeackerstraße verlaufende Fußwege, Fuß- und Radwege entlang der Erlanger Straße sowie beampelte Überquerungsmöglichkeiten im Kreuzungsbereich Seeackerstraße/Kronacher Straße bzw. im Einmündungsbereich Seeackerstraße/Erlanger Straße gegeben.</p>	<p>Direkte Anfahrt zum Lidl aus östlicher Richtung über die Seeackerstraße nicht möglich.</p>

	<b>CHANCEN</b>	<b>RISIKEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	Flächenpotenziale für bestandssichernde Erweiterungsmaßnahmen in gewissem Umfang grundsätzlich vorhanden.	Möglicher Ausbau (Neuansiedlung) des Nahversorgungszentrums schränkt Entwicklungschancen anderer Nahversorgungszentren ein.
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das gleichermaßen verkehrs- wie nahpotenzialorientiert gelegene Nahversorgungszentrum Seeackerstraße gewährleistet mit einem leistungsfähigen E-Center-Supermarkt (inkl. Bäckerei) nebst arrondierendem Einzelhandelsbesatz (Tedi, Kik), drei Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl, Netto), zwei Drogeriemärkten (Rossmann, dm), einem Blumengeschäft (1A Blumen) sowie einem Zeitschriften- und Tabakladen (mit Schreibwarenangebot) eine vollumfängliche, qualifizierte Nahversorgung v.a. der umliegenden Wohnquartiere (Am Ronhof, Ronwaldsiedlung) und bildet zugleich einen maßgeblichen Angebotsschwerpunkt im gesamten Fürther Norden. Diese Versorgungsfunktion gilt es auch zukünftig zu erhalten. Vor diesem Hintergrund sind perspektivische Erweiterungsvorhaben zur Absicherung des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes grundsätzlich zu ermöglichen, sofern der Nachweis der Zentrenverträglichkeit (Einzelfallprüfung) erbracht wird. Die Neuansiedlung zentrenrelevanter (auch nahversorgungsrelevanter) Angebote (z.B. im Rahmen von Nachnutzungen) außerhalb des aktuell gültigen baurechtlichen Rahmens ist zum Schutz anderer Nahversorgungszentren sowie des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und seiner Entwicklungsspielräume hingegen auszuschließen.</p>	

### 3.3.11 Nahversorgungszentrum Südstadt-Center

<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum Südstadt-Center befindet sich südlich bzw. südöstlich des Einmündungsbereichs Fronmüllerstraße/Schwabacher Straße.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	In nördlicher Richtung erstreckt sich Wohnbebauung mit vereinzelt Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen. Das direkte östliche Standortumfeld wird vor allem durch öffentliche Einrichtungen geprägt (Volksbücherei Fürth, Hans-Böckler-Schule, Grundschule), im weiteren Verlauf dominieren Wohnnutzungen. In südlicher Richtung schließen sich die Jakob-Wassermann-Förderschule und Wohnbebauung mit vereinzelt Gewerbeeinheiten an. Mischnutzungen (Wohnbebauung entlang der Saarburger bzw. Neumannstraße, Hans Lohnert Sportanlage, Grünlandnutzung, Überschwemmungsgebiet der Rednitz) prägen das westliche Standortumfeld.
<b>Planungen</b>	Keine aktuellen Planungen bekannt.



Blick von der Hauptverkehrsachse Fronmüllerstraße in westlicher Richtung (Parkplatzzu- und -abfahrten von Lidl und Südstadt-Center linker Hand)



Blick von der Stellplatzanlage auf Ladenzeile in südlicher Richtung

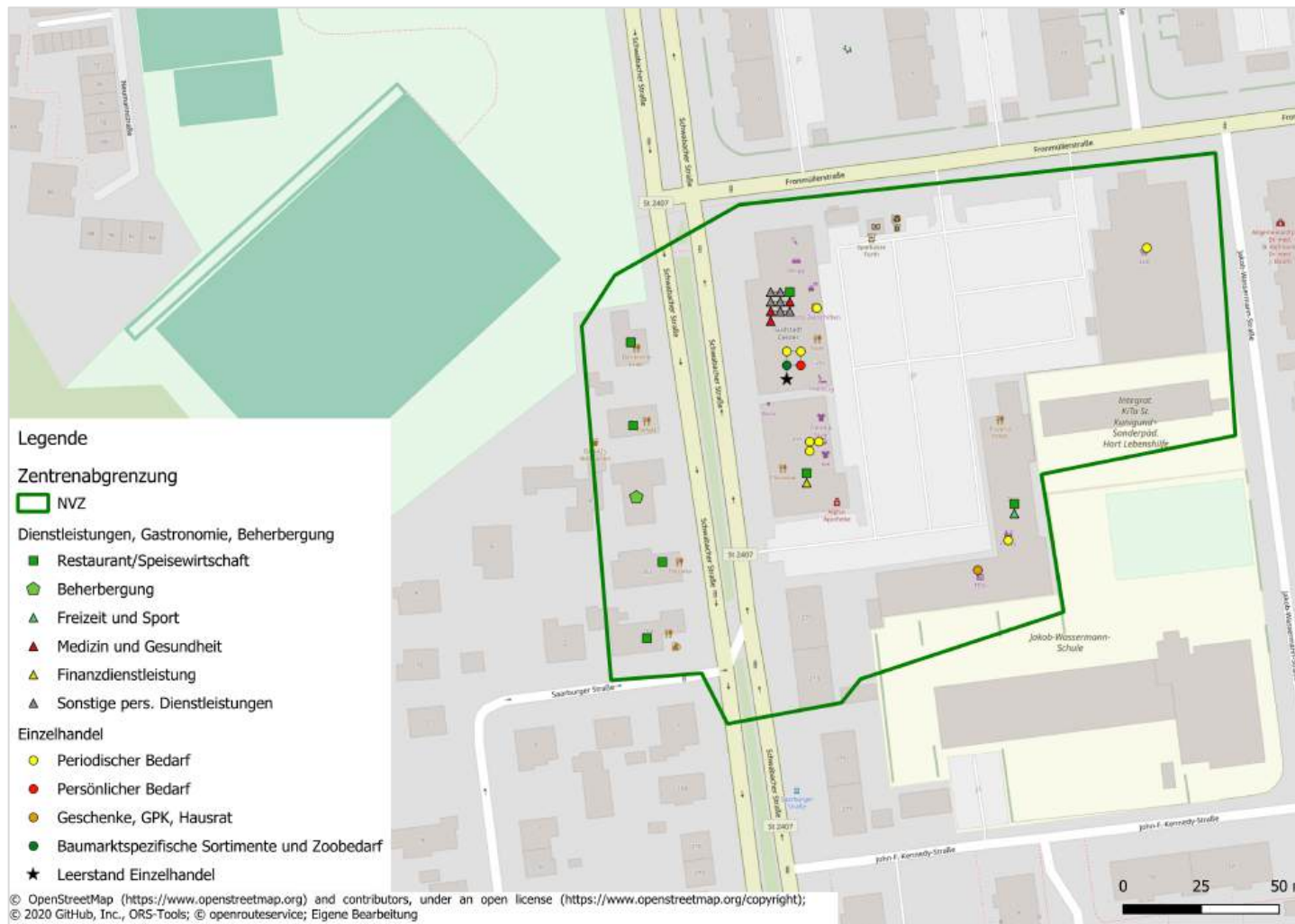


Abbildung 43: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Beherbergung im NVZ Südstadt-Center

Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	1.200
II Persönlicher Bedarf	175
III Medien und Technik	75
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	75
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	225
VI Einrichtungsbedarf	25
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	75
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>1.850</b>

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	<p>Leistungsfähiges Nahversorgungsangebot (Lidl, Frito Getränkemarkt, Bäckerei Pilipp, Metzgerei Jakob, Alpha Apotheke, Tabak- und Zeitschriftenladen, mediCig, Froschis Bodyshop/Nahrungsergänzung) mit ergänzenden Einzelhandels- und weiteren Dienstleistungs-, Gastronomie- und Beherbergungsangeboten (u.a. Tedi, Sparkassen-Geldautomat, DHL-Packstation, Arztpraxen, Reisebüro, Friseur, Versicherungsagentur, Tayfun Schlüsseldienst, China Star-Restaurant, Pino ital. Restaurant, Siset Restaurant u. Imbiss, Restaurant u. Hotel Sofra, Restaurant Der Kleine Inder, Leo's Restaurant, Chung asiat. Restaurant) in gleichermaßen nahpotenzial- wie verkehrsorientierter Lage.</p> <p>Die verkehrsorientierte Lage mit direkter Anbindung an die Hauptverkehrsachse Schwabacher Straße sowie die Fronmüllerstraße in Verbindung mit einer hohen Nahpotenzialdichte stärkt absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit des Gesamtangebots.</p>	<p>'Discountlastiges' Angebot im Lebensmittelbereich.</p> <p>Eingeschränkte Einsehbarkeit/Fernwirkung durch vorgelagerte Bebauung und Baumbewuchs bei der Anfahrt über die Schwabacher Straße aus südlicher Richtung.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Zentrale Stellplatzanlage und Anordnung der Einzelhandelsangebote sowie arrondierende Dienstleistungs- und Gastronomieangebote unterstreichen Zentrencharakter.</p>	<p>Leerstand (ehem. Kik) 'trübt' Gesamteindruck leicht.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Sehr gute Pkw-Erreichbarkeit innerhalb der Südstadt über Hauptverkehrsachsen Schwabacher Straße und Fronmüllerstraße und weitgehend unproblematische direkte Zu- und Abfahrtsmöglichkeiten (insgesamt drei) zur bzw. von der zentralen Stellplatzanlage über die Schwabacher und Fronmüllerstraße gegeben.</p> <p>Gute ÖPNV-Anbindung über die Haltestellen 'Dr.-Frank-Straße' und 'Saarburger Straße' festzustellen.</p> <p>Sehr gute fußläufige und radmobile Erreichbarkeit über parallel zur Schwabacher und Fronmüllerstraße verlaufende Fußwege und ampelgesicherte Querungshilfen aus den umliegenden Wohnquartieren gegeben.</p>	<p>Zu Stoßzeiten Verzögerungen bei der Abfahrt von der Stellplatzanlage in westlicher Richtung (Fronmüllerstraße) möglich.</p>

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Flächenpotenzial (Leerstand ehem. Kik) für einzelhändlerische Weiterentwicklung vorhanden.	-
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das gleichermaßen nahpotenzial- wie verkehrsorientiert im Einmündungsbereich Fronmüller-/Schwabacher Straße gelegene 'Südstadt-Center' übernimmt als langjährig am Markt 'eingefahrenes' Nahversorgungszentrum eine wichtige Versorgungsfunktion insbesondere für die im Umfeld lebende Wohnbevölkerung, die es perspektivisch abzusichern gilt. Vor diesem Hintergrund sind Erweiterungsmaßnahmen zur Absicherung des Bestands grundsätzlich sinnvoll, sofern sich diese baulich umsetzen lassen und hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf andere nahe gelegene zentrale Versorgungsbereiche (insb. Nahversorgungszentren) als unkritisch einzuschätzen sind. Für die derzeit leer stehende Fläche des vormals ansässigen Kik Textil-Diskonts sind aus Gutachtersicht Nachnutzungen im Bereich nahversorgungsorientierter Sortimente klar zu befürworten, wobei jedoch auch Nachnutzungen im Bereich zentrenrelevanter Sortimente in Anlehnung an die vormalige Nutzung bzw. innerhalb des baurechtlich zulässigen Rahmens in Frage kommen können. Davon abgesehen ist ein weiterer Zuwachs größer- bzw. großflächiger Anbieter (z.B. durch Umnutzung von derzeit mit Nahversorgungsangeboten belegten Flächen) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ohne Nahversorgungsbedeutung über das bereits bestehende Maß hinaus zum Schutz des innerstädtischen Einzelhandels und seiner Entwicklungsspielräume im Rahmen der Bauleitplanung zu unterbinden.</p>	

### 3.3.12 Nahversorgungszentrum Westliche Südstadt

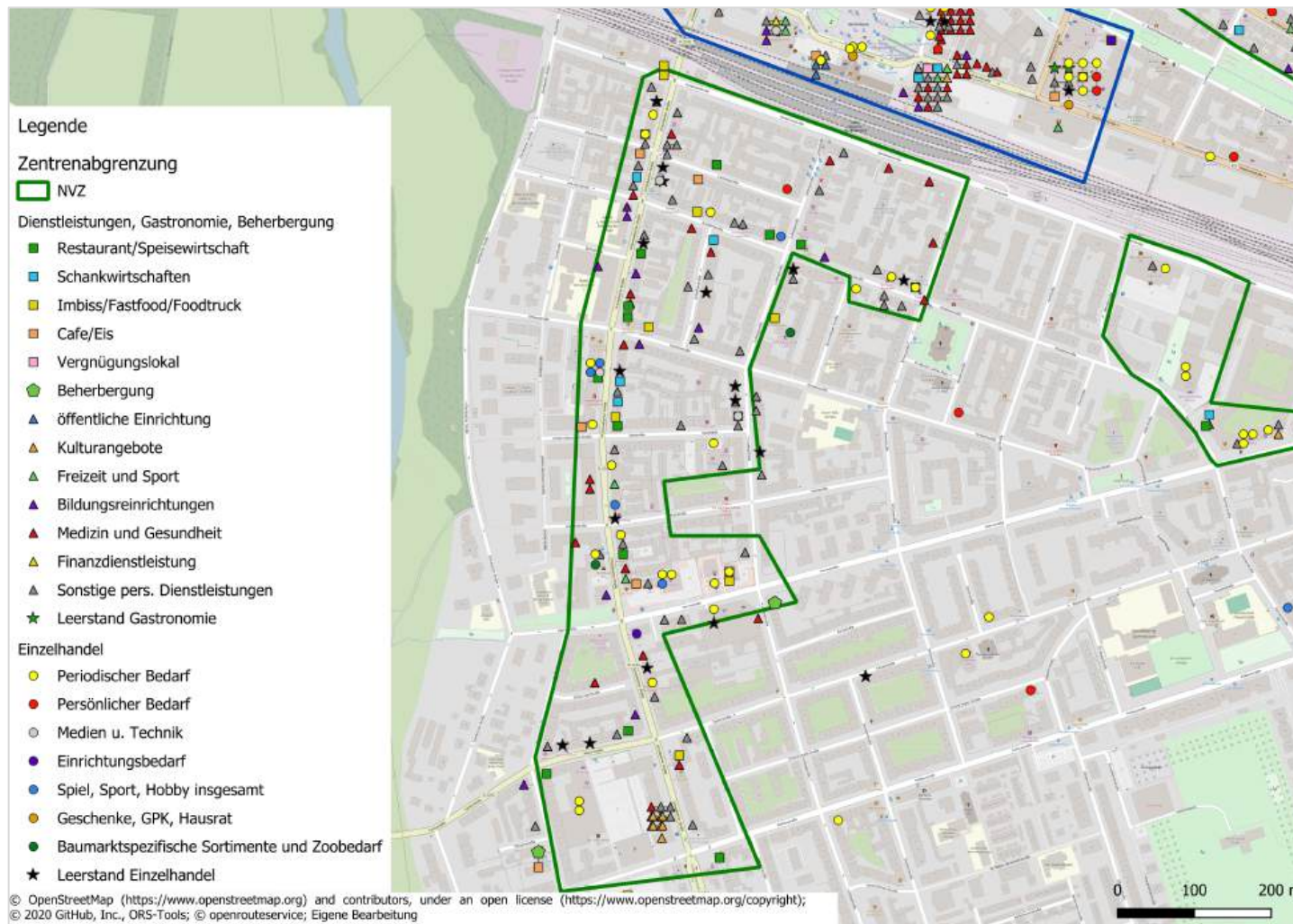
<p><b>Lage</b></p>	<p>Das Nahversorgungszentrum Westliche Südstadt erstreckt sich in erster Linie entlang der Schwabacher Straße zwischen der Bahnunterführung im Norden und der Flößaustraße im Süden und schließt einzelne östlich von der Schwabacher Straße abzweigende Straßenzüge mit ein. Hierbei handelt es sich um die Karolinen- und Amalienstraße (bis auf Höhe Simonstraße) und die Fichten-, Salz- und Herrnstraße (jeweils bis auf Höhe Ludwigstraße).</p>
<p><b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b></p>	<p>Im Norden grenzt das Nahversorgungszentrum an die Bahnlinie Nürnberg-Bamberg, im weiteren nördlichen Verlauf erstreckt sich der ZVB Innenstadt. Im östlichen und südlichen Standortumfeld dominieren Wohnnutzungen mit vereinzelt Dienstleistungs- und Einzelhandelsbesatz. Westlich schließt sich Wohnbebauung mit vereinzelt Dienstleistungsnutzungen an, im weiteren Verlauf erstreckt sich das Überschwemmungsgebiet der Rednitz.</p>
<p><b>Planungen</b></p>	<p>Keine aktuellen Planungen bekannt.</p>



Blick von der Kaiserstraße in westlicher Richtung (Parkplatzzu- und -abfahrt Rewe-Center linker Hand)



Blick von der Schwabacher Straße (nördlicher Abschnitt) in südlicher Richtung



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>	
I	Periodischer Bedarf	6.150
II	Persönlicher Bedarf	50
III	Medien und Technik	200
IV	Spiel, Sport, Hobby, gesamt	825
V	Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	75
VI	Einrichtungsbedarf	200
VII	Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	150
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>		<b>7.650</b>

Abbildung 44: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Beherbergung im NVZ Westliche Südstadt

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Umfassendes und qualifiziertes Nahversorgungsangebot durch Rewe Center (Eckart Plaza), ebl Biomarkt, Apotheke (Malzböden), Tegut Supermarkt, MixMarkt (beide Herrnstraße) und den Quartiersversorger Norma (Salzstraße) sowie ergänzenden kleinteiligen Nahversorgungsbesatz u.a. auch in den Seitenstraßen gegeben (u.a. Fisch Eberle, Früchte Fürther Freiheit, Bavaria Apotheke).</p> <p>Weiterer aperiodischer Facheinzelhandelsbesatz (u.a. Musikinstrumente, Sportartikel, Fahrräder, Optiker, Haus- und Heimtextilien/Einrichtungsbedarf) rundet überwiegend nahversorgungsorientierten Einzelhandelsbesatz ab und generiert zusätzliche Kundenfrequenzen (Zielkunden).</p> <p>Hohe Nahpotenzialdichte und Zuzug kaufkraftstärkerer Bevölkerungsschichten durch realisierte Wohnbaumaßnahmen in den letzten Jahren stärkt absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit insbesondere der Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Bunter Angebotsmix aus zahlreichen Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sorgt für Belebung und zusätzliche Frequenzen innerhalb des Nahversorgungszentrums, von denen auch der Einzelhandel profitieren kann.</p>	<p>Länge der Einkaufslage Schwabacher Straße mit Nutzungsunterbrechungen und Ladenleerständen.</p> <p>Aufgrund der introvertierten Standortlage und fehlender Werbeträger keine Einsehbarkeit/Fernwirkung der Magnetbetriebe Rewe Center und Tegut vom Hauptverkehrsträger Schwabacher Straße festzustellen.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Gründerzeit-Architektur, hoher Anteil an Baudenkmalen (z.B. Malzböden) in Verbindung mit vereinzelt qualitätvollen Neubauten entlang der Schwabacher Straße setzen städtebaulich attraktive Rahmenbedingungen.</p>	<p>Leerstände entlang der Schwabacher Straße trüben Gesamteindruck.</p> <p>Fehlende Aufenthaltsqualität entlang der verkehrlich hochfrequentierten Schwabacher Straße.</p>

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<b>Verkehr</b>	<p>Verkehrsgünstige Lage an bzw. in der Nähe der Schwabacher Straße (gesamtstädtisch bedeutsame Verkehrsachse und eine der Hauptzufahrtsstraßen in Richtung Innenstadt) ermöglicht Abschöpfung von Ergänzungspotenzialen durch die vorhandenen Anbieter.</p> <p>Gute Pkw-Erreichbarkeit innerhalb der Südstadt bzw. des gesamten Fürther Stadtgebiets v.a. über die Schwabacher Straße, Herr- bzw. Kaiserstraße sowie die unweit südlich verlaufende Südwesttangente gegeben.</p> <p>Jeweils zugeordnete kostenlose Stellplätze bei den Supermärkten vorhanden.</p> <p>Gute ÖPNV-Anbindung über mehrere Bushaltestellen (Kaiserstraße, Holzstraße, Amalienstraße, Paulskirche, Simonstraße) gegeben.</p> <p>Gute fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelangebote innerhalb des Nahversorgungszentrums gegeben.</p>	<p>Hohes Verkehrsaufkommen entlang der Schwabacher Straße erschwert Parkplatzsuche, sowohl für Zielkunden als auch für 'Spontan-Käufer'.</p> <p>Hoher Parkdruck durch Anwohnerparken in den Seitenstraßen.</p> <p>Z.T. geringe Gehsteigbreiten entlang der Schwabacher Straße.</p> <p>Keine Fahrradspuren entlang der Schwabacher Straße.</p>

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Entwicklungspotenziale durch z.T. anmietbare, derzeit leer stehende Ladenlokale im Bereich der Schwabacher Straße.	Weitere Zunahme von Ladenleerständen v.a. entlang der Hauptverkehrsachse Schwabacher Straße und daraus resultierender Bedeutungsverlust als Einzelhandelslage.
<b>Städtebau</b>	-	'Nutzungsentmischung' durch mögliche Betriebsaufgabe weiterer kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe entlang der Schwabacher Straße (Trading-Down-Effekte).
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das räumlich weit gefasste Nahversorgungszentrum Westliche Südstadt bildet mit seinem leistungsfähigen Besatz im periodischen Bedarfsbereich (Rewe Center, Ebl Biomarkt, Supermärkte Tegut und MixMarkt, Lebensmitteldiscounter Norma, ergänzende kleinteilige Nahversorgungsangebote) den maßgeblichen Nahversorgungsschwerpunkt innerhalb der historisch gewachsenen und durch eine hohe Wohndichte gekennzeichneten Fürther Südstadt und strahlt mit seinem Besatz z.T. auch in weitere Bereiche des Fürther Stadtgebiets (u.a. nach Westen in Richtung Dambach). Diese Versorgungsfunktion gilt es daher auch zukünftig abzusichern. Vor diesem Hintergrund sind Erweiterungsmaßnahmen zur Absicherung des periodischen Bestands und Neuansiedlungen grundsätzlich sinnvoll, sofern sich diese baulich umsetzen lassen und hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf andere nahe gelegene zentrale Versorgungsbereiche (insb. Nahversorgungszentren) als unkritisch einzuschätzen sind. Gleiches gilt auch für Erweiterungsvorhaben im aperiodischen Bestand sowie für kleinteilige Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten, um Entwicklungsperspektiven für die Wiederbelegung vorhandener Ladenleerstände (Potenzialflächen) zu gewährleisten. Demgegenüber sind größer- bzw. großflächige Neuansiedlungen mit zentrenrelevantem Kernsortiment (ohne Nahversorgungsbedeutung), z.B. auch im Rahmen einer Nachnutzung, zum Schutz des innerstädtischen Einzelhandels und seiner Entwicklungsspielräume jedoch zu vermeiden. Ferner empfehlen die Gutachter die Anpassung des insbesondere in nördlicher Richtung weit gefassten Nahversorgungszentrums. Angesichts der Entwicklungen in den vergangenen Jahren (Malzböden, Eckart Plaza) konzentrieren sich die maßgeblichen Nahversorgungsangebote zwischenzeitlich eher im südlichen bzw. zentralen Bereich, sodass auch mit Blick auf die eingeschränkten einzelhändlerischen Entwicklungsmöglichkeiten entlang der Schwabacher Straße bzw. der östlich abzweigenden Straßenzüge eine ‚Kappung‘ der Abgrenzung nach Norden hin auf Höhe des Kreuzungsbereichs Fichtenstraße/Swabacher Straße gerechtfertigt erscheint. Mit Blick auf die vorhandenen Ladenleerstände insbesondere entlang der Schwabacher Straße sind trotz der schwierigen Rahmenbedingungen (Parkplatzsituation, Verkehrsbelastung) weiterhin gewerbliche Nachnutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie) anderen Nutzungsoptionen zu bevorzugen, um den Nutzungsmix und damit die Stabilität des Nahversorgungszentrums zu fördern. Sollten nach intensiver Prüfung der Machbarkeit gewerbliche Nachnutzungsoptionen hingegen ausscheiden, wäre aus Gutachtersicht auch ein Rückbau (Wohnnutzung) leer stehender Ladenlokale denkbar.</p>	

### 3.3.13 Nahversorgungszentrum Nürnberger Straße

<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum Nürnberger Straße befindet sich südöstlich vom ZVB Innenstadt und erstreckt sich entlang der Nürnberger Straße zwischen der Einmündung der Otto-Seeling-Promenade im Westen und der Kreuzung Jakobienerstraße im Osten unter Einschluss des südlichen Abschnitts der Jakobienerstraße bis auf Höhe der Willy-Brandt-Anlage.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	In nördlicher Richtung schließt sich Wohnbebauung mit vereinzelt Gewerbe- und Gastronomienutzungen sowie öffentlichen Einrichtungen (Helene-Lange-Gymnasium) an, im weiteren Verlauf erstrecken sich Stadtpark und Wiesengrund. Das östliche Standortumfeld wird durch Mischnutzungen (Wohnen, Gewerbe) und den Auenbereich der Pegnitz geprägt. In südlicher Richtung grenzt das Nahversorgungszentrum an die städtische Grünfläche Willy-Brandt-Anlage, im weiteren Verlauf dominieren Mischnutzungen mit bedeutenden Einzelhandelsanteilen (insb. Schuh Mücke Outlet, Sanitätshaus reha team Nordbayern) entlang der Gebhardtstraße. In westlicher Richtung schließt sich der ZVB Innenstadt an.
<b>Planungen</b>	Keine aktuellen Planungen bekannt.



Blick auf Eingangsbereich des Netto City-Marktes in nordwestlicher Richtung



Blick auf Nürnberger Straße in nordwestlicher Richtung



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	525
II Persönlicher Bedarf	200
III Medien und Technik	25
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	250
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	100
VI Einrichtungsbedarf	50
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	0
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>1.150</b>

Abbildung 45: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Beherbergung im NVZ Nürnberger Straße

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	<p>Qualifizierte Grundversorgung der umliegenden Wohnbevölkerung durch Ankerbetrieb Netto City und ergänzenden kleinteiligen Nahversorgungsbesatz (u.a. Jakobinen Apotheke, Schepi's Feinkost, Bäckerei Pillipp, City Markt) gewährleistet. Weiterer aperiodischer Besatz (u.a. zwei Standorte des Sozialkaufhauses Frankenfair, Galerie Frauenknecht) rundet überwiegend nahversorgungsorientiertes Einzelhandelsangebot ab und generiert zusätzliche Frequenzen.</p>	<p>Wettbewerbsanfälligkeit des Anbieters Netto City (vergleichsweise geringe Verkaufsflächengröße, nur wenige zugeordnete Pkw-Stellplätze verfügbar).</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Gründerzeit-Architektur und Begrünung entlang der Nürnberger Straße setzen städtebaulich attraktive Rahmenbedingungen. Grünzug Willy-Brandt-Anlage südlich angrenzend.</p>	<p>Aufenthaltsqualität im Bereich Nürnberger Straße (B 8) insbesondere durch hohe Verkehrsbelastung eingeschränkt. Einige, teils mehrjährig bestehende Leerstände (Einzelhandel/Dienstleistung bzw. Gastronomie/Beherbergung) trüben Gesamteindruck. Außeneindruck mancher Angebote aus dem Dienstleistungsbereich wenig ansprechend.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute Pkw-Erreichbarkeit aus dem nördlichen, östlichen und südlichem Standortumfeld gegeben. Parkmöglichkeiten auf beiden Seiten der Nürnberger Straße vorhanden. Gute Erreichbarkeit im ÖPNV durch Haltestelle Luisenstraße und v.a. durch nahe gelegene U-Bahnhaltestelle Jakobinenstraße gegeben, welche zusätzlich von weiteren Buslinien (173, 174) bedient wird. Gute fußläufige/radmobile Erreichbarkeit dank beidseitig entlang der Nürnberger Straße verlaufender Fußwege (mit Radfreigabe), ampelgesicherter Quermöglichkeiten, aus südlicher Richtung (abgeteilte Fahrradspur im Bereich Jakobinenstraße) sowie auch aus den umliegenden Wohnquartieren festzustellen.</p>	<p>Einbahnstraßenregelung der Nürnberger Straße (B 8) erfordert Umweg bei der Anfahrt aus westlichen Richtungen. Hohes Verkehrsaufkommen entlang der Nürnberger Straße (B 8) erschwert Parkplatzsuche für Pkw-orientierte Kunden. Hoher Parkdruck durch Anwohnerparken in den Seitenstraßen.</p>

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Entwicklungspotenziale durch derzeit leer stehende Ladenlokale im Bereich der Nürnberger Straße.	<p>Schwächung der Versorgungsfunktion durch weitere Betriebsaufgaben im Einzelhandel sowie im Dienstleistungsbereich.</p> <p>Marktaustritt des Anbieters Netto City bei Etablierung eines weiteren großflächigen Nahversorgungsangebotes in verkehrs- und nahpotenzialorientierter Lage und entsprechenden (v.a. fußläufigen) Einzugsgebietsüberschneidungen.</p>
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Beim Nahversorgungszentrum Nürnberger Straße handelt es sich um eine gewachsene Versorgungslage mit einem für großstädtische Nebenlagen typischen Nutzungsmix aus überwiegend kleinteiligem Einzelhandelsbesatz und ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen. Dank eines sehr gut integrierten Netto City Marktes, welcher einen zeitgemäßen Marktauftritt zeigt und angesichts weniger Pkw-Stellplätze v.a. die umliegenden Wohnpotenziale adressiert, sowie weiterer kleinteiliger Nahversorgungsanbieter (Apotheke, Feinkost, Lebensmittel, Bäckerei) ist eine qualifizierte Grundversorgung der Wohnbevölkerung im direkten und näheren Umfeld gewährleistet. Die vergleichsweise geringe Verkaufsflächengröße des Netto City Marktes und seine nahezu vollständige Ausrichtung auf umliegende Wohnpotenziale bedingt jedoch einen Wettbewerbsnachteil gegenüber nahegelegenen, gleichermaßen verkehrs- wie nahpotenzialorientierten typgleichen oder typähnlichen Anbietern. Mögliche großflächige Neuansiedlungen im Bereich Lebensmitteldiscount bzw. -vollsortiment, die zu einer Verschärfung der bereits heute bestehenden Wettbewerbssituation im Nahversorgungsbereich (Stichwort Hornschuchcenter) führen würden, sollten daher zum Schutz dieses für die Nahversorgung und die Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrum eminent wichtigen Magnetbetriebs restriktiv behandelt werden. Mit Blick auf die vorhandenen Ladenleerstände entlang der Nürnberger Straße sind trotz der schwierigen Rahmenbedingungen (Parkplatzsituation, Verkehrsbelastung und eingeschränkte Aufenthaltsqualität) weiterhin gewerbliche Nachnutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie) anderen Nutzungsoptionen zu bevorzugen, um den Nutzungsmix und damit die Stabilität des Nahversorgungszentrums zu fördern. In einzelhändlerischer Hinsicht können dabei auch kleinteilige Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in Frage kommen. Falls nach intensiver Prüfung der Machbarkeit jedoch gewerbliche Nachnutzungsoptionen ausscheiden, wäre im Einzelfall auch über einen Rückbau von Ladenlokalen (Wohnnutzung) 'nachzudenken'.</p>	

### 3.3.14 Nahversorgungszentrum Hans-Vogel-Straße

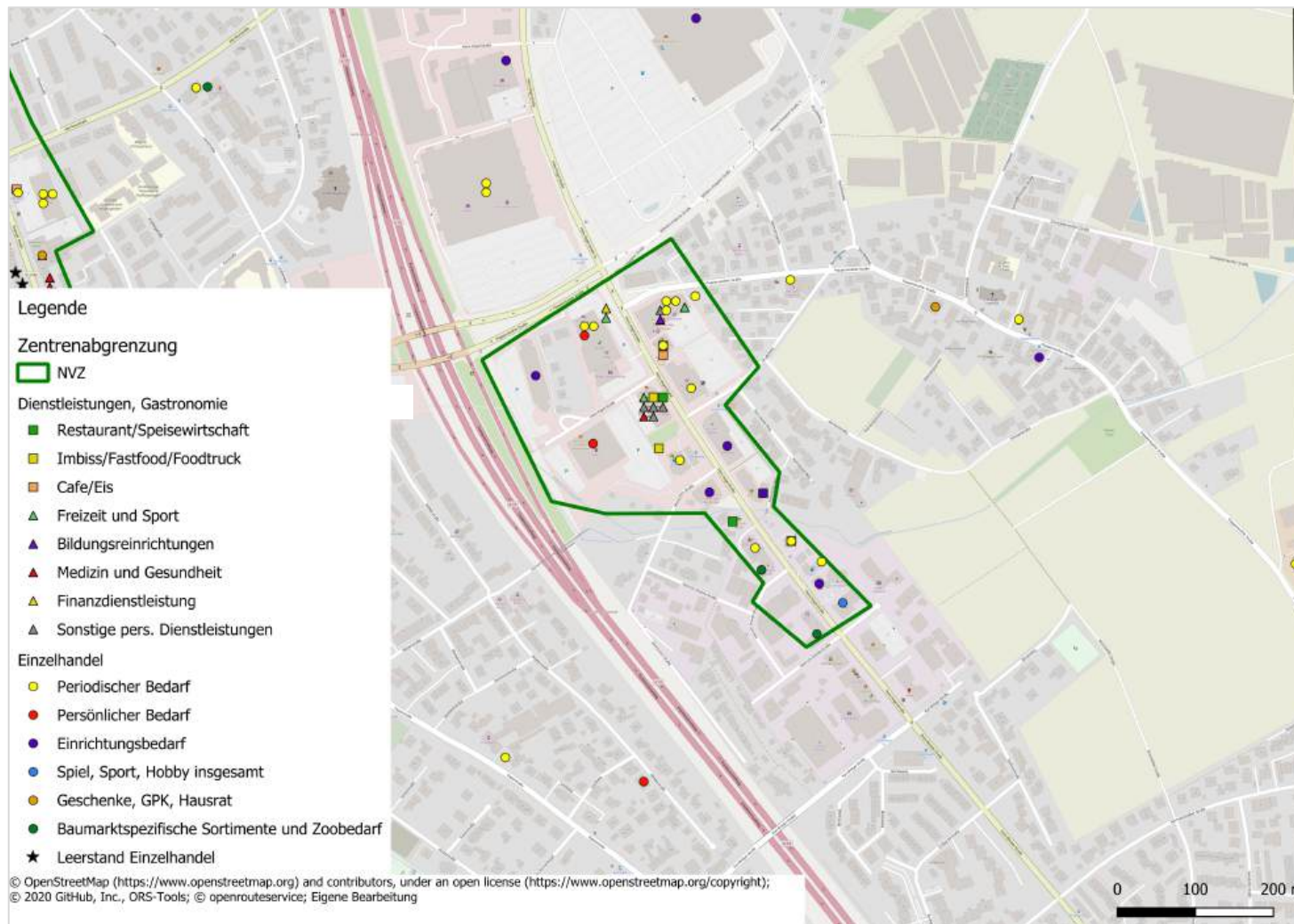
<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum Hans-Vogel-Straße befindet sich im Osten des Fürther Stadtgebiets. Es erstreckt sich im Wesentlichen in südöstlicher Richtung entlang der Hans-Vogel-Straße, ausgehend von der Kreuzung Poppenreuther Straße in etwa bis auf Höhe der Abzweigung Heinrich-Stranka-Straße. Es umfasst ferner einen Bereich zwischen der Poppenreuther Straße im Norden und Osten, dem Poppenreuther Landgraben im Südwesten sowie der BAB 73 im Westen.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Das nördliche Standortumfeld wird in erster Linie durch gewerbliche Nutzungen mit Schwerpunkt Einzel- und Großhandel (IKEA, Multipolster, Selgros Cash&Carry) geprägt. Östlich schließen sich Wohngebiete des Stadtteils Poppenreuth sowie landwirtschaftlich genutzte Flächen an. In südlicher Richtung zeigt sich ein Nutzungsmix aus Gewerbe und Wohnen. In westlicher Richtung (bis auf Höhe der BAB 73) sind vorwiegend Gewerbenutzungen umfeldprägend.
<b>Planungen</b>	Erweiterung des Rewe-Supermarktes geplant.



Blick vom Kreuzungsbereich Poppenreuther-/Wilhelm-Hoegner-/Hans-Vogel-Straße in südlicher Richtung



Blick auf ‚Marktecke‘ in westlicher Richtung



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>	
I	Periodischer Bedarf	3.550
II	Persönlicher Bedarf	4.025
III	Medien und Technik	100
IV	Spiel, Sport, Hobby, gesamt	525
V	Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	100
VI	Einrichtungsbedarf	4.675
VII	Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	975
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>		<b>13.950</b>

Abbildung 46: Räumliche Verteilung und Besatzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im NVZ Hans-Vogel-Straße

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Leistungsfähiges und vollumfängliches Nahversorgungsangebot durch Rewe-Supermarkt inkl. Bäckerei u. Getränkemarkt, denn's Biomarkt, Drogeriemarkt Rossmann, Poppenreuther Apotheke, Lebensmitteldiscounter Aldi und Spezialanbieter (Wein Wolf) vorhanden.</p> <p>Angebote aus dem Dienstleistungs- und Gastronomiebereich (u.a. Sparkassen-Automat, Fitnessstudio, mehrere Restaurants, Imbisse, Friseur) runden Einzelhandelsbesatz ab.</p> <p>Weitere Angebote im Bereich Möbel- und Einrichtungsbedarf (Tendenza, Hüls, Vevdeco, Die Küchenplaner Habicht+Sporer, Schlaf natürlich) bilden qualifizierte Ergänzung und Abrundung des von den Großflächenanbietern (IKEA, Möbel Höffner, Kibek, Möbel Flamme) maßgeblich 'getragenen' städtischen Angebots in diesem Bereich.</p> <p>Flächenseitig umfangreiche Angebote im Bereich Bekleidung/Wäsche, u. Schuhe/Lederwaren (Adler Modemarkt, Shoe4you) generieren zusätzliche Kundenfrequenzen (Zielkunden) und steigern Attraktivität des Einzelhandelsangebots.</p> <p>Hohe Pendlerfrequenzen entlang der Hans-Vogel-Straße stützen absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe.</p> <p>Hauptzufahrt (Poppenreuther Straße, von der BAB 73 kommend) zum unweit nördlich gelegenen IKEA-Einrichtungshaus führt direkt am Nahversorgungszentrum vorbei und gewährleistet konstante Werbewirkung der dortigen Angebote.</p>	<p>Einzelhandelsbesatz dünnt sich in südlicher Richtung aus.</p> <p>Bedingt durch rückversetzte und introvertierte Lage eingeschränkte Einsehbarkeit und Werbewirkung einiger Großflächenanbieter (Adler Modemarkt, hüls-die Einrichtung).</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Räumlich-kompakte Angebotskonzentration im nördlichen Bereich des Nahversorgungszentrums ('Marktecke' mit denn's, Rossmann, Apotheke, Yensushi Bar, Bäckerei Feihl, Friseur) mit Zentrencharakter.</p>	<p>Abgesehen von der zentrenähnlichen 'Marktecke' wirkt das Nahversorgungszentrum eher als Fachmarktlage.</p> <p>Aufenthaltsqualität im Bereich Hans-Vogel-Straße insbesondere durch hohe Verkehrsbelastung eingeschränkt.</p>

---

**STÄRKEN**


---

**Verkehr**

Sehr gute lokale und regionale Pkw-Erreichbarkeit über die Hans-Vogel-Straße, Poppenreuther Straße sowie die unweit westlich gelegene Anschlussstelle 'Fürth-Poppenreuth' der BAB 73 gegeben.

Sehr gute Pkw-Erreichbarkeit aus dem südlich angrenzenden Nürnberger Stadtteil Schniegling über die Brettergartenstraße (südliche Verlängerung der Hans-Vogel-Straße) festzustellen.

Gute ÖPNV-Erreichbarkeit über Haltestellen Strudelweg und die bereits außerhalb des Nahversorgungszentrums gelegene Haltestelle Hans-Vogel-Straße gegeben.

Beidseitig entlang der Hans-Vogel-Straße verlaufende Gehwege (z. T. für Radfahrer freigegeben), Fußwege entlang des Strudelwegs und der Poppenreuther Straße gewährleisten zusammen mit mehreren Querungshilfen v.a. im nördlichen Bereich der Hans-Vogel-Straße eine gute fußläufige Erreichbarkeit der Nahversorgungsangebote innerhalb des Nahversorgungszentrums sowie auch aus dem Wohnschwerpunkt des Stadtteils Poppenreuth.

Gute radmobile Erreichbarkeit innerhalb des Stadtteils Poppenreuth über kombinierten Fuß- und Radweg (Karl-Heckel-Str.), abschnittsweise Fahrradsuren entlang der Hans-Vogel-Straße und Querungshilfen gegeben. Auch aus dem westlich der BAB 73 gelegenen Stadtteil Espan gute radmobile Erreichbarkeit (über Heubücke und Georg-Zorn-Straße) gegeben.

---

**SCHWÄCHEN**


---

Hohe Verkehrsbelastung und Rückstau Momente im Kreuzungsbereich Hans-Vogel-/Poppenreuther-/Wilhelm-Hoegner-Straße zu Stoßzeiten (Berufsverkehr) verzögern Abfahrt in nördlicher Richtung.

CHANCEN		RISIKEN
Einzelhandel	-	Verschärfung der Konkurrenzsituation zum ZVB Innenstadt im Falle einer weiteren Angebotsausweitung durch Neuansiedlungen von Angeboten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten.
Städtebau	-	-
Verkehr	-	Weiterer Ausbau des Einzelhandelsbesatzes würde ohnehin hohes Verkehrsaufkommen entlang der Hans-Vogel-Straße weiter erhöhen.
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das Nahversorgungszentrum Hans-Vogel-Straße gewährleistet mit seinem umfassenden Nahversorgungsbesatz, der alle Betriebsformen und -typen abdeckt, eine qualifizierte Versorgung der Bevölkerung im Stadtteil Poppenreuth mit Gütern des täglichen Bedarfs. Dank seiner sehr verkehrsgünstigen Lage an einer bedeutenden Pendlerachse (Hans-Vogel-Straße), der unweit westlich gelegenen Anschlussstelle 'Fürth-Poppenreuth' der BAB 73 und der Nähe zum 'Frequenzbringer' IKEA können die dortigen Nahversorgungsanbieter in erheblichem Umfang auch Pkw-orientierte Kunden adressieren, welche die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit des vorhandenen Angebots sichern und stabilisieren. Mit seinen z.T. großflächigen Angeboten in den Warengruppen Möbel und Einrichtungsbedarf, Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren und Freizeit/Hobby (Fahrräder) besitzt das Nahversorgungszentrum jedoch auch eine weit über die eigentliche Nahversorgungsfunktion hinausreichende, gesamtstädtische Ausstrahlung, die bei der Formulierung von Entwicklungsperspektiven besonders zu berücksichtigen ist. Angesichts der aktuellen Angebotssituation und fehlender Leerstände (Potenzialflächen) stehen für die weitere Entwicklung daher in erster Linie Maßnahmen zur Bestandssicherung im Vordergrund. Erweiterungen von bestehenden Anbietern, auch im Bereich zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Kernsortimente sind daher zu befürworten, sofern im Rahmen von Einzelfallprüfungen der Nachweis der Zentrenverträglichkeit erbracht wird. Im Falle von Betriebsaufgaben sind Nachnutzungen nur im Rahmen der baurechtlich zulässigen Sortimente möglich. Die Neuansiedlung zentrenrelevanter Angebote (z.B. im Rahmen von Nachnutzungen) außerhalb des aktuell gültigen baurechtlichen Rahmens ist zum Schutz des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und seiner Entwicklungsspielräume hingegen zu vermeiden. Angesichts eines bereits sehr gut 'bestückten' Nahversorgungsangebots sollte von einer Erweiterung durch Neuansiedlungen im periodischen Bedarfsbereich Abstand genommen werden, um den Bestand und die Entwicklungsperspektiven nahe gelegener Nahversorgungszentren bzw. die Neuentwicklung möglicher integrierter Nahversorgungsstandorte (Espan) abzusichern. Vor dem Hintergrund der verkehrsgünstigen Lage des Nahversorgungszentrums können jedoch Neuansiedlungen mit Sortimentsschwerpunkt im nicht zentrenrelevanten Bereich (z.B. im Rahmen von Nachfolgenutzungen) in Betracht kommen, unter der Maßgabe der Zentrenverträglichkeit möglicher zentrenrelevanter Randsortimente (Einzelfallprüfung).</p>	

### 3.3.15 Nahversorgungszentrum Herrnstraße/Waldstraße

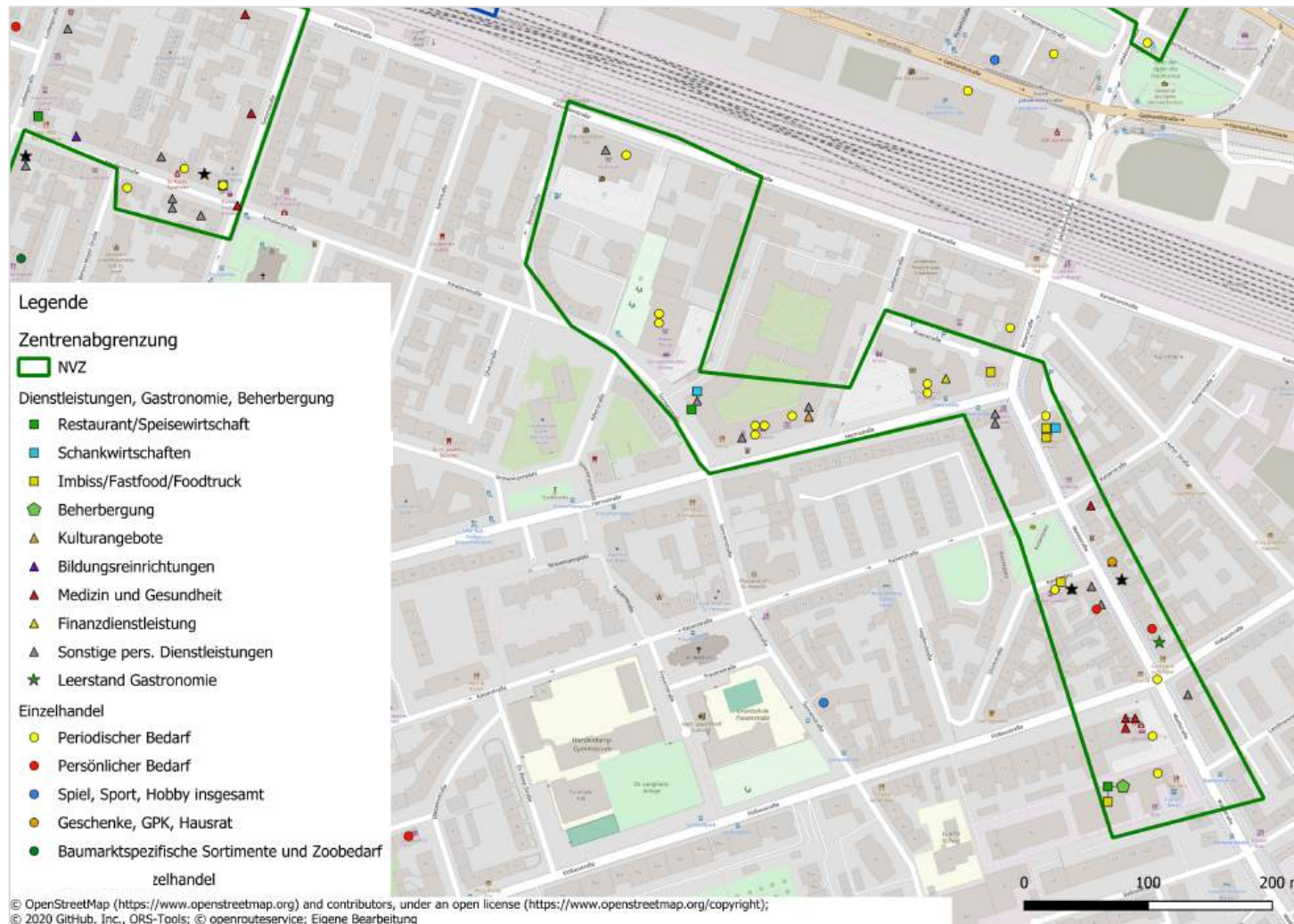
<b>Lage</b>	Das Nahversorgungszentrum Herrnstraße/Waldstraße befindet sich im östlichen Bereich der Fürther Südstadt, erstreckt sich im Wesentlichen westlich und südlich des Kreuzungsbereichs beider Straßen (bis auf Höhe Kreuzung Sonnen-/Herrnstraße bzw. Kreuzung Wald-/Balbierstr.) und schließt in nordwestlicher Richtung den Bereich Sonnenstraße/Benditstraße/Karolinenstraße ein.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	In nördlicher Richtung bildet Bahnlinie städtebauliche Zäsur, nach Osten schließen sich Wohnnutzungen an, im weiteren östlichen Verlauf Mischnutzungen (Wohnen, Gewerbe), in südlicher Richtung Mischnutzungen (u.a. Hardenberg-Gymnasium, Gewerbe) mit hohen Wohnanteilen. In westlicher Richtung erstreckt sich überwiegend Geschosswohnungsbau mit vereinzelt Dienstleistungseinrichtungen (u.a. Zweigstelle des Landratsamts Fürth, Agentur für Arbeit).
<b>Planungen</b>	Ersatzneubau des Edeka-Supermarktes an der Sonnenstraße geplant.



Blick vom Kreuzungsbereich Sonnen-/Herrnstraße in nördlicher Richtung (Edeka-Supermarkt rechter Hand)



Blick von der Herrnstraße in östlicher Richtung (Ladenzeile, Parkplatz- und -abfahrt von Netto u. Friso linker Hand)



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
I Periodischer Bedarf	3.400
II Persönlicher Bedarf	200
III Medien und Technik	100
IV Spiel, Sport, Hobby, gesamt	100
V Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	75
VI Einrichtungsbedarf	50
VII Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	75
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>4.000</b>

Abbildung 47: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Beherbergung im NVZ Herrstraße/Waldstraße

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	<p>Leistungsfähiges Nahversorgungsangebot (Edeka-Supermarkt, Lebensmitteldiscounter Aldi, Netto und Norma; Friso Getränkemarkt, Asia Supermarkt, kleinteiliger Nahversorgungsbesatz in Ladenzeile an der Herrnstraße) gewährleistet wohnortnahe qualifizierte Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Ergänzende Dienstleistungs- und gastronomische Nutzungen runden überwiegend nahversorgungsorientierten Einzelhandelsbesatz ab.</p> <p>Hohe Nahpotenzialdichte in fußläufiger Distanz stärkt absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit der vorhandenen Nahversorgungsanbieter.</p>	<p>Große Nord-Süd-Erstreckung (ca. 900m) zwischen Aldi und Asia-Supermarkt. Marktauftritt der Norma-Filiale nicht mehr zeitgemäß.</p> <p>Aufgrund der introvertierten Standortlage und fehlender Werbeträger keine Einsehbarkeit/Fernwirkung des Edeka-Supermarktes vom Hauptverkehrsträger Herrnstraße festzustellen.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Gewachsenes Zentrum mit entsprechendem Nutzungsmix (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie). Baumbewuchs entlang der Herrn- und Waldstraße, breite Fuß- und Radwege und kleine Parkanlage am Kaiserplatz fördern Aufenthaltsqualität.</p>	<p>Punktuelle, kleinteilige Ladenleerstände in der Waldstraße bzw. am Kaiserplatz.</p> <p>Hohe Verkehrsfrequenz entlang der Herrnstraße mindert Aufenthaltsqualität.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute Pkw-Erreichbarkeit innerhalb der Fürther Südstadt durch Verkehrsachsen Herrn-, Waldstraße und Sonnen- bzw. Amalienstraße sowie auch aus dem nördlich der Bahnlinie gelegenen Stadtgebiet über Ritterstraße und Bahnunterführung auf Höhe der U-Bahn-Haltestelle Jakobinenstraße.</p> <p>Zusätzlich zu Kundenparkplätzen der Anbieter Edeka, Aldi und Netto bestehen Parkmöglichkeiten entlang der Herrn- und Waldstraße.</p> <p>Gute ÖPNV-Anbindung über drei Bushaltestellen (Stresemannplatz, Ritterstraße, Balbiererstraße) und nahe gelegene U-Bahn-Haltestelle Jakobinenstraße.</p> <p>Überwiegend gute fußläufige und radmobile Erreichbarkeit der Nahversorgungsangebote aus den umliegenden Wohngebieten gegeben.</p>	<p>Querungshilfe im Kreuzungsbereich Sonnenstraße/Herrnstraße fehlt.</p>

	CHANCEN	RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Geplante Neuaufstellung des Edeka-Supermarktes sichert dessen Fortbestand und damit einen zentralen Angebotsbaustein des Nahversorgungszentrums im Bereich des Lebensmittelvollsortiments nachhaltig ab.	-
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit des Edeka-Supermarktes sowie der Ladenzeile an der Herrnstraße aus dem südlichen Standortumfeld über Querungshilfe im Kreuzungsbereich Sonnen-/Herrnstraße und Erhöhung der Verkehrssicherheit.	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p><b>Das inmitten verdichteter Wohnbebauung gelegene Nahversorgungszentrum Herrnstraße/Waldstraße bildet als östliches Pendant zum Nahversorgungszentrum Westliche Südstadt einen weiteren wichtigen periodischen Angebotsschwerpunkt innerhalb der Fürther Südstadt. Die dort vorhandenen periodischen Anbieter Aldi, Edeka, Netto, Norma und Asiamarkt (Spezialanbieter) gewährleisten im Zusammenspiel mit kleinteiligem Nahversorgungsbesatz innerhalb einer Ladenzeile an der Herrnstraße sowie weiteren kleinteiligen Angeboten im südlichen Bereich (Aeskulap Apotheke, Brothaus Café) eine qualifizierte Nahversorgung der umliegenden Wohnquartiere. Diese Versorgungsfunktion gilt es auch zukünftig zu erhalten. Vor diesem Hintergrund ist der geplante Ersatzneubau des Edeka-Supermarktes in der Sonnenstraße zur nachhaltigen Absicherung dieses für die Versorgungsqualität wichtigen Lebensmittelvollsortimenters aus Gutachtersicht sehr zu begrüßen. Auch für die weiteren eingangs aufgeführten Anbieter sind perspektivische Maßnahmen im Rahmen der Bestandssicherung zu ermöglichen, sofern im konkreten Einzelfall der Nachweis der Zentrenverträglichkeit erbracht wird. Um mögliche Entwicklungschancen anderer (Nahversorgungs-) Zentren nicht einzuschränken, sollte hingegen auf eine Erweiterung des Nahversorgungszentrums Herrnstraße/Waldstraße um zusätzliche größer- bzw. großflächige Angebote mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (Neuansiedlungen) verzichtet werden. Um die fußläufige Erreichbarkeit der Anbieter Edeka bzw. innerhalb der Ladenzeile entlang der Herrnstraße aus dem südlich der Herrnstraße gelegenen Quartieren zu verbessern und die Verkehrssicherheit zu erhöhen, ist aus Gutachtersicht die Einrichtung einer Querungshilfe im Kreuzungsbereich Sonnenstraße/Herrnstraße sehr zu empfehlen.</b></p>	

### 3.3.16 Nahversorgungszentrum Hardhöhe

#### Lage

Das Nahversorgungszentrum Hardhöhe befindet sich im Westen des Fürther Stadtgebiets innerhalb eines städtisch bedeutsamen Gewerbeschwerpunkts und erstreckt sich ganz überwiegend beidseitig entlang der vierspurig ausgebauten Würzburger Straße/B 8 (Abschnitt zwischen den Einmündungen Soldnerstraße im Westen und Unterfarmbacher Straße im Osten).

#### Umfeld- und Nutzungsstrukturen

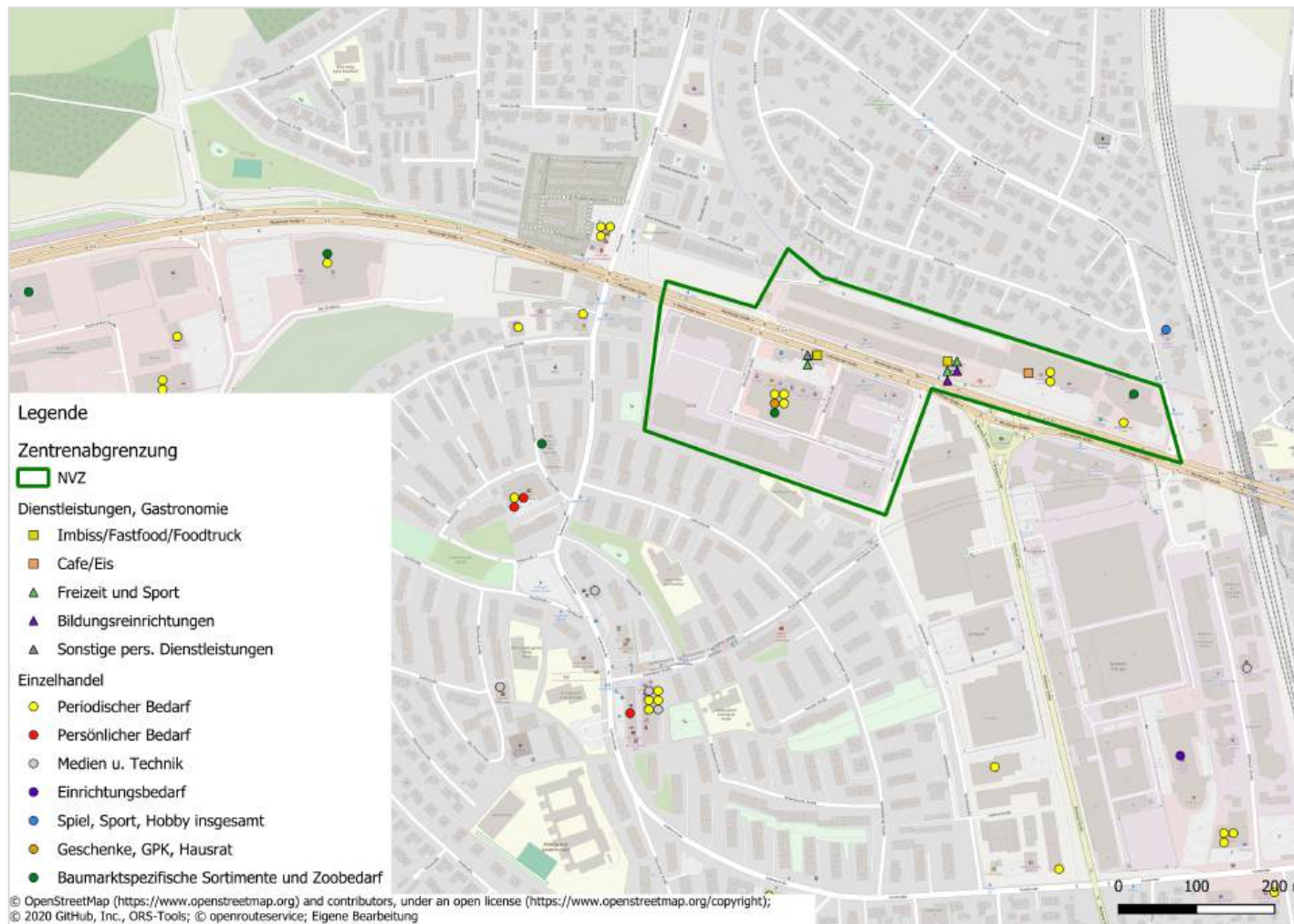
In nördlicher und südlicher Richtung erstrecken sich Wohngebiete, z.T. mit punktuellm Einzelsbesatz (z.B. Ladenzeile im Umfeld der U-Bahn-Haltstelle Hardhöhe, Netto/Soldnerstraße, Lidl/Siemensstraße) an. In östlicher Richtung bildet die Bahnlinie (Nürnberg-Bamberg) eine markante städtebauliche Zäsur, im weiteren Verlauf schließen sich Wohngebiete mit vereinzeltm Einzelhandelsbesatz und das Fürther Klinikum an. Gewerbenutzungen im Umfeld der Breslauer Straße dominieren das südöstliche Standortumfeld. In westlicher Richtung erstrecken sich Wohngebiete mit vereinzeltm kleinteiligem Nahversorgungsbesatz (Kreuzungsbereich Soldner-/Würzburger-/Hansastraße), im weiteren Verlauf schließen sich Wohngebiete mit vereinzeltm Einzelhandelsbesatz (u.a. Mix Markt, OBI Bau- und Gartenmarkt), eine Kleingartenanlage und der Gewerbepark Hardhöhe-West (u.a. mit ebl-Biomarkt, Norma-Lebensmitteldiscounter nebst Bäckerei und Metzgerei) an.



Blick auf Gebäuderiegel in südöstlicher Richtung



Blick von der Würzburger Straße auf Parkplatzzu- und -abfahrt des Edeka-Marktes in westlicher Richtung



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
<b>I</b> Periodischer Bedarf	3.475
<b>II</b> Persönlicher Bedarf	75
<b>III</b> Medien und Technik	150
<b>IV</b> Spiel, Sport, Hobby, gesamt	125
<b>V</b> Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	400
<b>VI</b> Einrichtungsbedarf	50
<b>VII</b> Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	975
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>5.250</b>

Abbildung 48: Räumliche Verteilung und Besitzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie im NVZ Hardhöhe

	<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<b>Einzelhandel</b>	<p>Leistungsfähiger und umfassender Nahversorgungsbesatz (E-Center Supermarkt mit Bäckerei, Aldi-Lebensmitteldiscounter, Rossmann-Drogeriemarkt) und ergänzende Einzelhandels- und weitere Dienstleistungs- und Gastronomieangebote (u.a. Futterhaus, Tedi, Supol-Tankstelle inkl. Waschanlage und Getränkeangebot, Kleebar-Imbiss, berufliche Fortbildungseinrichtungen) gewährleisten eine hohe Versorgungsqualität für die im Umfeld lebende Bevölkerung.</p>	<p>Räumliche Distanz zwischen den Angebotsschwerpunkten E-Center und Aldi/Rossmann erfordert gezieltes Ansteuern und erschwert (spontane) Kopplungskäufe v.a. in fußläufiger Hinsicht.</p>
<b>Städtebau</b>	-	<p>Lage innerhalb eines Gewerbegebietes ohne städtebauliche Qualität.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Sehr gute lokale Pkw-Erreichbarkeit über vierspurig ausgebauten Hauptverkehrsträger Würzburger Straße (B 8) sowie auch aus den umliegenden Wohngebieten festzustellen (u.a. über Hansa-, Soldner- und Siemensstraße). Gute ÖPNV-Anbindung über Haltestelle 'Breslauer Straße' auf Höhe des E-Centers mit regelmäßiger Bedienung während der Hauptgeschäftszeiten. Gute Anbindung der Nahversorgungsangebote aus den umliegenden Wohngebieten über beidseitige Fußwege entlang der Würzburger Straße, beampelte Überquerungsmöglichkeiten im Bereich der Würzburger Straße sowie im Kreuzungsbereich Soldner-/Hansa-/Würzburger Straße.</p>	<p>Hohe Verkehrsbelastung entlang der Würzburger Straße (B 8) mindert Aufenthaltsqualität. Knapp bemessene Stellplatzanlage im Umfeld von Aldi/Rossmann mit entsprechend hohem Parkdruck.</p>

CHANCEN		RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	-	Erweiterung um zusätzliche Nahversorgungsangebote über den heutigen Bestand hinaus erhöht Wettbewerbsdruck auf bestehende Nahversorgungsangebote in integrierter Lage im Stadtteil Hardhöhe.
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	-	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das innerhalb eines Gewerbegebietes an der Würzburger Straße (B 8) gelegene und mit einem E-Center-Supermarkt (inkl. Bäckerei und Getränkemarkt), einem Aldi-Lebensmitteldiscounter sowie einem Rossmann-Drogeriemarkt (nebst ergänzenden aperiodischen Anbietern Tedi, Futterhaus, A.T.U.) leistungsfähig 'bestückte' Nahversorgungszentrum Hardhöhe richtet sich in erster Linie an Pkw-orientierte Kunden, bildet jedoch auch einen wichtigen 'Versorgungsstützpunkt' für die Wohnbevölkerung in den umliegenden Quartieren der Stadteile Hardhöhe und Unterfarnbach, den es auch perspektivisch (z.B. durch Erweiterungen im Bestand, sofern baulich möglich und zentrenverträglich) abzusichern gilt. Von einer Angebotsausweitung durch Neuansiedlungen mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollte jedoch zugunsten der im Stadtteil Hardhöhe in integrierten Standortlagen situierten qualifizierten Nahversorgungsangebote (Netto/Soldnerstraße, MixMarkt/Voltastraße, Lidl/Siemensstraße) abgesehen werden, um diese für die wohnortnahe Versorgung der dortigen Wohnbevölkerung wichtigen Anbieter in ihrem Bestand nachhaltig zu sichern. Die Neuansiedlung zentrenrelevanter Angebote ohne Nahversorgungsrelevanz (z.B. im Rahmen von Nachnutzungen) ist zum Schutz des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und seiner Entwicklungsspielräume hingegen auszuschließen. Der unweit westlich gelegene und fußläufig vom Fachmarktriangel (Aldi, Rossmann, etc.) aus gut erreichbare kleinteilige Nahversorgungsbesatz (Metzgerei, Apotheke, Kiosk, Sanitäts-haus) im Kreuzungsbereich HansasträÙe/Würzburger Straße/Soldnerstraße sollte aufgrund seiner wichtigen Ergänzungsfunktion perspektivisch noch in das Nahversorgungszentrum integriert werden. Südlich des Fachmarktriangles erscheint hingegen eine räumliche Straffung bzw. Konzentration auf die tatsächliche einzelhändlerische Nutzung angezeigt (Herausnahme des gewerblich genutzten Gebäuderiegels aus der Zentrenabgrenzung).</p>	

### 3.3.18 Nahversorgungszentrum Vacher Straße

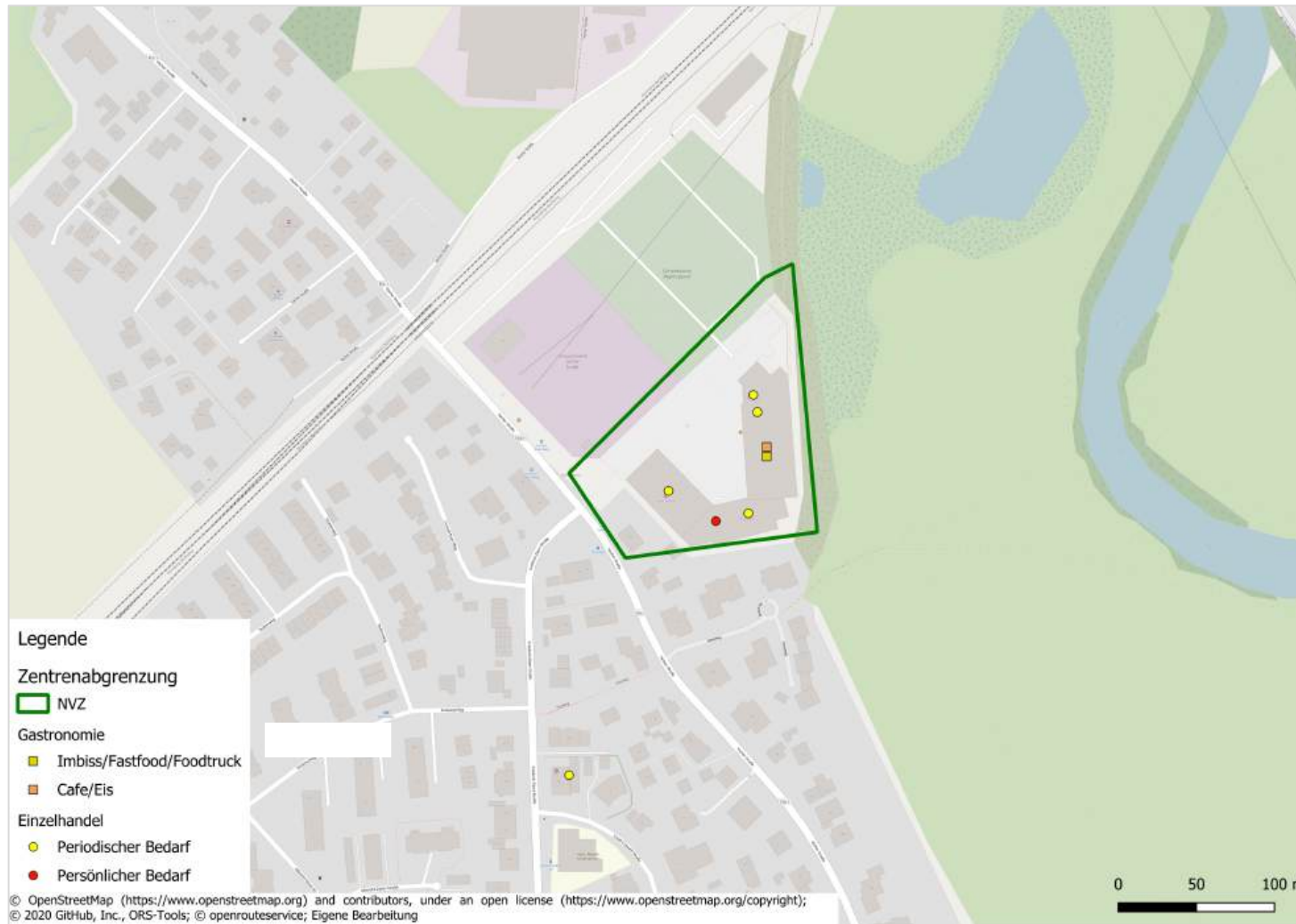
<b>Lage</b>	Am nördlichen Rand des westlichen Fürther Stadtteils Schwand im Einmündungsbereich Friedrich-Ebert-/Vacher Straße gelegen.
<b>Umfeld- und Nutzungsstrukturen</b>	Nördlich angrenzend Betriebseinrichtung der INFRA, Kleingartenanlage, im weiteren Verlauf aufgelockerte Mischnutzungen (Kultur Gewächshaus, landwirtschaftlich genutzte Flächen, Wohnnutzungen); östlich erstreckt sich der Regnitzgrund; in südlicher und westlicher Richtung dominieren Wohnnutzungen.
<b>Planungen</b>	Keine aktuellen Planungen bekannt.



Blick auf die Parkplatzzu- und –abfahrt vom Einmündungsbereich Friedrich-Ebert-/Vacher Straße in östlicher Richtung



Blick auf maßgebliche Lebensmittelanbieter Rewe und Norma (nicht im Bild: Drogeriemarkt Rossmann und Kik Textil-Diskont im rückwärtigen Bereich)



Hauptwarengruppen	VKF in m <sup>2</sup>
<b>I</b> Periodischer Bedarf	2.475
<b>II</b> Persönlicher Bedarf	425
<b>III</b> Medien und Technik	100
<b>IV</b> Spiel, Sport, Hobby, gesamt	100
<b>V</b> Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	100
<b>VI</b> Einrichtungsbedarf	50
<b>VII</b> Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf	50
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>3.300</b>

Abbildung 49: Räumliche Verteilung und Besatzstrukturen der Angebote aus den Bereichen Einzelhandel und Gastronomie im NVZ Vacher Straße

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<b>Einzelhandel</b>	<p>Leistungsfähiges und umfassendes Nahversorgungsangebot dank modernem Rewe-Supermarkt, Norma-Lebensmitteldiscounter und Drogeriemarkt Rossmann vorhanden.</p> <p>Aperiodisches Angebot (Kik) rundet Nahversorgungsbesatz sinnvoll ab.</p> <p>Sehr gute Einsehbarkeit/Fernwirkung vom Hauptverkehrsträger Vacher Straße aus nördlicher Richtung sowie auch von der Friedrich-Ebert-Straße festzustellen.</p>	<p>Einsehbarkeit vom Hauptverkehrsträger Vacher Straße aus südlicher Richtung bedingt durch vorgelagerte Bebauung und Baumbewuchs eingeschränkt.</p>
<b>Städtebau</b>	<p>Räumliche Angebotskonzentration der Nahversorgungsangebote mit zentraler Stellplatzanlage reduziert Flächenverbrauch und Versiegelungsgrad und stützt Zentrencharakter.</p>	<p>Kaum ergänzende, die Einstufung als Zentrum stützende Gastronomie- bzw. Dienstleistungsnutzungen vorhanden.</p>
<b>Verkehr</b>	<p>Gute lokale Pkw-Erreichbarkeit über Vacher bzw. Friedrich-Ebert-Straße festzustellen.</p> <p>Direkte Zu- und Abfahrt zur bzw. von der zentralen Stellplatzanlage dank sehr großzügig bemessener Fahrspuren problemlos möglich.</p> <p>Gute ÖPNV-Anbindung über Haltestelle 'Conrad-Stutz-Weg' gegeben.</p> <p>Fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten im Umfeld über parallel zur Vacher bzw. Friedrich-Ebert-Straße verlaufende Fußwege und Querungshilfen im Einmündungsbereich Friedrich-Ebert-/Vacher Straße grundsätzlich gegeben.</p>	<p>Sicherheitsrisiken aufgrund fehlender separater Fuß- und Radwege im Bereich der Zu- und Abfahrt und auf der Stellplatzanlage.</p>

	CHANCEN	RISIKEN
<b>Einzelhandel</b>	Gewisse Flächenpotenziale für eine maßvolle Erweiterung des Nahversorgungszentrums in östlicher und südlicher Richtung vorhanden.	Möglicher Ausbau (Neuansiedlung) des Nahversorgungszentrums schränkt Entwicklungschancen anderer Nahversorgungszentren ein.
<b>Städtebau</b>	-	-
<b>Verkehr</b>	Separate Fuß- und Radwege im Ein- bzw. Ausfahrtsbereich erhöhen Verkehrssicherheit für Fußgänger- und radmobile Kunden.	-
<b>FAZIT UND EMPFEHLUNGEN</b>	<p>Das gleichermaßen verkehrs- wie nahpotenzialorientiert gelegene Nahversorgungszentrum Vacher Straße gewährleistet mit einem modernen Rewe-Supermarkt (inkl. Bäckerei und Getränkemark), einem Norma-Lebensmitteldiscounter sowie einem Rossmann-Drogeriemarkt nebst ergänzendem aperiodischem Besatz (Kik Textil-Diskont, zwischenzeitlich geschlossen) eine vollumfängliche, qualifizierte Nahversorgung der im Stadtteil Schwand lebenden Wohnbevölkerung. Dank seiner grundsätzlich guten fußläufigen wie radmobilen Anbindung aus den umliegenden Wohnquartieren und der vorbildlichen ÖPNV-Anbindung auf Standorthöhe stellt das Nahversorgungszentrum auch eine wichtige Einkaufsdestination für weniger mobile Bevölkerungsgruppen dar. Aus Gutachtersicht sollten jedoch im Ein- und Ausfahrtsbereich der Stellplatzanlage separate Fußwege zur Erhöhung der Verkehrssicherheit geschaffen werden. Zur Sicherung der Versorgungsfunktion sind perspektivische Erweiterungen zur Absicherung des vorhandenen Nahversorgungsbesatzes aus Gutachtersicht grundsätzlich zu ermöglichen, sofern der Nachweis der Zentrenverträglichkeit erbracht wird. Eine Erweiterung des Nahversorgungszentrums um zusätzliche nahversorgungs- bzw. zentrenrelevante Angebote (Neuansiedlungen) oder eine Umnutzung bestehender Angebote außerhalb des baurechtlich zulässigen Rahmens ist hingegen nicht angezeigt, um mögliche Entwicklungschancen anderer Nahversorgungszentren bzw. des ZVB Innenstadt nicht einzuschränken.</p>	

### 3.4 Zentrendefinition und Darstellung

#### 3.4.1 Zentrenstrukturvorschlag 2024

Nach den Bestandsaufnahmen und der Bewertung der Nahversorgungssituation in der Gesamtstadt kann nun über die bestehende Zentrenstruktur und über eine evtl. sinnvolle Weiterentwicklung befunden werden. Zum besseren Verständnis:

Unter **Nahversorgung** bzw. der **wohnungsnahe Grundversorgung** wird hier die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden zahlreiche Sortimente der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Zeitungen/ Zeitschriften sowie Schnittblumen (für den Innenbereich) gezählt.

Zur **wohnungsnahe Grundversorgung** zählen wir das folgende Angebotsspektrum und deren Anbieter:

- Nahrungs- und Genussmittel, darunter auch Tiernahrung (Lebensmittelmärkte),
  - Brot- und Backwaren (Bäckereien),
  - Fleisch- und Wurstwaren (Metzgereien)
  - Getränke (Getränkemärkte),
  - sowie Gesundheits- und Körperpflegartikeln (Drogerien, Lebensmittelmärkte, Reformhäuser, Apotheken).
- Ergänzende Dienstleister können sein: Post, Banken, Ärzte, Friseure, Zeitschriften-/Lotto-Geschäfte, Imbisse, Gaststätten, Reinigungen und Reisebüros.

**Zentrale Versorgungsbereiche** sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben (BVerwG, Az.4 C 7/07).

Hierzu existiert auch eine höchstrichterliche Entscheidung:

Ein zentraler Versorgungsbereich verlangt, dass die vorhandenen Betriebe einen Bereich bilden. **Ein einzelner Betrieb kann daher**

**unabhängig von seiner Größe keinen zentralen Versorgungsbereich bilden.** (BVerwG, Az. 4 C 2.08) und:

**Versorgungsbereiche sind nicht nur dann „zentral“**, wenn sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung der gemeindeweiten bzw. übergemeindlichen Versorgung dienen.

Vielmehr können auch Bereiche für die Grund- oder Nahversorgung zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 34 Abs. 3 BauGB sein.

Demgemäß können als zentrale Versorgungsbereiche angesehen werden:

- **Innenstadtzentren,**
- **Nebenzentren,**
- **Grund- und Nahversorgungszentren.**

(OVG NRW, 11.12.2006, 7 A 964/05)

Daraus lassen sich für die Stadt FÜRTH folgende Kriterien für zentrale Versorgungsbereiche definieren:

**Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftszentrum“**

Dieser Zentrentyp kennzeichnet sich idealtypisch durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel, breitgefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

### **Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungsbereich“**

Dieser Zentrentyp kennzeichnet sich idealtypisch durch folgende Merkmale:

- Versorgungsfunktion für den Stadtteil bzw. umliegende Wohnsiedlungsbereiche,
- Vorhandensein von mindestens einem strukturprägenden Betrieb des kurzfristigen Bedarfsbereiches (v.a. im Lebensmittelbereich), ergänzende kleinflächige

Anbieter für den mittel- und langfristigen Bedarf können vorhanden sein; hinsichtlich der gesamten Sortimentspalette lückenhaft und wenig differenziert,

- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- geringes bzw. eingeschränktes Dienstleistungsangebot.

### **Integrierte Nahversorgungsstandorte**

kennzeichnen sich durch eine städtebaulich integrierte Lage, mit zumindest einem strukturprägenden Einzelhandelsbetrieb aus dem Lebensmittelbereich zur ergänzenden fußläufigen bzw. wohnortnahen Nahversorgung. Aus funktionaler und städtebaulicher Hinsicht werden die Kriterien eines Zentrums nicht erfüllt. Ergänzende kleinflächige Anbieter aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind nicht vorhanden. Grundsätzlich stellen die integrierten Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung im Sinne von § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen.



### **Nahversorgungsbereiche (NVB)**

- Gründlacher Str.
- Stadeln
- Seeackerstr.
- Vacher Str.
- Hardhöhe
- Burgfarnbach
- Erlanger Str.
- Hans-Vogel-Str.
- Nürnberger Str.
- Herrn-/Waldstr.
- Südstadtcenter
- Westl. Südstadt
- Unterfürberg
- Oberfürberg

### **Integrierte Nahversorgungsstandorte (NVS)**

- Gartenstraße/Norma (Altstadt)
- Hintere Straße/Edeka, Penny (Burgfarnbach)
- Breiter Steig/Netto (Burgfarnbach)
- Wehlauer Straße/Norma (Hardhöhe)
- Siemensstraße/Lidl (Hardhöhe)
- Soldnerstraße/Netto (Hardhöhe)
- Voltastraße/Mix Markt (Hardhöhe)
- Vacher Straße/Norma (Billiganlage)
- Werkstraße/Norma (Stadeln)
- Fronmüllerstraße/Norma (Südstadt)
- Magazinstraße/Aldi (Südstadt)
- Am Grünen Weg/Norma, ebl (Hardhöhe)
- Espan/ehem. Vapiano-Standort (perspektivisch)

### **Sonderstandorte (SO)**

- Steinach (Höffner, Kibek, Fahrrad XXL)
- Bislohe (Zweirad Stadler)
- Fachmarkt-Agglomeration Seeackerstraße (Thomas Philipps, BabyOne, Skan Design)
- Nördl. Hans-Vogel-Straße (IKEA, Multipolster)
- Schwabacher Straße (BayWa)
- Magazinstraße (Hornbach)
- Atzenhof (Gartenwelt Dauchenbeck)
- Hardstraße (Möbel Flamme)
- Am Annaberg (OBI)
- Gebhardtstraße (Schuh Mücke Outlet)

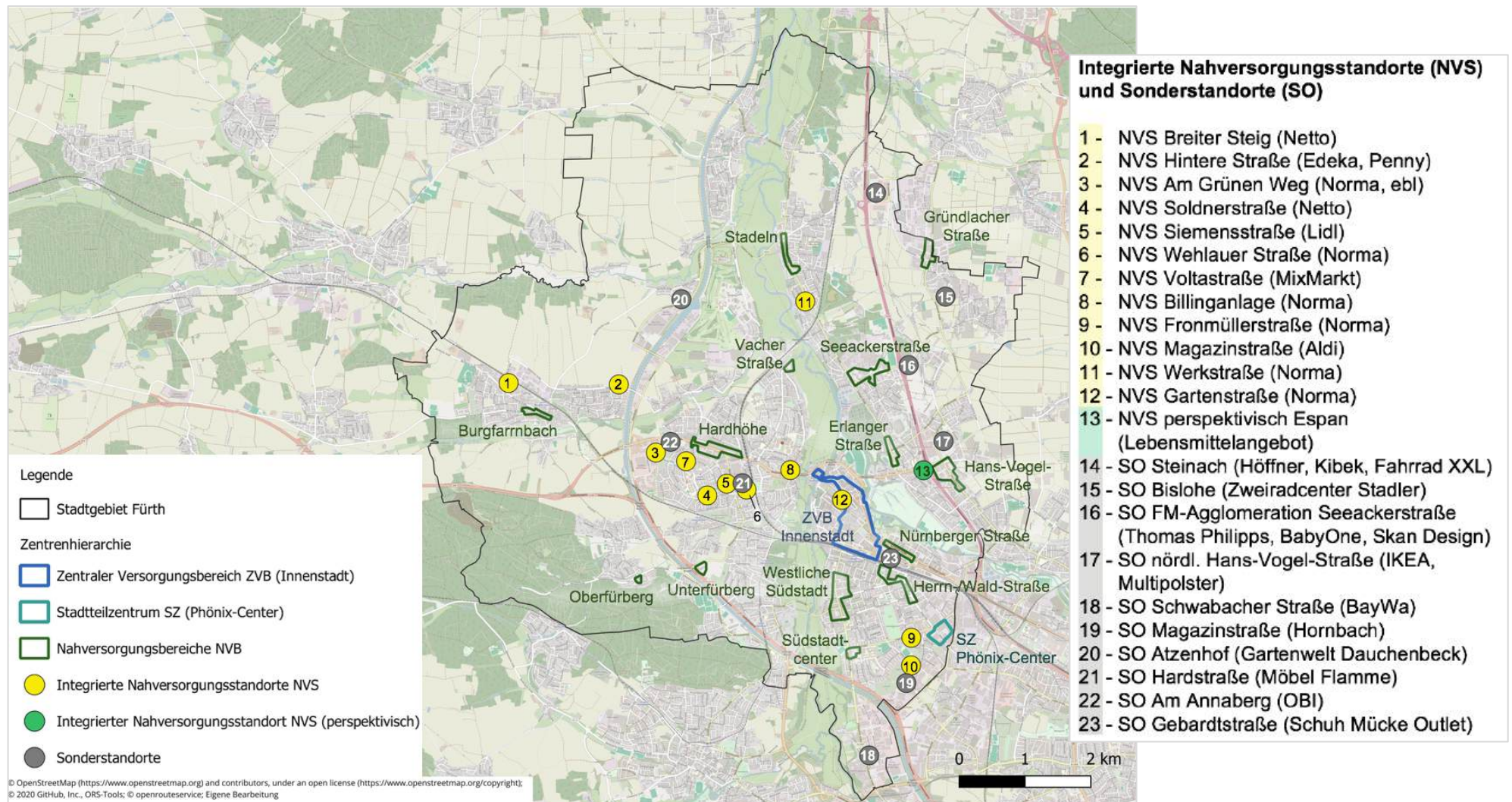


Abbildung 51: Kartografische Übersicht zum Zentrenstrukturvorschlag (2024)

### 3.4.2 Veränderungen in der Zentrenstruktur und -abgrenzung im Vergleich zu 2017

Die räumlichen Abgrenzungen der Zentralen Versorgungsbereiche orientieren sich im Wesentlichen am Integrierten Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2017. Veränderungen betreffen den ZVB Innenstadt und einzelne Nahversorgungsbereiche, die im Folgenden kurz dargestellt und erläutert werden.

Beim **Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** ist aus Gutachtersicht lediglich eine Anpassung im Südwesten angezeigt. Derzeit verläuft die Abgrenzung schräg durch das Quartier zwischen Theresienstraße/Comödienplatz/, Schwabacher Straße, Bahnlinie und Ottostraße. Aufgrund der bestehenden gastronomischen Nutzungen im Bereich Otto-/Theresienstraße erscheint es daher im Sinne einer konsistenten Darstellung sinnvoll, den gesamten o.g. Bereich in den ZVB aufzunehmen (vgl. nebenstehende Abbildung).

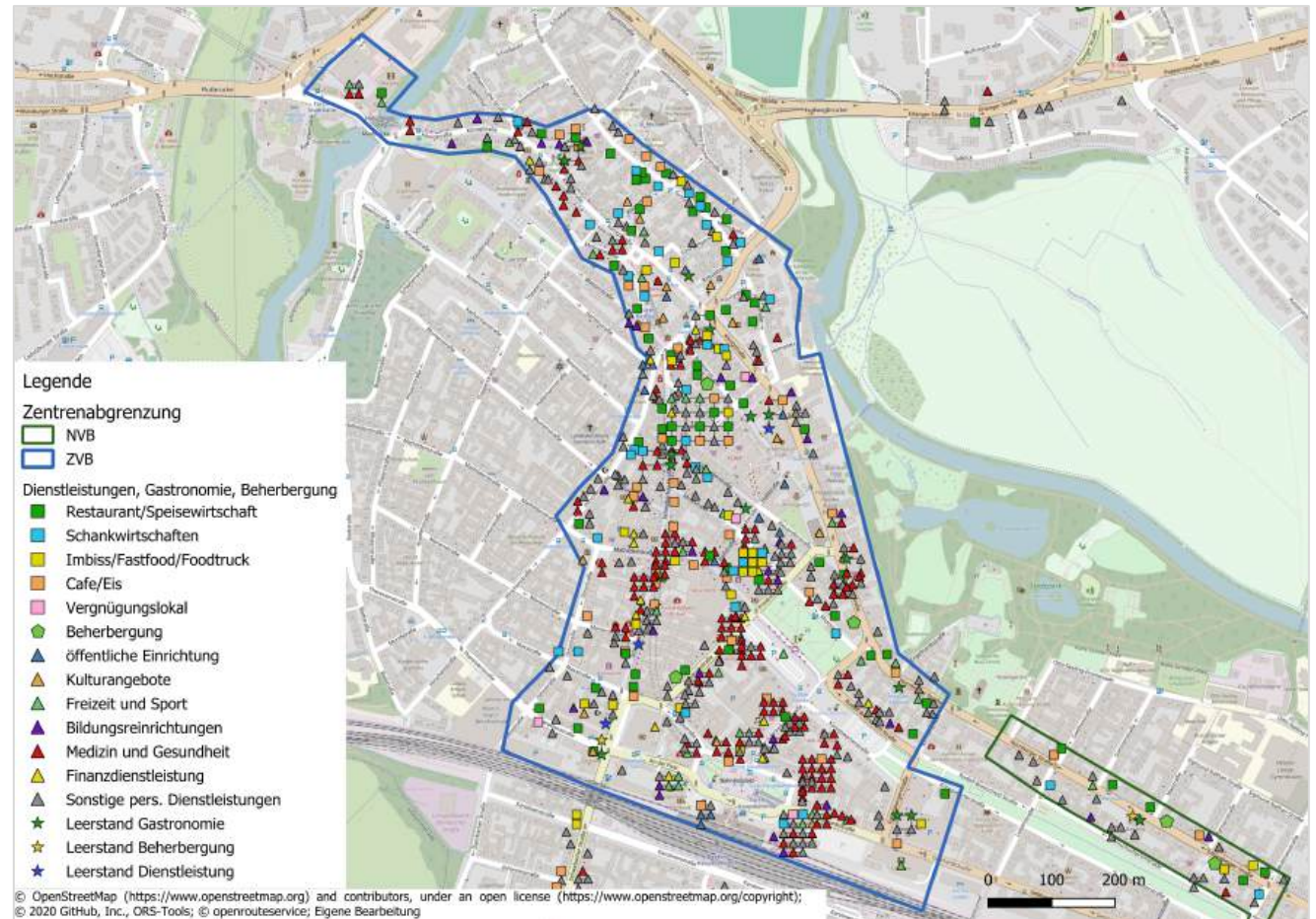


Abbildung 52: Abgrenzungsvorschlag Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Anpassung südwestliche Abgrenzung)

Beim **Nahversorgungsbereich Erlanger Straße** ist angesichts schwieriger standortseitiger Rahmenbedingungen im südwestlichen Abschnitt der Erlanger Straße zu empfehlen, diesen zukünftig herauszunehmen und die südliche Abgrenzung in etwa auf Höhe der Einmündung Flurstraße in die Erlanger Straße ‚neu zu ziehen‘ (vgl. nebenstehende Abbildung).

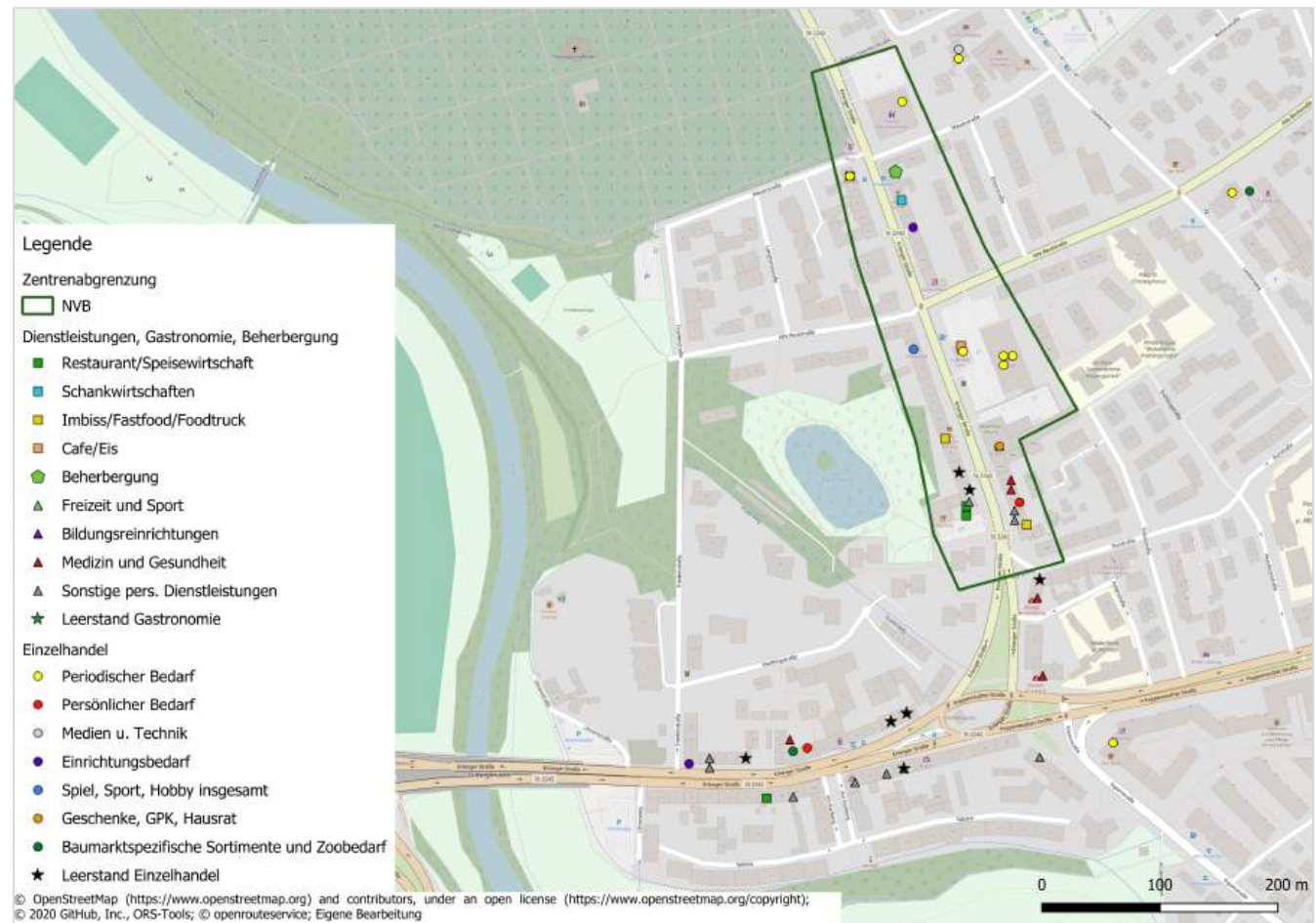


Abbildung 53: Abgrenzungsvorschlag Nahversorgungsbereich Erlanger Straße

Der **Nahversorgungsbereich Westliche Süd-stadt** zeichnet sich auch durch seine große räumliche Erstreckung in nördlicher Richtung (bis auf Höhe der Bahnlinie, unter Einschluss weiterer östlich von der Schwabacher Straße gelegener Straßenzüge) aus, die aufgrund der wenigen kleinteiligen Einzelhandelsangebote in Streulagen aus heutiger Sicht jedoch nicht mehr gerechtfertigt erscheint. Auch vor dem Hintergrund der Entwicklungen in den vergangenen Jahren (Malzböden, Eckart Plaza) konzentrieren sich die maßgeblichen Nahversorgungsangebote zwischenzeitlich eher im südlichen bzw. zentralen Bereich, sodass auch mit Blick auf die eingeschränkten einzelhändlerischen Entwicklungsmöglichkeiten entlang der Schwabacher Straße bzw. der östlich abzweigenden Straßenzüge eine ‚Kappung‘ der Abgrenzung nach Norden hin auf Höhe des Kreuzungsbereichs Fichtenstraße/Schwabacher Straße zu empfehlen ist.

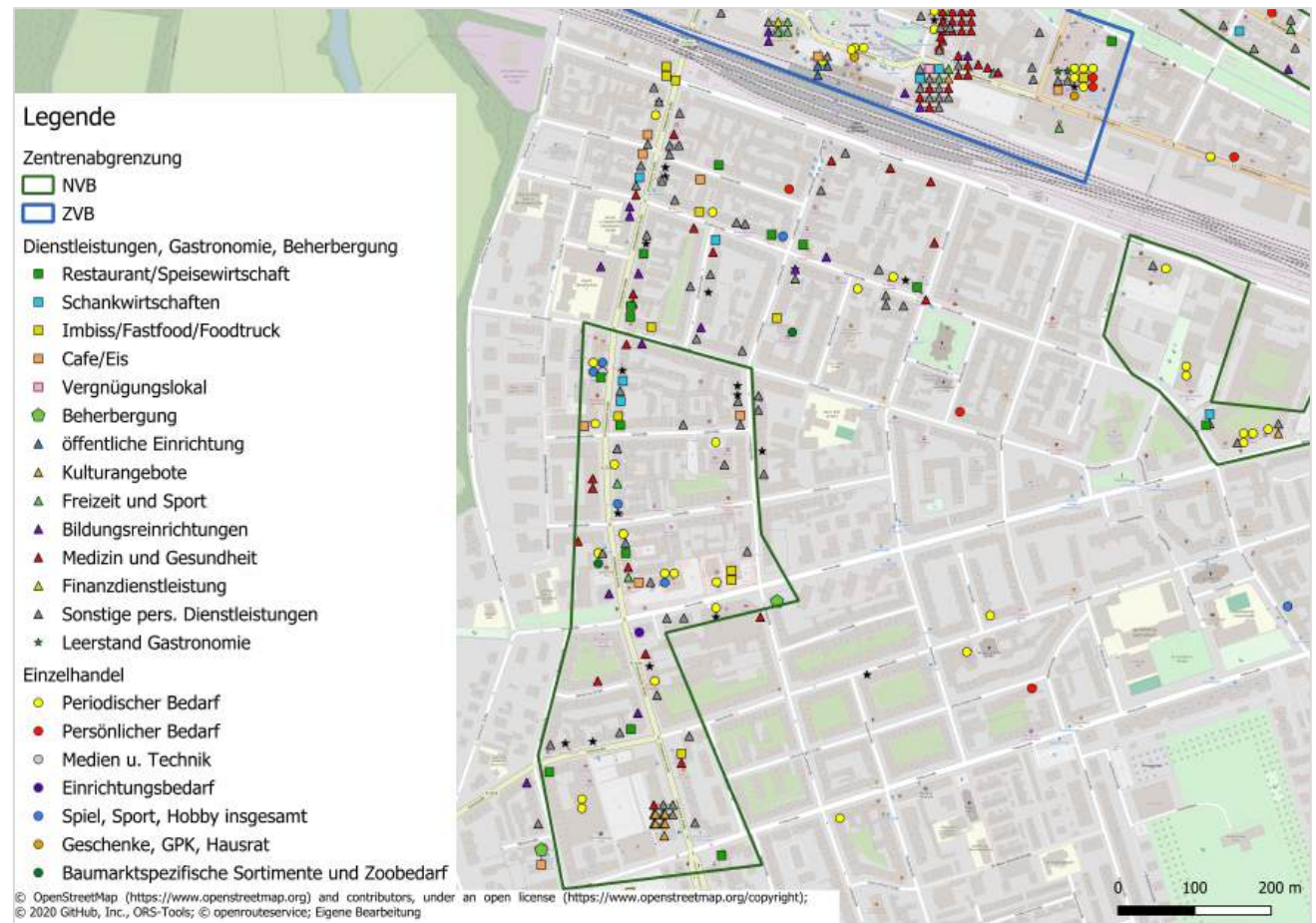


Abbildung 54: Abgrenzungsvorschlag Nahversorgungsbereich Westliche Südstadt

Beim **Nahversorgungsbereich Hardhöhe** ist zu empfehlen, den unweit westlich gelegenen und fußläufig vom Fachmarktriegel (Aldi, Rossmann, etc.) gut erreichbaren kleinteiligen Nahversorgungsbesatz (Metzgerei, Apotheke, Kiosk, Sanitätshaus) im Kreuzungsbereich Hansastraße/Würzburger Straße/Soldnerstraße aufgrund seiner wichtigen Ergänzungsfunktion noch zu integrieren. Südlich des Fachmarktriegels erscheint hingegen eine räumliche Straffung bzw. Konzentration auf die tatsächliche einzelhändlerische Nutzung angezeigt (Herausnahme des gewerblich genutzten Gebäuderiegels).

Das im Integrierten Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2017 ausgewiesene **Nahversorgungszentrum Hintere Straße** erfüllt aufgrund der baulichen Trennung zwischen den Anbietern Penny und Edeka sowie eines ‚überschaubaren‘ Ergänzungsangebots (Bäckerei-Café, Packstation) die Kriterien eines Nahversorgungsbereichs nur ‚ansatzweise‘. Geeigneter erscheint daher aus Gutachtersicht die Einstufung als **Integrierter Nahversorgungsstandort**, der ebenso wie ein Nahversorgungsbereich ein bauplanungsrechtliches Schutzgut lt. § 11, Absatz 3 BauNVO darstellt.

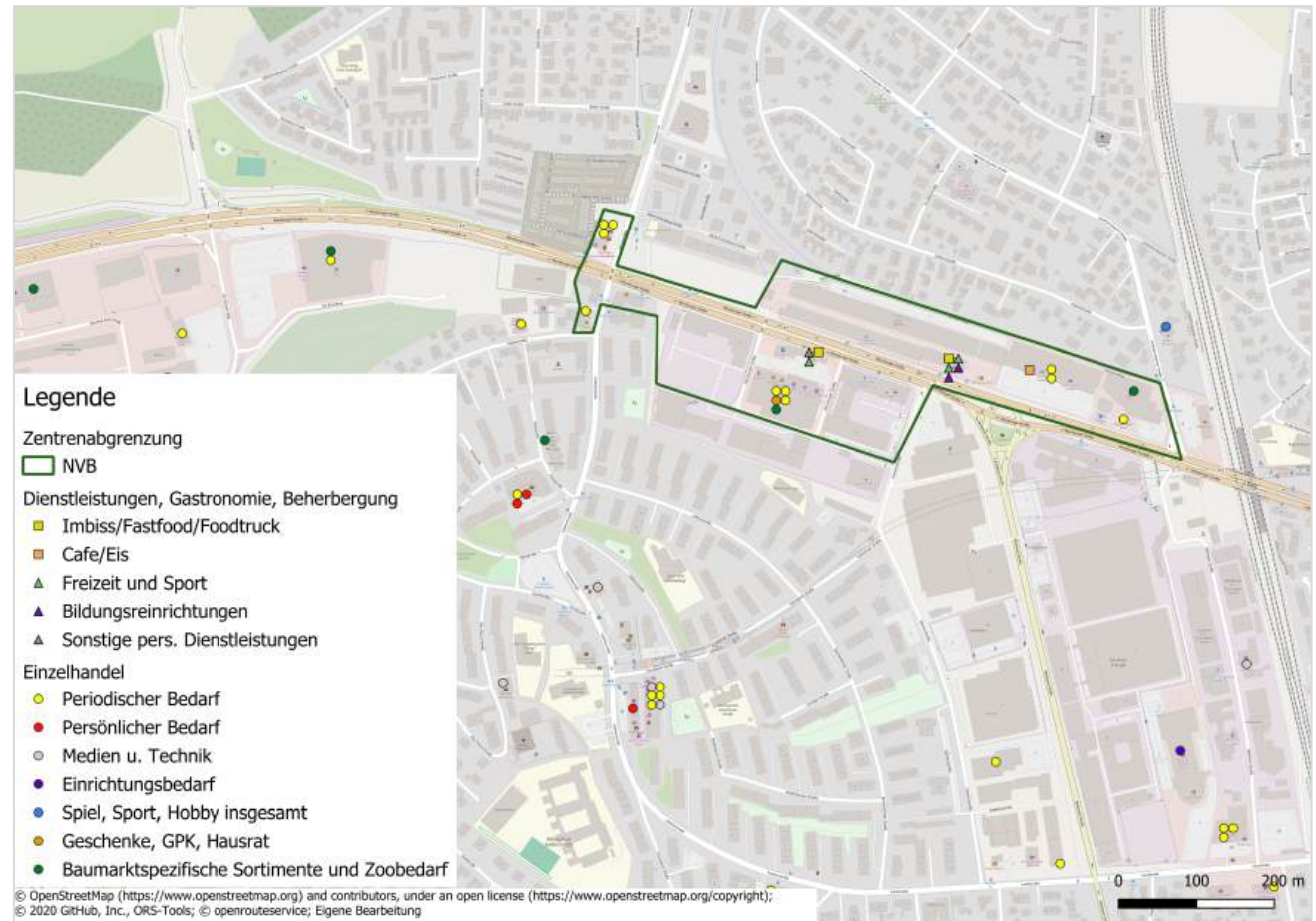


Abbildung 55: Abgrenzungsvorschlag Nahversorgungsbereich Hardhöhe

### **3.5 Entwicklung von Leitlinien und Zielen**

Aus den bisherigen Ergebnissen lassen sich folgende Leitlinien-Vorschläge für die weitere Entwicklung des Fürther Einzelhandels ableiten:

#### **1. Erhalt und Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt Fürth innerhalb der Metropole Nürnberg-Fürth-Erlangen-Schwabach**

Die überwiegend hohen Zentralitätskennziffern belegen die Magnetwirkung des Fürther Einzelhandels. Diese Stärke muss durch gezielte Entwicklungen gestützt werden, auch um die Stellung der Stadt Fürth im Kontext der konkurrierenden Metropolstädte abzusichern. Dabei gilt es, bestehende Entwicklungspotenziale im Einklang mit der Sicherung der Entwicklungspotenziale im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt umzusetzen. Gleichzeitig müssen die Stärken der Innenstadt weiter gefördert werden.

#### **2. Stärkung des Images des Einzelhandelsstandortes FÜRTH**

Dank der positiven Entwicklungen im städtischen Einzelhandel (insb. Neue Mitte, Hornschuchcenter, Carré Fürther Freiheit, Fürther Markt, EKZ Flair) hat die Einkaufsstadt Fürth in den vergangenen Jahren deutlich an Gewicht und Profil gewonnen. Diese Stärke gilt es offensiv nach außen zu kommunizieren und das Image des Einzelhandelsstandorts weiterzuentwickeln. Es muss deutlich werden, welche Chancen sich für den Einzelhandel in der Stadt FÜRTH eröffnen, auch und gerade vor dem Hintergrund leistungsfähiger Wettbewerbstädte in der Region. Auf diese Weise kann es gelingen, Anbieter auf FÜRTH aufmerksam zu machen, welche die Stadt aktuell noch nicht 'auf dem Schirm' haben, sowie auch Neugründungen im Einzelhandel zu fördern.

#### **3. Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf den ZVB Innenstadt**

Der Einzelhandelsstandort Innenstadt hat in den vergangenen Jahren einen deutlichen Schub in qualitativer und z.T. auch quantitativer Hinsicht erfahren. Diese positive Entwicklung gilt es fortzuführen und durch eine weiterhin sortimentspezifisch gesteuerte Ansiedlungspolitik im übrigen Stadtgebiet abzusichern. Die Weiterentwicklung des ZVB genießt nach wie vor oberste Priorität.

#### **4. Stärkung der Funktionsvielfalt im ZVB Innenstadt**

Die Attraktivität der Fürther Innenstadt speist sich maßgeblich aus der räumlichen Konzentration unterschiedlichster Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeitangebote, öffentliche Einrichtungen, Gastronomie) in Verbindung mit einem städtebaulich ansprechenden und abwechslungsreichen Umfeld. Diese dem Leitbild der Europäischen Stadt entsprechende Funktionsvielfalt gilt es daher auch zukünftig zu stärken und weiterzuentwickeln.

#### **5. Erhalt und Stärkung einer hierarchisch gegliederten Angebotsstruktur mit jeweils zugeordneten Versorgungsfunktionen**

Einzelhandels- und Gewerbeentwicklungspotenziale sollen sich räumlich, funktional und angebotsseitig an bestehenden Angeboten orientieren sowie prioritär innerhalb der zentralen Versorgungsstrukturen realisiert werden. Zusätzliche nicht zentrenrelevante Sortimente außerhalb zentraler Versorgungsstrukturen (ZVB, STZ oder NVB) sind räumlich und funktional an bestehende Einzelhandelsstandorte (Sonderstandorte) anzugliedern. Eine zusätzliche Zersiedelung innerhalb der Fürther Einzelhandelslandschaft sollte vermieden werden.

#### **6. Erhalt der einzelhändlerischen bzw. gewerblichen Entwicklungspotenziale in zentralen Versorgungsbereichen**

Zur Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sollen vorhandene Entwicklungspotenziale (Ladenleerstände) in den ausgewiesenen Zentren einzelhändlerischen bzw. sonstigen gewerblichen Nutzungen vorbehalten bleiben. Die Umnutzungen von Gewerbeflächen in Erdgeschosslagen, z.B. zu

Wohnzwecken, ist im ZVB Innenstadt und in den Nahversorgungsbereichen zu vermeiden.

#### **7. Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Einzelhandelsstandorten (Sonderstandorte) für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft**

Die ergänzenden, meist in städtebaulich nicht integrierter Lage befindlichen Sonderstandorte leisten mit ihren überwiegend nicht zentrenrelevanten Angeboten einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität der Einkaufsstadt FÜRTH und ihrer regionalen Ausstrahlungskraft. Flächenerweiterungen oder Umnutzungen innerhalb der nicht zentrenrelevanten Sortimente sind daher z.B. im Rahmen von Maßnahmen zur Bestandssicherung möglich. Grundsätzlich zu vermeiden sind hingegen Angebotserweiterungen im Bereich zentrenrelevanter (Rand-) Sortimente. Neuansiedlungen von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten vorrangig auf bestehende Sonderstandorte konzentriert werden, um einer weiteren räumlichen Zersplitterung der Fürther Einzelhandelslandschaft mit ihren negativen Begleiterscheinungen entgegenzuwirken. Neuansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungs- und

zentrenrelevanten Kernsortimenten sind an allen bestehenden Sonderstandorten bzw. sonstigen städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet auszuschließen.

#### **8. Sicherung und Weiterentwicklung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs**

Die insgesamt gute Versorgungsqualität der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs wird maßgeblich durch zahlreiche über das Stadtgebiet verteilte Nahversorgungsbereiche und ergänzende integrierte Nahversorgungsstandorte ‚getragen‘. Um das bestehende Versorgungsniveau zu erhalten und auszubauen, sind Flächenerweiterungen im Bereich nahversorgungsrelevanter Kernsortimente zur Absicherung des vorhandenen Bestands zuzulassen, sofern deren ökonomische und städtebauliche Auswirkungen auf andere relevante integrierte Nahversorgungsbereiche und –standorte vorab untersucht und als verträglich bewertet wurden. Neuansiedlungen im Bereich nahversorgungsorientierter Kernsortimente auch außerhalb bestehender Nahversorgungsbereiche sind grundsätzlich möglich, sofern sie einen signifikanten Beitrag zur Schließung von Versorgungslücken bzw. einer auch quali-

tativen Verbesserung der fußläufigen Versorgungssituation der umliegenden Wohnquartiere leisten und hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die bestehenden Nahversorgungsstrukturen als verträglich einzustufen sind. In Bereichen/Ortsteilen, in denen die Ansiedlung eines qualifizierten Nahversorgungsangebotes aus absatzwirtschaftlichen und standort-/immobilienrechtlichen Gründen wenig aussichtsreich erscheint, bedarf es der Prüfung alternativer Nahversorgungsmöglichkeiten. In diesem Rahmen sind zunächst die konkreten Bedarfe der Bevölkerung vor Ort in Erfahrung zu bringen.

Um die **Leitlinien und Ziele in die konkrete Planungspraxis zu integrieren**, sind aus Gutachtersicht folgende **Umsetzungsschritte erforderlich bzw. zu empfehlen**:

1. Verabschiedung des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts als städtebauliches Entwicklungskonzept (informelle Planungsgrundlage für die weitere bauleitplanerische Steuerung des Einzelhandels) durch den Fürther Stadtrat. Hierzu sind aus Gutachtersicht Beschlüsse zu folgenden Punkten zu fassen:
  - Leitlinien und Ziele;
  - Vorschlag zur Zentrenhierarchie und -struktur 2024;
  - Fürther Sortimentsliste (2024).
2. Leitlinien und Ziele (insb. 3-8) sind bei der Formulierung der Festsetzungen in neu aufzustellenden Bebauungsplänen konkret zu berücksichtigen.

3. Ältere Bebauungspläne mit Einzelhandelsbezug sind im Einzelfall auf die Übereinstimmung mit der Zielausrichtung des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu prüfen und ggf. anzupassen.

### 3.6 Nutzungsbewertung für Gewerbe- und Dienstleistungsflächen

#### **Methodische Vorbemerkung**

Im Folgenden werden zwei leerstehende Einzelhandelsflächen in der Innenstadt Fürth näher ‚ins Auge gefasst‘. Hierbei handelt es sich nicht um kurzfristig leerstehende Objekte aufgrund ‚natürlich‘ auftretender Fluktuation im Marktgefüge, sondern eher um Leerstände struktureller Natur<sup>72</sup>.

Die betrachteten Standorte sind zum einen die Schwabacher Straße 11/13, ehemaliger H&M-Standort sowie Würzburger Straße 6, ehemaliger Saturn-Standort innerhalb des ZVB Innenstadt.

Die Bewertungen der Objekte umfasst folgende drei Hauptkategorien mit den dazugehörigen Unterkategorien:

#### **Standortqualität**

- Lage;
- Flächengröße;
- Kundenfrequenz (fußläufig, Pkw);
- Sichtbarkeit des Objektes;
- Stellplatzsituation/Parkplatznähe;
- Nutzungsdichte und -umfeld.

#### **Funktionalität**

- Flächenzuschnitt;
- Ausstattung;
- Zugang.

#### **Optischer Zustand**

- Zustand Fassade;
- Zustand Schaufenster;
- Zustand Innenräume.

Zudem wird eine gutachterliche Einschätzung zur Realisierung möglicher Nachnutzungsoptionen für die folgenden Kategorien gegeben:

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Büro/Praxen
- Wohnen
- Freizeitnutzungen<sup>73</sup>

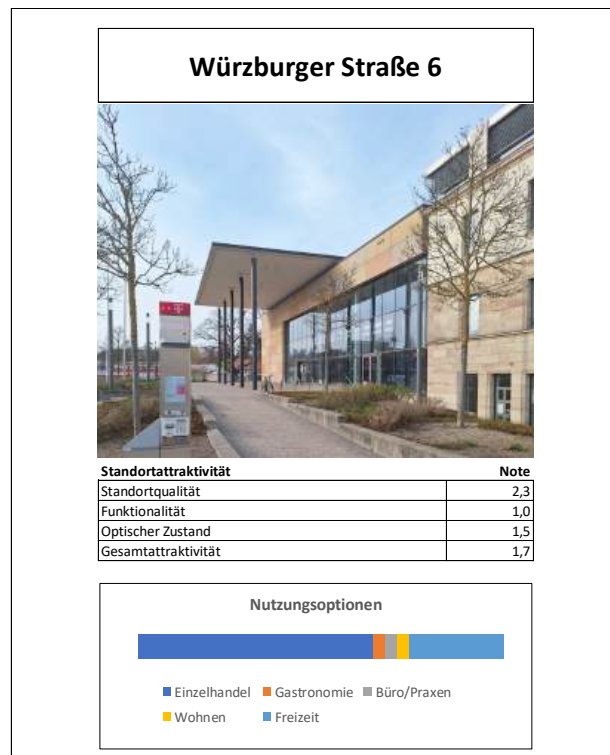
Zur Bewertung der Objekte wurde auf Kenntnisse aus der Vergangenheit zurückgegriffen, da die Räumlichkeiten und Flächen zum Zeitpunkt der Bearbeitung nicht begehbar waren.

---

<sup>72</sup> Unter strukturellen Leerständen versteht man weithin Leerstände, die aufgrund besonderer objekt- oder standortseitiger Umstände schwieriger an Nachnutzungen herangeführt werden können als andere. Meist handelt es sich um großflächige Leerstände wie größere Textilanbieter und Warenhäuser, etc.

<sup>73</sup> Hierzu zählen wir z. B. Sport-Angebote (bspw. Boulderhallen), Indoor-Spielplätze sowie kulturelle Nutzungen, etc.

### 3.6.1 Würzburger Straße 6 – ehemaliger Saturn-Standort

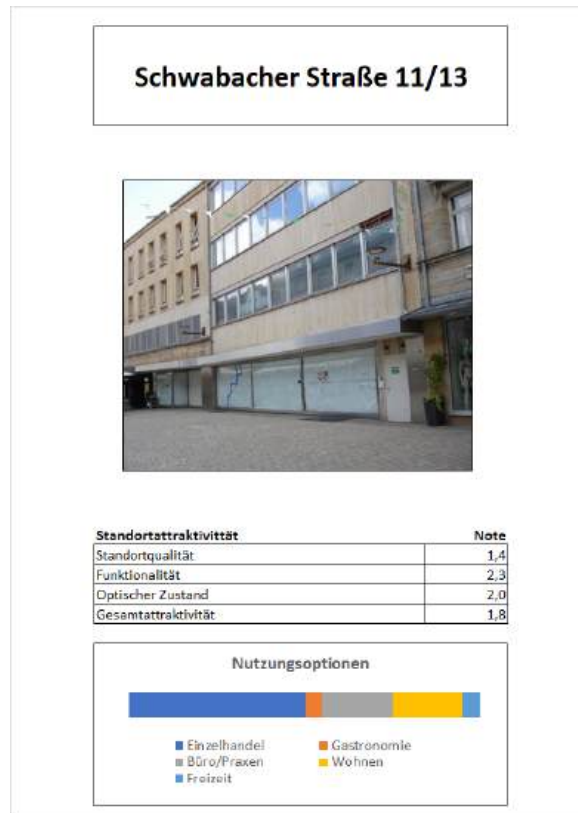


An der nordöstlichen 'Spitze' des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, an der Würzburger Straße 6, befand sich noch bis April 2021 eine Filiale des Elektronikhändlers Saturn. Die Filiale blickte auf eine langjährige Tradition im Einzelhandelsgefüge der Stadt FÜRTH zurück und das nun leerstehende Objekt, welches zwischenzeitlich - auch zum Zeitpunkt der Erhebung - als Unterkunft für geflüchtete Personen diente, besetzt einen prominenten Standort mit hervorragender Sichtenbindung vom Hauptverkehrsträger Würzburger Straße. Die Fläche umfasst ca. 3.500 m<sup>2</sup> VKF (aus älteren Erhebungsdaten der SK). Bei den Vor-Ort-Begehungen ließ sich erkennen, dass sich die grundlegende Objektsituation (Zuschnitt der Fläche, Aufteilung der Innenräume) auch durch die Zwischennutzung nicht wesentlich verändert hat, weshalb sich eine erneute Belegung durch Einzelhandel am Standort, u. a. auch durch die vorhandene Tiefgarage sowie hervorragende Pkw- und ÖPNV-Erreichbarkeit (U-Bahn-Haltestelle Stadthalle/Bushaltestelle Kulturforum), anbietet. Anhand des Erscheinungsbildes der Immobilie, der Lage und auch der Umfeldstrukturen (Kino Uferpalast Fürth, Kulturforum Fürth) kämen zwar rein standort- und immobilienseitig auch andere kulturelle Nutzungen (z. B. Konzertsaal, Theater, etc.) in Frage, diese würden jedoch mit dem vielfältig vorhandenen

Kulturangeboten der Gesamtstadt in Konkurrenz stehen.

Insgesamt besitzt der Standort aufgrund der sehr günstigen Lage im Stadtgebiet, der vorhandenen Tiefgarage und nicht zuletzt auch durch die ehemalige Belegung durch Saturn eine hohe Attraktivität v. a. für eine Wiederbelegung durch Einzelhandel. Auch aufgrund der Randlage des Objektes im ZVB Innenstadt sind im Rahmen einer möglichen einzelhändlerischen Nachbelegung ökonomische und städtebauliche Auswirkungen auf die Fürther Zentrenstruktur zu untersuchen.

### 3.6.2 Schwabacher Straße 11/13 – ehemaliger H&M-Standort



Inmitten des Zentralen Versorgungsbereichs an der Schwabacher Straße 11/13 entstand im Zuge der Verlagerung der H&M-Filiale in das EKZ Flair im Jahr 2021 ein prägnanter Leerstand in der Fürther Innenstadt. Aus vorliegenden älteren Erhebungsdaten der SK Standort & Kommune geht hervor, dass sich die ehemalige H&M-Filiale auf etwa 1.200 m<sup>2</sup> VKF – verteilt auf zwei Ebenen - erstreckte. Aktuell befindet sich das Objekt im Umbau. Die Planungen sehen nach Angaben der Stadtverwaltung Einzelhandel im Erdgeschoss (rd. 430 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Wohnnutzungen im Obergeschoss vor. Grundsätzlich wären aus gutachterlicher Sicht Mischkonzepte zur Wiederbelebung des Leerstandes möglich.

In der Gesamtschau der Objekt- und Standort-situation lassen sich gutachterlich sehr gute Voraussetzungen für eine erneute Belegung durch Einzelhandel im Erdgeschoss attestieren. In den Obergeschossen stellen Nachnutzungen durch Büros/Praxen bzw. Wohnungen geeignete Optionen dar.

### 3.7 Nahversorgungskonzept

#### 3.7.1 Kurzskeizze zum gesamtstädtischen Angebot im periodischen Bedarfsbereich

Lt. der im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durchgeführten Einzelhandelserhebung<sup>74</sup> verfügt die Stadt FÜRTH im Bereich des periodischen Bedarfs über eine Verkaufsflächenausstattung von rd. 68.950 m<sup>2</sup>. Das Gros entfällt dabei mit rd. 55.650 m<sup>2</sup> auf die Warengruppe Lebensmittel, Genussmittel und Reformwaren, während in den Warengruppen Gesundheits- und Körperpflege sowie übriger periodischer Bedarf (Zeitschriften, Schnittblumen) rd. 11.800 bzw. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zum Angebot stehen. Aus dem Zeitreihenvergleich (vgl. nebenstehende Abbildung) geht hervor, dass der Verkaufsflächenbestand in der Warengruppe Lebensmittel, Genussmittel, Reformwaren gegenüber 2009 einen deutlichen Zuwachs von rd. 27 % verzeichnete und nahezu auf demselben Niveau wie im Jahr 2017 rangiert (vgl. Abb. rechts).

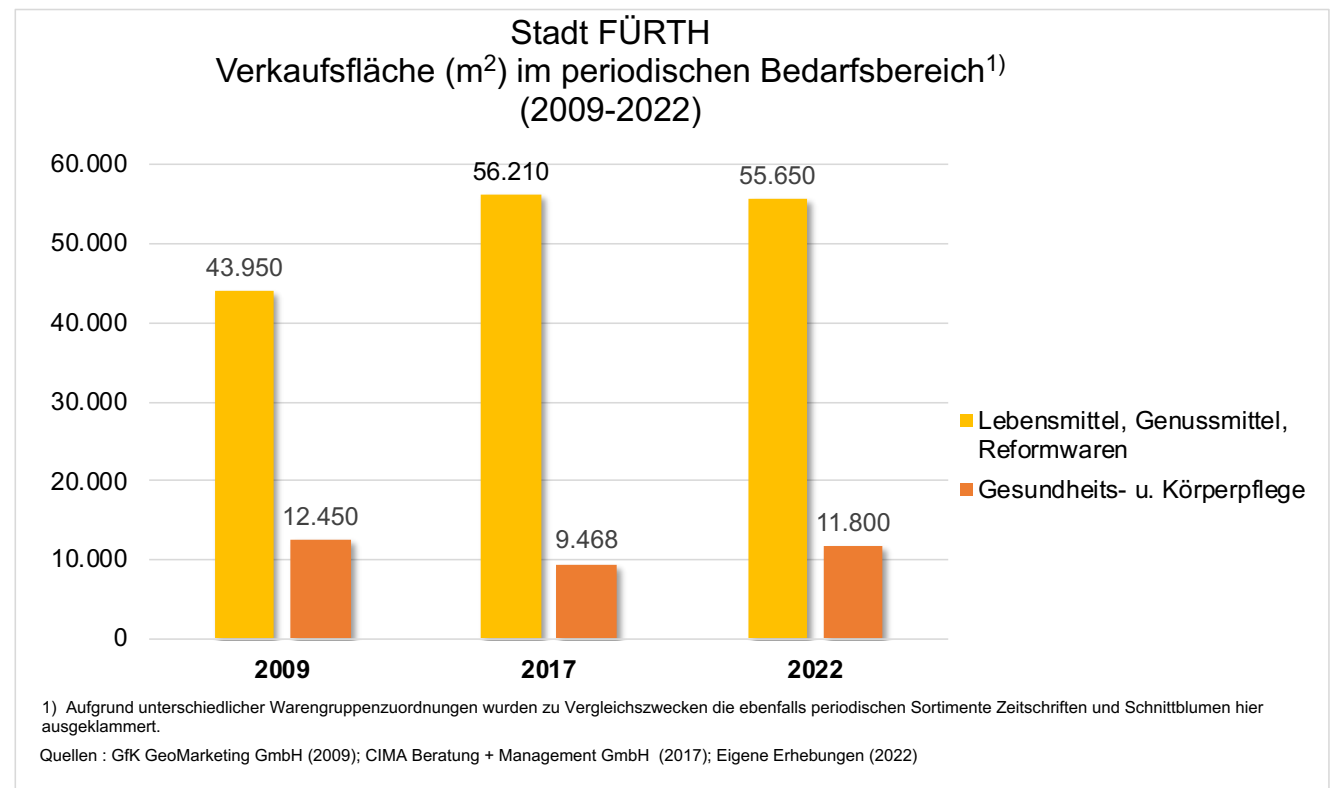


Abbildung 56: Entwicklung der Verkaufsfläche im periodischen Bedarfsbereich in der Stadt FÜRTH (2009-2022)

<sup>74</sup> Datenstand: November/Dezember 2022.

Diese per saldo positive Entwicklung ist in erster Linie auf zwischenzeitlich erfolgte Erweiterungen im Bestand der maßgeblichen Anbieter (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter) und Neuzugänge im übrigen Stadtgebiet (u.a. ebl/Norma im Stadtteil Hardhöhe, Nahversorgungszentrum Unterfürberg mit Norma, dm, Bäcker und Metzger) sowie auch im ZVB Innenstadt (z.B. Rewe in der Neuen Mitte, denn's und Lidl im EKZ Flair, Fürther Markt als ‚quasi stationäres‘ Angebot) zurückzuführen (vgl. Abb. rechts).

Demgegenüber sank die Verkaufsfläche im Bereich Gesundheits- und Körperpflege gegenüber 2009 leicht um rd. 5 %. Nachdem die Flächenabgänge im Zusammenhang mit der Schlecker-Insolvenz im Jahr 2012 v.a. durch mehrere Neuzugänge im Bereich Drogeriewaren (Parfümerie Rituals in der Neuen Mitte; dm im EKZ Flair und in Unterfürberg; Rossmann im Hornschuch-Center bzw. in der Hans-Vogel- und Erlanger Straße) bis 2022 mehr als ausgeglichen werden konnten, dürfte dieser Rückgang v.a. der Schließung einiger Apotheken (v.a. im ZVB Innenstadt) geschuldet sein.

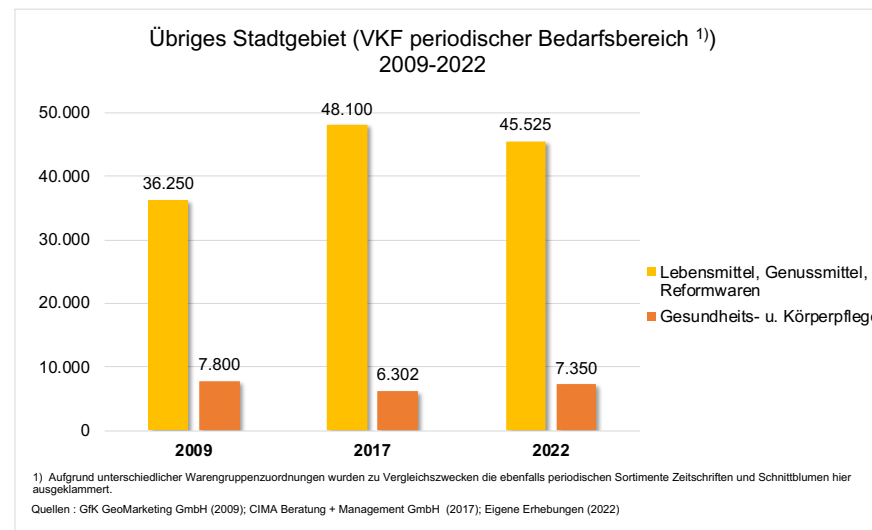


Abbildung 57: Verkaufsflächenentwicklung im periodischen Bedarfsbereich 2009-2022 (übriges Stadtgebiet)

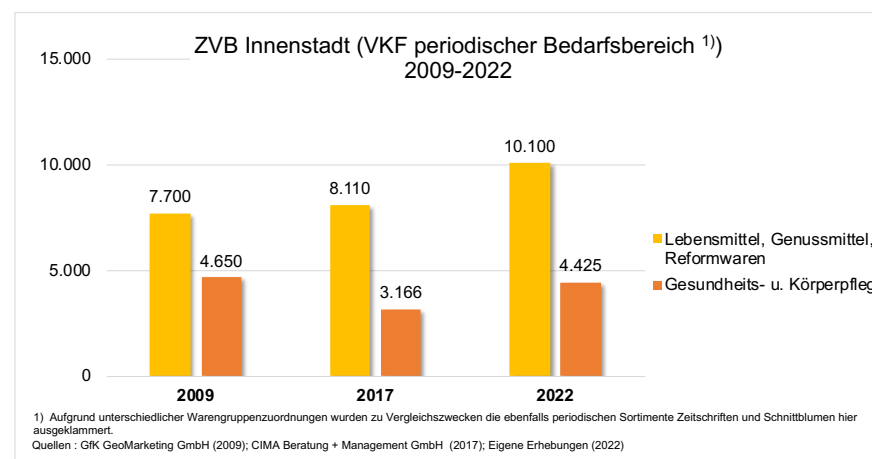


Abbildung 58: Verkaufsflächenentwicklung im periodischen Bedarfsbereich 2009-2022 (ZVB Innenstadt)

Setzt man die skizzierte Verkaufsentwicklung im periodischen Bedarfsbereich ins Verhältnis zur Bevölkerung (Verkaufsfläche pro Kopf), so fällt auf, dass die Angebotserweiterungen im Bereich Lebensmittel mit der positiven Bevölkerungsentwicklung der Stadt FÜRTH seit 2009 nicht nur Schritt gehalten haben, sondern darüber hinaus auch in eine rein rechnerisch höheren Pro-Kopf-Ausstattung gemündet sind (vgl. nachfolgende Abbildung). Im Bereich Gesundheits- und Körperpflege hat sich die Pro-Kopf-Ausstattung im Vergleich zu 2009 leicht verringert, rangiert jedoch wiederum leicht höher als im Jahr 2017.

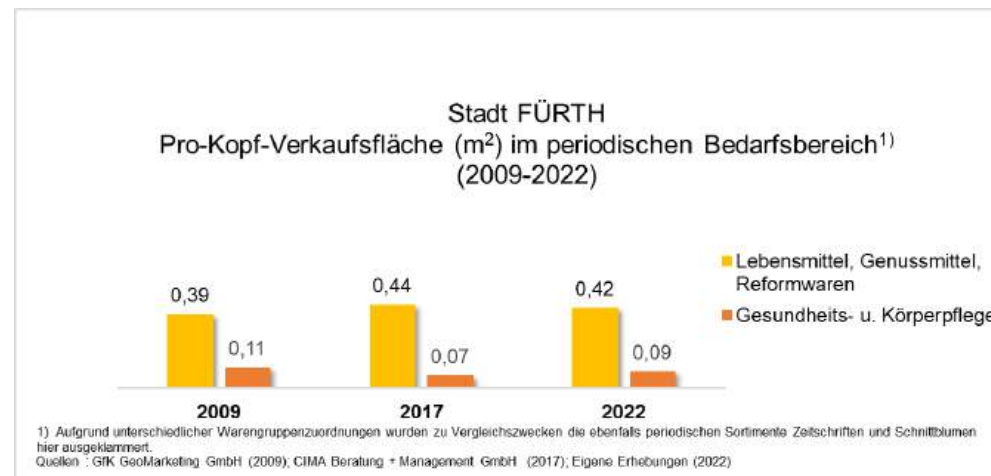


Abbildung 59: Entwicklung der Pro-Kopf-Ausstattung im periodischen Bedarfsbereich in der Stadt FÜRTH (2009-2022)

Um die daraus resultierende Frage nach der Bedeutung dieser Ausstattungskennziffer beantworten zu können, erscheint der Rückgriff auf Vergleichswerte zunächst einmal naheliegend. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass die Aussagekraft derartiger Vergleiche Einschränkungen unterliegt. Die durchschnittliche Ausstattung mit Verkaufsflächen des periodischen Bedarfs in Deutschland (derzeit rd. 0,5 m² je Einwohner) als Vergleichs- und Orientierungsgröße heranzuziehen und die örtliche Ausstattung daran zu messen, ist beispielsweise wenig hilfreich. Die Realität zeigt, dass die Verkaufsflächenausstattungen im periodischen Bedarf je nach Zentralität des Ortes und der Versorgungsbedeutung für die Region großen Schwankungen unterliegen. Als Gründe lassen sich hierfür z.B. die unterschiedliche Genehmigungspraxis in Städten, der Expansions- und Wettbewerbsdruck der Anbieter, die Verfügbarkeit geeigneter Flächen und nicht zuletzt das jeweilige Einzugsgebiet dieser Angebote anführen. Ein Vergleich der Ausstattungskennziffern kann daher nur erste Hinweise geben, ob

bzw. inwieweit sich ein städtisches Nahversorgungsangebot innerhalb eines für die Zentralitätsstufe erwartbaren Rahmens einordnet. Dabei ist auch der räumliche Kontext sprich die regionale Wettbewerbssituation mit zu berücksichtigen. Im konkreten Fall bedeutete dies, dass der Fokus auf solche Vergleichsstädte gelenkt wurde, die nicht nur hinsichtlich ihrer Einwohnergröße und Zentralitätsstufe sondern auch ihrer räumlichen Lage in der Nähe eines größeren Oberzentrums gewisse Ähnlichkeiten zur Stadt FÜRTH aufwiesen. Um diese Werte wiederum besser einordnen zu können, wurden zusätzlich noch zwei Oberzentren recherchiert, die aufgrund ihrer recht deutlichen Distanz zu nächstgelegenen Oberzentren (Stichwort ‚Insellage‘) ein dementsprechend größeres Marktgebiet adressieren.

Dies vorausgeschickt, lässt sich aus dem Städtevergleich (siehe untenstehende Tabelle) insgesamt entnehmen, dass die Stadt FÜRTH mit einer Pro-Kopf-Verkaufsfläche im periodischen Bedarfsbereich von rd. 0,51 m<sup>2</sup> über ein für annähernd vergleichbare Oberzentren angemessenes Ausstattungsniveau verfügt. Mit zunehmender Distanz zu regionalen Wettbewerbsstädten steigt grundsätzlich auch das Ausstattungsniveau der Oberzentren. Diese Effekte zeigen sich insbesondere bei den Oberzentren Würzburg und Ingolstadt, welche im Vergleich zur Stadt FÜRTH jeweils deutlich größere Marktgebiete adressieren.

WG	Warengruppenbezeichnung (SK)	Fürth (2022) 131.433 Einwohner, Stand 31.12.22		Neuss (2015) 158.268 Einwohner, Stand 31.12.14		Würzburg (2021) 130.455 Einwohner, Stand 31.12.19		Ingolstadt (2016) 133.500 Einwohner, Stand 2016		Hanau (2017) 95.370 Einwohner, Stand 31.12.16		Heilbronn (2022) 128.999 Einwohner, Stand 31.12.20	
1-2	Lebensmittel, Genussmittel, Reformwaren/Gesundheits- und Körperpflege	67.450	0,51	73.855	0,47	78.200	0,60	86.293	0,65	56.608	0,59	68.090	0,53

Quellen:

SK 2022 (Fürth), Junker+Kruse 2021 (Würzburg), CIMA 2016 (Ingolstadt, Hanau), GMA 2022 (Heilbronn), Dr. Jansen 2015 (Neuss)

Abbildung 60: Ausstattungskennziffern (VKF im periodischen Bedarfsbereich gesamt und pro Kopf in m<sup>2</sup> im Städtevergleich)

### 3.7.2 Nahversorgungsanalyse Stadt FÜRTH

#### Methodische Vorbemerkung

Grundlegende Voraussetzung zur Bewertung der derzeitigen Nahversorgungssituation in der Stadt FÜRTH ist zunächst einmal ein Verkaufsflächenrichtwert bezogen auf einen nahversorgungsorientierten Betrieb, der eine **qualifizierte wohnortnahe Grundversorgung** mit Gütern des täglichen Bedarfs überhaupt erst gewährleisten kann. Aus Gutachtersicht ist dies erst ab einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m<sup>2</sup> gegeben. Um den Besonderheiten in der Fürther Angebotsstruktur, welche auch kleinere Lebensmitteldiscounter mit Versorgungsfunktion v.a. für umliegende Wohnquartiere umfasst, gerecht zu werden, erschien es angezeigt, diesen ‚Schwellenwert‘ auf 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zur verringern. Vor diesem Hintergrund rücken in FÜRTH die Betriebsformen Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter in den Fokus der Betrachtung. Um deren Nahversorgungsbedeutung insbesondere für jene Bevölkerungsgruppen zu bewerten, die ihre Einkäufe zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigen (müssen), haben die Gutachter mittels

einer GIS<sup>75</sup>-gestützten Berechnung fußläufig bzw. radmobil noch akzeptierte räumliche Bereiche (Echtwegedistanzen, keine Radien, vgl. hierzu auch Kap. 3.3 zur Methodik) um die jeweiligen Nahversorger (ab 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ‚gezogen‘. Um die jeweilige Nahversorgungsbedeutung der Betriebe besser ‚herauslesen‘ zu können, wurden die **fußläufigen und radmobilen Bereiche überschneidungsfrei abgegrenzt**, d.h. der Versorgungsbereich eines Nahversorgers endet an den Punkten, von denen aus die Kunden eine kürzere Distanz zu einem anderen Nahversorger zurücklegen müssen. Im nächsten Untersuchungsschritt wurde unter Rückgriff auf kleinräumige Strukturdaten<sup>76</sup> die Bevölkerungsgröße in den jeweiligen fußläufigen bzw. radmobilen Versorgungsbereichen bzw. in den bestehenden Versorgungslücken bestimmt.

Auf dieser methodischen Grundlage werden nun in diesem Kapitel die bestehende Nahversorgungssituation und der Grad der räumlichen Abdeckung mit fußläufig bzw. radmobil erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangeboten dargestellt und bewertet.

#### 3.7.2.1 Zentren- und Nahversorgungsstrukturen

Die Betreiberkonzepte der Nahversorger, aber auch das Einkaufsverhalten der Bevölkerung haben sich in den letzten Jahrzehnten deutlich verändert. Autoorientierte Angebote, vielfach an den Stadträndern positioniert, dominieren die meist kleinflächigen Angebote in den Stadtteilzentren. Dabei wächst grundsätzlich der Verkaufsflächenbedarf der jeweiligen Anbieter, sodass bereits Discounter mit früher rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nun etwa 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (z.T. auch mehr) benötigen. In ähnlicher Form, nur mit größeren Flächen gilt dies auch für die Vollsortimenter (Supermärkte). Diese Wettbewerbssituation erschwert die wirtschaftliche Existenz kleinerer, wohnortnaher Betreiber, die durch die städtebauliche Situation und durch ein begrenztes Nahpotenzial wenig Anpassungsspielraum besitzen. Gleichzeitig ist feststellbar, dass seit Beginn der 1990er Jahre die Preis- und Erlebniseinkaufsorientierung der Verbraucher den rein nahräumlichen Versorgungseinkauf bedrängt. Hierzu trägt vor allem die verbesserte Mobilität der Konsumenten bis ins hohe Alter bei. Daraus wird oft geschlossen, dass eine wohnortnahe Versorgung in ihrer

<sup>75</sup> Akronym für Geografische Informationssysteme.

<sup>76</sup> Berechnung auf Basis des Global Human Settlement-Layers (Europäische Kommission) aus dem Jahr 2022 (Datenstand 2020).

Bedeutung verliert. Dies gilt sicher für sehr ländliche Räume. In städtischen Zentren ist aus unserer Sicht die wohnortnahe Grundversorgung weiterhin ein wichtiger Bestandteil der Daseinsgrundfunktionen. Deshalb sollte die Stadt FÜRTH sehr sorgfältig den Nahversorgungsbedarf der Bürger ‚im Auge‘ behalten. Zur Beurteilung des zukünftigen Bedarfs ist zudem die weitere Bevölkerungsentwicklung auf Grundlage der seitens der Stadt FÜRTH übermittelten Informationen zu Wohngebietsplanungen zu berücksichtigen (vgl. nebenstehende Tabelle).

Stadtbezirk/Lage	Mögl. EW-Potenzial
07 Dambach und Unterfürberg	2.660
08 Oberfürberg	3.060
Poppenreuther Str. 50 (ehem. Vapiano)	240 <sup>1)</sup>
<b>Summe</b>	<b>5.960</b>

<sup>1)</sup> Gutachterlicher Schätzwert auf Basis der geplanten Wohneinheiten (120) und eines durchschnittlichen Besetzungsgrads von 2 Personen je Wohneinheit.

Tabelle 9: Wohnbaupotenziale in der Stadt FÜRTH

### 3.7.2.2 Die Versorgungsqualität

#### Methodische Hinweise

Wie eingangs bereits erläutert erschwert die harte Wettbewerbssituation in der Lebensmittelbranche in wenig verdichteten Räumen die wirtschaftliche Existenz kleinerer, wohnortnaher Betreiber, die durch die städtebauliche Situation und durch ein begrenztes Nahpotenzial wenig Anpassungsspielraum besitzen. Die großen Supermärkte wie Rewe oder Edeka versuchen deshalb, in potenzialstarken Räumen mit Kleinkonzepten ihre Marktposition weiter zu festigen. Kleinere Discounter/Supermärkte, z.T. mit ethnischer Orientierung, sind bemüht, hier ihre Lücken zu finden.

Die Abhängigkeit der Verfügbarkeit vom vorhandenen Potenzial belegt auch die Studie der BBSR<sup>77</sup>:

Der allgemeine Gradmesser der kommunalen Versorgungsqualität ist die fußläufige Nahversorgung. Nur Großstädte können annähernd eine umfassende fußläufige Versorgung bieten. Je kleiner die Kommune desto problematischer wird die Versorgungsdichte.

Diese Versorgungsoption ist nicht nur aus Sicht des demografischen Wandels von besonderer Bedeutung. Oft wird vergessen, dass aktuell etwa **22% der Haushalte in Deutschland keinen Pkw besitzen** (Statistisches Bundesamt 2023). Je städtisch verdichteter die Situation ist, desto stärker kann dieser Anteil (auf bis zu **51 % der Haushalte**) ansteigen (s. Untersuchung Städte in Bewegung, Agora Verkehrswende, 2020). Dies erklärt die zunehmende Beachtung der fußläufigen Abdeckung der Versorgung in den Kommunen. Dabei wird „fußläufige“ Erreichbarkeit mit einer Reichweite von etwa 600 - 800 Metern angenommen, die sich aus einer Zeitakzeptanz von ca. 10 Minuten bis zum nächsten Versorger ableitet. Eine Flächenabdeckung wird vielfach simuliert, indem 500 m

– Luftlinien-Radien um Versorger gezogen werden. Decken diese Radien das Gemeindegebiet ab, dann geht man von einer sehr guten wohnortnahen Versorgung aus.

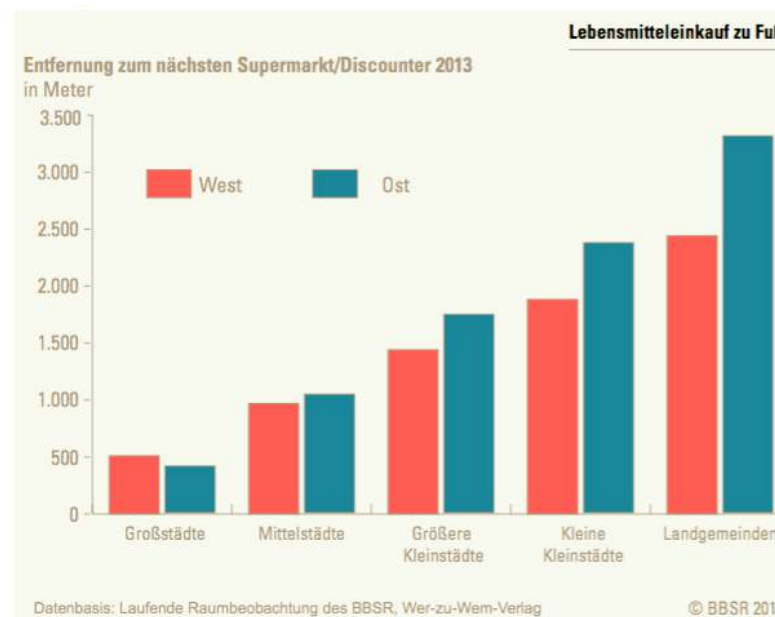


Abbildung 61: Entfernung zum nächsten Supermarkt/Lebensmitteldiscounter

Dabei werden zwei Aspekte außer Acht gelassen:

1. Problematisch wird diese Bewertung, wenn das Stadtgebiet von Barrieren (Bahnlinien, Flussläufe, Firmengelände, etc.) durchzogen ist. Dies ergibt nur eine scheinbare Abdeckung.

Deshalb verwendet SK reale fußläufige Strecken (entlang der Straßen bzw. Fußwege) und keine Radien.

2. Es sind nur in hoch verdichteten Wohngebieten genügend Bevölkerungspotenziale im engsten Radius vorhanden, damit Nahversorgungsanbieter absatzwirtschaftlich erfolgreich agieren können. In kleineren Gemeinden/Städten wird es so immer nur zu geringen Abdeckungsquoten kommen können.

Durch gestiegenes Gesundheits- und Umweltbewusstsein und zunehmende Vitalität bis ins hohe Alter findet das Fahrrad eine nun schon länger anhaltende neue Akzeptanz.

Während 22 % der Haushalte kein Auto besitzen, verfügen **rd. 78 % der Haushalte über mindestens ein Fahrrad ohne oder mit Motor** (Statistisches Bundesamt 2022). Mit

zunehmender Wohnortgröße steigt lt. Fahrrad-Monitor (2021) auch die regelmäßige Fahrradnutzung. So gaben **rd. 44 % der Befragten aus Großstädten** (ab 100.000 Einwohnern) an, **regelmäßig** mit dem Fahrrad unterwegs zu sein. Dabei nutzen **64 % das Fahrrad regelmäßig für Einkäufe und kurze Erledigungen**. Mit zunehmendem Alter nimmt die regelmäßige Fahrradnutzung ab (z.B. 32 % der 60-69-Jährigen).

Modal Split bei Einkaufswegen nach Wegelänge und Pkw-Verfügbarkeit  
Nur nicht-komplexe Wegekettten, die von der Wohnung ausgehen

	Wegelänge (km)												
	bis 0,2	0,2-0,4	0,4-0,6	0,6-0,8	0,8-1,0	1,0-1,5	1,5-2,0	2-3	3-5	5-7	7-10	10-20	>20
	kein Pkw im Haushalt												
zu Fuß	94	86	79	89	63	43	41	13	11	2	0	0	
Fahrrad	6	10	18	10	18	29	29	34	30	25	28	0	
MIV (Mitfahrer)	0	2	0	0	8	2	7	6	12	31	11	26	
MIV (Fahrer)	0	0	0	0	3	2	3	1	11	0	1	2	
ÖV	1	3	3	2	9	24	21	47	35	42	60	72	

Abbildung 62: Modal-Split bei Einkaufswegen

Gleichzeitig besteht gerade in diesen Altersgruppen ein steigendes Interesse an E-Bikes oder Pedelecs. In den akzeptierten Entfernungen orientieren wir uns an den Untersuchungsergebnissen des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)<sup>78</sup>:

Bei den akzeptierten Wegedistanzen zur Nahversorgung geben rd. 90 % noch eine fußläufige Entfernung von 0,6 bis 0,8 km an. Die radmobile Entfernung endet etwa bei 2 km. Dies veranlasst SK neben der fußläufigen Erreichbarkeit nun auch eine **radmobile Erreichbarkeit** der Nahversorger zu

<sup>78</sup> BBSR: Werkstatt Praxis Heft 76, Berlin 2011.

berechnen und darzustellen. Grundsätzlich gehen wir von einem Radfahrtempo von 15 km/h aus. Zu Fuß setzen wir ein Schrittempo von 3 km/h an.

### 3.7.2.3 Fußläufige Erreichbarkeit qualifizierter Nahversorgungsangebote

Aus der Zusammenschau der qualifizierten Nahversorgungsanbieter (ab ca. 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) in der Stadt FÜRTH und deren Erreichbarkeiten (600-800m Echtwegedistanz) geht hervor, dass der Großteil der Fürther Kernstadt über fußläufig erreichbare qualifizierte Nahversorgungsangebote verfügt (vgl. nebenstehende Abbildung). Somit kommen rd. 50-61 % der Fürther Bevölkerung ‚in den Genuss‘ fußläufig erreichbarer qualifizierter Nahversorgungsangebote.<sup>79</sup>

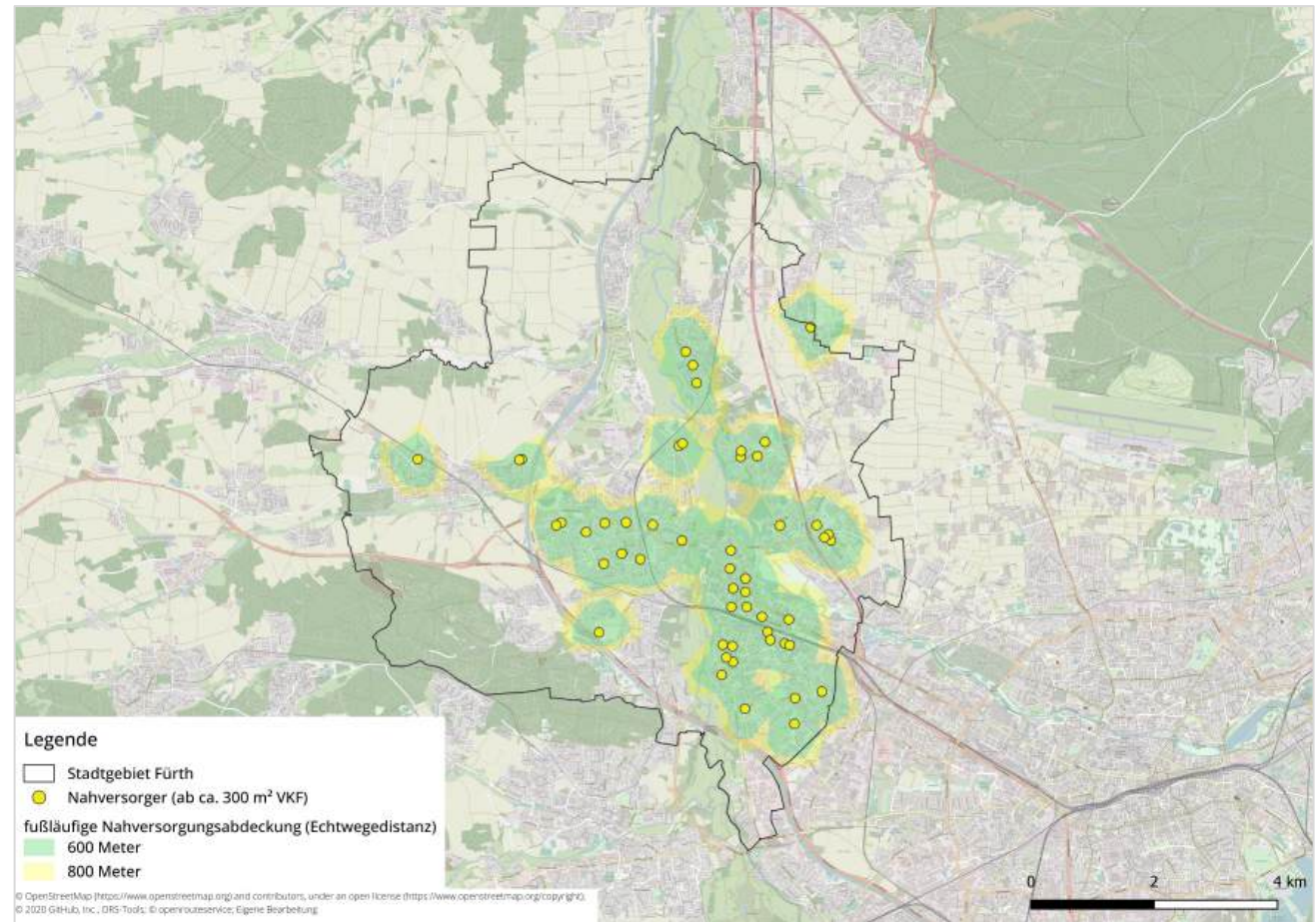


Abbildung 63: Abdeckung der Stadt FÜRTH mit fußläufig erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangeboten

Im Umkehrschluss bedeutet dies jedoch auch, dass rd. die Hälfte bzw. rd. 40 % der Bevölkerung in FÜRTH über keine fußläufig erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangebote verfügen. Fußläufige Abdeckungslücken zeigen sich dabei insbesondere in folgenden Stadtteilen und Bereichen:

- Vach
- Mannhof
- Herboldshof
- Atzenhof
- Ritzmannshof
- Flexdorf
- nördlicher Teilbereich von Stadeln
- Sack
- Braunsbach
- Kronach
- Ronhof (östlich der BAB 73)
- Espan
- Dambach
- Westvorstadt
- nördlicher Teilbereich von Unterfürberg
- Oberfürberg
- Heilstättensiedlung
- Eschenau
- zentrale Teilbereiche von Burgfarnbach
- Großteil von Kieselbühl
- Unterfarnbach

- Eigenes Heim

Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Problematik einer fehlenden fußläufigen Erreichbarkeit nicht in jedem Stadtteil gleichermaßen stark als ‚Mangel‘ wahrgenommen werden dürfte. So ist gerade in peripher gelegenen Stadtteilen/Bereichen mit vergleichsweise geringen Einwohnerdichten davon auszugehen, dass die dortige Bevölkerung über eine entsprechend hohe (Pkw-) Mobilität verfügt und somit die bestehenden Defizite hinsichtlich fußläufig erreichbarer Nahversorgungsangebote weniger stark ‚zu Buche‘ schlagen. Unterschiedlich stellt sich die Situation hingegen in dichter besiedelten ‚unterversorgten‘ Stadtteilen dar. Aus städtischer Sicht lassen sich daher folgende Stadtteile mit besonderem Handlungsdruck identifizieren, die im weiteren Verlauf der Untersuchung noch einer genaueren Betrachtung bedürfen:

- Vach
- Oberfürberg
- Dambach
- Westvorstadt
- Burgfarnbach

### 3.7.2.4 Unterstützende Abdeckungseffekte durch Bushaltestellen in Bereichen ohne fußläufig erreichbare qualifizierte Nahversorgungsangebote

Nachdem die dargestellten räumlichen Abdeckungslücken v.a. in ihrer Mobilität eingeschränkte, oftmals ältere oder alleinstehende Personen besonders betreffen, erscheint es angezeigt, die ÖPNV-Bedeutung für die Erreichbarkeit nächstgelegener qualifizierter Nahversorgungsangebote mit zu berücksichtigen. Hierzu wurden ausgehend von den vorhandenen Bushaltestellen in den 'unterversorgten' Stadtteilen/Bereichen (siehe Abb. rechts) jeweils 300m-Echtwegbereiche um jede Haltestelle, welche als noch zumutbare Distanz für Hin- und Rückweg angenommen wurden, abgegrenzt und miteinander verschnitten. Die Auswertung zeigt auf, dass in nahezu sämtlichen 'unterversorgten' Stadtteilen/Bereichen Zugangsmöglichkeiten zum städtischen Busangebot bestehen. Davon ausgehend haben die Gutachter die tatsächliche Erreichbarkeit nächstgelegener qualifizierter Nahversorgungsangebote aus den 'unterversorgten' Stadtteilen/Bereichen mit Busanbindung näher untersucht. Im Ergebnis ist festzustellen, dass aus nahezu allen 'unterversorgten' Stadtteilen/Bereichen mit Busanbindung mindestens

ein nächstgelegenes qualifiziertes Nahversorgungsangebot mit dem Stadtbus erreicht werden kann. Wenngleich zu berücksichtigen ist, dass die Busnutzung im Rahmen des Versorgungseinkaufs mit

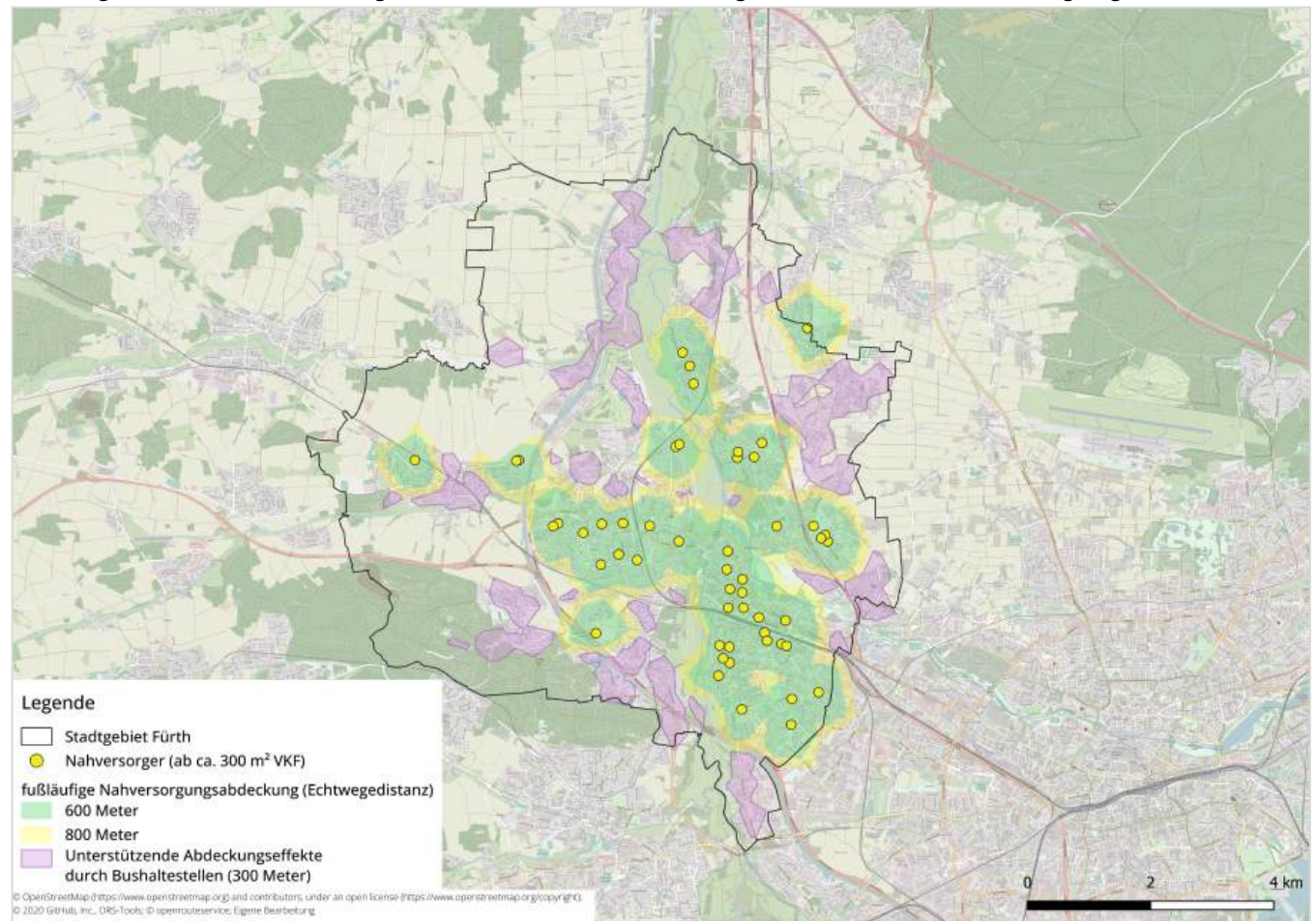


Abbildung 64: Unterstützende Abdeckungseffekte durch Bushaltestellen in Bereichen ohne fußläufig erreichbare qualifizierte Nahversorgungsangebote

gewissen zeitlichen und auch finanziellen Hürden verbunden ist, kann das städtische Busangebot aus Gutachtersicht dennoch einen wichtigen Beitrag zur ‚Abmilderung‘ bestehender räumlicher Versorgungslücken gerade für mobilitätseingeschränkte Bevölkerungsgruppen leisten.

### 3.7.2.5 Radmobile Erreichbarkeit qualifizierter Nahversorgungsangebote

Neben der fußläufigen Erreichbarkeit qualifizierter Nahversorgungsangebote, welche im Fokus der vorliegenden Nahversorgungsanalyse steht, darf die Bedeutung des Fahrrads zur Erledigung von Versorgungseinkäufen dennoch nicht ‚außer Acht gelassen‘ werden (vgl. Kap. 3.2). Die nebenstehende Abbildung zeigt daher ergänzend die Abdeckung des Fürther Stadtgebiets mit radmobil erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangeboten. Abgesehen von räumlichen Lücken in den Stadtteilen Vach, Mannhof, Atzenhof, Ritzmannshof und Flexdorf verfügt die Stadt FÜRTH über eine fast vollständige Abdeckung mit radmobil erreichbaren Nahversorgungsangeboten. Dieser hohe Grad der räumlichen Abdeckung drückt sich auch zahlenmäßig entsprechend aus. So ist für rd. 91 % der Fürther Bevölkerung die Möglichkeit einer radmobilen Erreichbarkeit qualifizierter Nahversorgungsangebote gegeben.

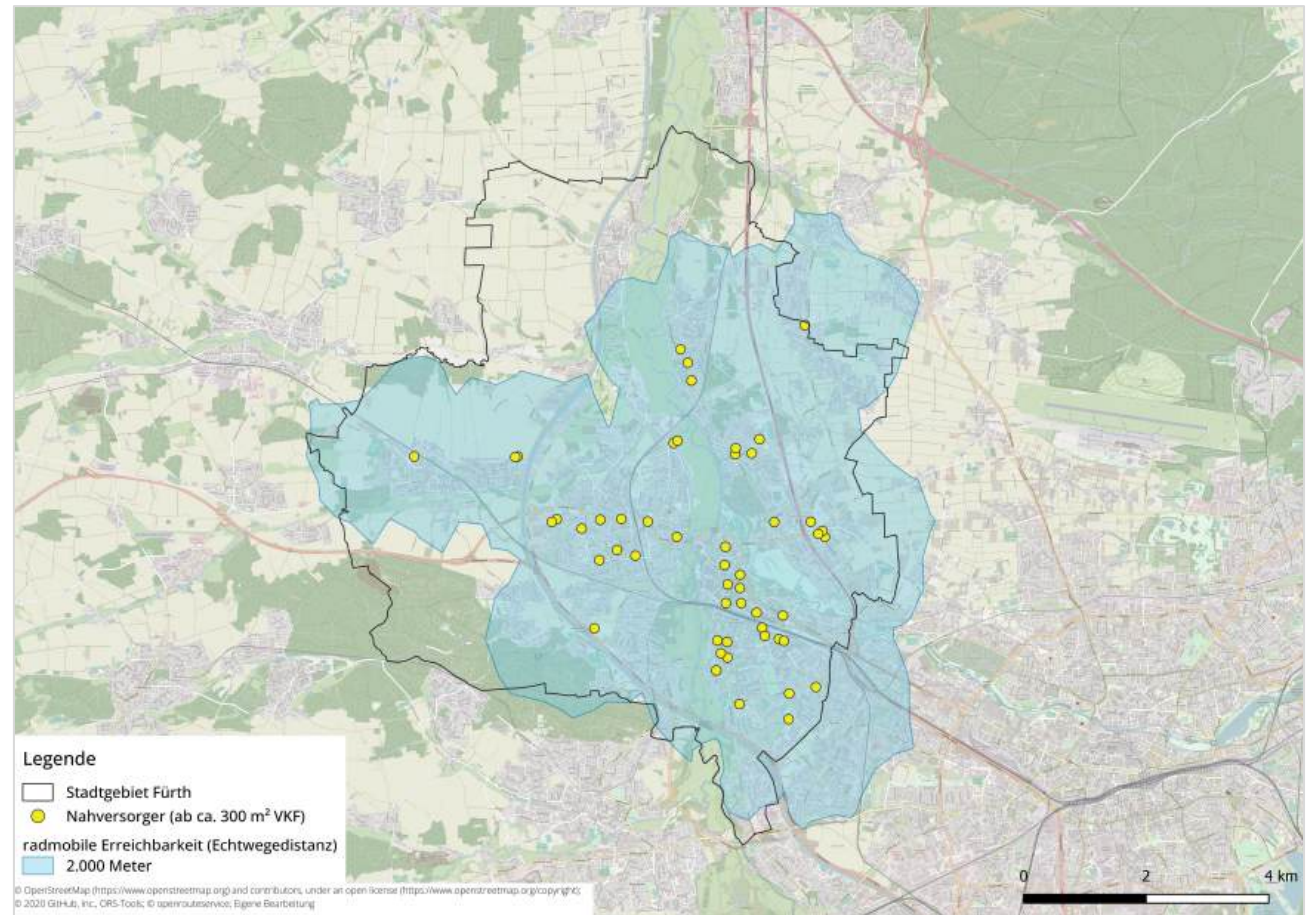


Abbildung 65: Abdeckung der Stadt FÜRTH mit radmobil erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangeboten

### 3.7.3 Exkurs zu alternativen Nahversorgungsmodellen

#### **Methodische Vorbemerkung**

*Zum besseren Verständnis der Handlungsempfehlungen erscheint es sinnvoll, zunächst die wichtigsten alternativen Nahversorgungsmodelle kurz zu skizzieren und ihre jeweiligen (räumlichen) Einsatzgebiete aufzuzeigen. In einem weiteren Schritt werden Funktionsbedingungen beschrieben und Vor- und Nachteile der jeweiligen Konzepte aus Gutachtersicht in tabellarischer Form zusammengestellt.*

#### **3.7.3.1 Dorfläden**

Dorfläden sind lokale Lebensmittelgeschäfte, die von Bürgern einer Gemeinde initiiert und betrieben werden. Sie haben oft eine genossenschaftliche Struktur, bei der Gemeindemitglieder Anteile erwerben und gemeinsam die Entscheidungsprozesse beeinflussen. In der Größe reichen Dorfläden in der Regel von ca. 50 m<sup>2</sup> bis zu 400 m<sup>2</sup> VKF. Zur Absicherung der absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit beinhalten Dorfläden oftmals zusätzliche Angebote (z.B. integriertes Café, Lotto-Aannahmestelle, Postagentur, Zeitschriften).

Dorfläden sind besonders in ländlichen Bereichen ohne ausreichende Lebensmittelversorgung relevant.

#### **3.7.3.2 Integrative Supermärkte (CAP-Märkte, oder ähnliche)**

Integrative Supermärkte (CAP-Märkte) spezialisieren sich darauf, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit körperlichen oder geistigen Behinderungen einzustellen und zu beschäftigen. Diese Märkte verfolgen einen inklusiven Ansatz und bieten Menschen mit Behinderungen die Möglichkeit, am Arbeitsleben teilzunehmen.

Integrative Supermärkte sind in städtischen und ländlichen Gebieten gleichermaßen relevant. Sie sind vergleichbar mit üblichen Supermärkten.

#### **3.7.3.3 Kleinstsupermärkte ohne Verkaufspersonal**

Hierbei handelt es sich um kleinteilig strukturierte Nahversorger ("Kleinstsupermärkte"), die ohne Verkaufspersonal betrieben werden. Diese Geschäfte nutzen fortschrittliche Technologien wie Zugangskontrollen, Selbstbedienungskassen und automatische Regalsysteme, um einen Einkauf z.T. rund um die Uhr zu

ermöglichen (z.B. Kleinflächenkonzepte teguteo, nahkauf BOX).

Dieses Konzept ist vorwiegend in städtischen Gebieten und belebten Stadtvierteln, jedoch auch im ländlichen Raum zu finden.

#### **3.7.3.4 Automatenläden (24/7)**

Automatenläden sind Einzelhandelsgeschäfte, die z. T. rund um die Uhr geöffnet sind und Lebensmittel sowie andere Produkte über Selbstbedienungsautomaten verkaufen. Die Einbindung von Direktvermarktern ist eine vielversprechende Möglichkeit, die Nahversorgung in ländlichen Gebieten zu verbessern und gleichzeitig lokale Landwirte und Produzenten zu unterstützen (z.B. Stadt HOFLADEN, Nürnberg).

Automatenläden mit Direktvermarktern sind vor allem in ländlichen Gemeinden und Regionen mit vielen landwirtschaftlichen Betrieben von Bedeutung. Im städtischen Kontext (Innenstadt- bzw. -randlagen) umfasst das Angebot in Automatenläden in der Regel gekühlte Getränke, Snacks und Hygieneartikel.

### **3.7.3.5 Ambulante Nahversorger**

Die ambulante Nahversorgung umfasst den Verkauf von Lebensmitteln aus mobilen Einheiten wie Verkaufswagen oder Einkaufsbussen (Beispiel Deutsche Bahn / Rewe). Diese Einheiten fahren zu festgelegten Haltestellen oder Orten.

Ambulante Nahversorgung ist insbesondere in Gebieten mit begrenztem Zugang zu Supermärkten und in urbanen Regionen mit älteren oder mobilitätseingeschränkten Bewohnern relevant.

### **3.7.3.6 Lieferdienste**

Klassische Lieferdienste für Lebensmittel sind Online-Plattformen, die Kunden ermöglichen, Lebensmittel und andere Produkte online zu bestellen und direkt an ihre Haustür liefern zu lassen (vgl. hierzu Kap. 1.3.1, S. 23 ff.). Dieses Konzept hat in den letzten Jahren während der Corona-Pandemie an Bedeutung gewonnen. Bekannte Anbieter sind Gorillas, Flink und Flaschenpost sowie Lieferdienste von etablierten Supermärkten wie Rewe und Edeka.

Lieferdienste sind in städtischen Gebieten weit verbreitet. In ländlichen Regionen werden

Lieferdienste - wenn vorhanden - in der Regel von ansässigen Supermärkten betrieben.

### **3.7.3.7 Bürgerbusse/Sammeltaxis**

Bürgerbusse bzw. Sammeltaxis sind spezielle Transportdienste, die es Bürgerinnen und Bürgern ermöglichen, zu Supermärkten oder Lebensmittelgeschäften zu gelangen. Diese Dienste werden oft von Gemeinden organisiert und von ehrenamtlichen Fahrern betrieben.

Dieses Konzept ist vor allem in ländlichen Regionen ohne ausreichende öffentliche Verkehrsanbindung und für ältere oder mobilitätseingeschränkte Bürger relevant.

	<b>Funktionsbedingungen</b>	<b>Vorteile</b>	<b>Nachteile</b>
<b>Dorfladen</b>	<p>Aktive Beteiligung der Gemeinde und kontinuierliche Unterstützung und Engagement der Bevölkerung.</p> <p>Ausreichend großes Potenzial im Einzugsgebiet.</p> <p>Häufig getragen von ehrenamtlichem Personal und kommunaler Förderkulisse.</p> <p>Vorhandener "Nahversorgungsdruck" und eine gewisse Raum-/Zeitdistanz zu nächstgelegenen Nahversorgern.</p>	<p>Stärkung der lokalen Gemeinschaft und sozialen Bindungen.</p> <p>Erhaltung von Arbeitsplätzen und Wertschöpfung vor Ort.</p> <p>Anpassungsfähigkeit an lokale Bedürfnisse und Präferenzen.</p>	<p>Erfordert intensives bürgerschaftliches Engagement und Zeit.</p> <p>Finanzielle Herausforderungen bei der Gründung und im Betrieb.</p> <p>Häufig begrenzte Auswahl und höhere Preise im Vergleich zu Supermärkten (Ausnahmen vorhanden).</p> <p>Hohe Wettbewerbsanfälligkeit.</p>
<b>Integrative Supermärkte (CAP-Märkte, o.ä.)</b>	<p>Ausreichend großes Potenzial im Einzugsgebiet.</p> <p>Vorhandener "Nahversorgungsdruck" und eine gewisse Raum-/Zeitdistanz zu nächstgelegenen Nahversorgern.</p>	<p>Förderung der sozialen Integration von Menschen mit Behinderungen.</p>	<p>Hohe Wettbewerbsanfälligkeit.</p>
<b>Kleinstsupermärkte ohne Verkaufspersonal</b>	<p>Finden eines Betreibers.</p> <p>Verfügbare Fläche für die Ansiedlung in geeigneter Standortlage (nahpotenzial- und verkehrsorientiert).</p>	<p>Z. T. Rund um die Uhr geöffnet, auch an Feiertagen.</p> <p>Kleinerer Flächenverbrauch im Gegensatz zu klassischem Lebensmitteleinzelhandel, dadurch erleichterte Standortfindung möglich.</p>	<p>Keine persönliche Beratung und soziale Interaktion.</p> <p>Möglicherweise technische Herausforderungen in der Bedienung (Zutritt, Bezahlvorgang).</p>
<b>Automatenläden (24/7)</b>	<p>Aufbau einer Kooperation mit Direktvermarktern in der Region.</p> <p>Investition in qualitativ hochwertige Automaten und IT-Systeme.</p>	<p>Z. T. Rund um die Uhr geöffnete Verfügbarkeit von Lebensmitteln.</p> <p>Unterstützung lokaler Direktvermarkter und Stärkung der Regionalwirtschaft.</p>	<p>Begrenzte Auswahl im Vergleich zu Supermärkten.</p> <p>Abhängigkeit von der Beteiligung lokaler Direktvermarkter.</p>

Tabelle 10: Funktionsbedingungen, Vor- und Nachteile von alternativen Nahversorgungsmodellen (1)

	<b>Funktionsbedingungen</b>	<b>Vorteile</b>	<b>Nachteile</b>
<b>Ambulante Nahversorger</b>	<p>Investition in die Einrichtung von Verkaufswagen oder Einkaufsbussen.</p> <p>Finden eines geeigneten Betreibers.</p> <p>Konstanter Bedarf und Unterstützung seitens der Bevölkerung.</p>	<p>Flexibilität und Mobilität, um verschiedene Gemeinden zu bedienen.</p> <p>Erreicht v.a. in ihrer Mobilität eingeschränkte Bevölkerungsgruppen.</p> <p>Potenziell niedrigere Betriebskosten im Vergleich zu stationären Geschäften.</p>	<p>Begrenztes Produktsortiment und Auswahl.</p> <p>Abhängigkeit von Fahrplänen und Standorten.</p>
<b>Lieferdienste</b>	<p>Hohe Potenzialdichten im Liefergebiet (Zeit-/Kostenminimierung).</p> <p>Aufwändiger Aufbau von eigenen Logistikstrukturen (Ausnahme: Lieferdienste etablierter Supermarkt-Betreiber).</p>	<p>Bequemlichkeit für die Kunden mit Lieferungen bis zur Haustür.</p> <p>Große Produktauswahl und zum Teil flexible Lieferzeiten.</p>	<p>Technische Hürden im Bestellvorgang (Abhängigkeit von Online-Infrastruktur, teilweise Bestellung nur per Smartphone-App möglich) für weniger technik-affine Bevölkerungsgruppen.</p> <p>Herausforderungen bei der Wahrung der Frische von Lebensmitteln.</p> <p>Teilweise deutlich höhere Preise gegenüber dem stationären Lebensmitteleinzelhandel.</p> <p>Mindestbestellwert und/oder Lieferkosten.</p> <p>Manche Lieferdienste (z.B. Gorillas) liefern nicht im gesamten Stadtgebiet Fürth aus.</p>
<b>Bürgerbusse / Sammeltaxis</b>	<p>Aufbau einer Kooperation zwischen der Gemeinde, lokalen Supermärkten und Freiwilligen.</p> <p>Sicherstellung einer Finanzierung für Wartung und Betrieb der Fahrzeuge.</p> <p>Nachhaltiger Bedarf von Seiten der Bevölkerung.</p>	<p>Erhöht die Mobilität und den Zugang zu Lebensmitteln für bestimmte Bevölkerungsgruppen.</p> <p>Ermöglicht soziale Interaktion.</p> <p>Potenziell geringe Betriebskosten durch ehrenamtliche Fahrer.</p>	<p>Begrenzte Verfügbarkeit und Flexibilität der Fahrzeiten.</p> <p>Erfordert die Rekrutierung und evtl. Schulung von ehrenamtlichen Fahrern.</p> <p>Abhängigkeit von der Finanzierung und Unterstützung durch die Kommune.</p>

Tabelle 11: Funktionsbedingungen, Vor- und Nachteile von alternativen Nahversorgungsmodellen (2)

### 3.7.4 Fazit und Handlungsempfehlungen

Zusammenfassend ist zunächst festzustellen, dass die Stadt FÜRTH über eine im Vergleich zu ähnlichen Oberzentren gute quantitative Ausstattung mit Nahversorgungsangeboten verfügt. Dies ist jedoch nur als ein erster Hinweis zu werten. Weitaus wichtiger ist die Frage, wie die Nahversorgungsangebote gerade von weniger mobilen Bevölkerungsgruppen ohne Pkw erreicht werden können. Hier zeigte die Abdeckungsanalyse, dass annähernd die gesamte Fürther Bevölkerung (rd. 91 %) qualifizierte Nahversorgungsangebote in akzeptabler Distanz (2 km) mit dem Fahrrad erreichen kann. Nachdem die Nutzung des Fahrrads mit zunehmendem Lebensalter abnimmt, ist der Fokus der Betrachtung jedoch v.a. auf die fußläufige Erreichbarkeit qualifizierter Nahversorgungsangebote (ab ca. 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) zu richten. Diesbezüglich hat die Abdeckungsanalyse ergeben, dass unter Ansatz einer noch akzeptierten Echtwegedistanz zwischen Wohn- und Einkaufsort von 600-800m rd. 50 – 61 % der Fürther Bevölkerung ‚in den Genuss‘ eines fußläufig erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangebots kommen. Im Umkehrschluss bedeutet dies jedoch auch, dass z.T. größere räumliche Abdeckungslücken bestehen. Bevor

im Folgenden auf einzelne ‚unterversorgte‘ Stadtteile/Bereiche noch näher eingegangen wird, ist zunächst festzuhalten, dass eine annähernd vollständige Schließung der ermittelten Versorgungslücken im Sinne einer nahezu vollständigen Abdeckung mit fußläufig erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangeboten (z.B. Lebensmittelvollsortimenter, -discounter) auch unter Berücksichtigung sämtlicher Wohnbaupotenziale – diese stabilisieren vor allem den heutigen Bestand an Nahversorgern und den städtischen Einzelhandel allgemein – aus Gutachtersicht wenig realistisch erscheint. Hierfür sind die ermittelten Potenziale für einen nachhaltig absatzwirtschaftlich tragfähigen Betrieb angesichts eines leistungsfähig ‚bestückten‘ Wettbewerbsumfelds in aller Regel zu gering bemessen. Als Ausnahmen lassen sich allenfalls die mögliche Erweiterung des Nahversorgungszentrums Unterfürberg um einen Lebensmittelvollsortimenter oder die Planung eines rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche umfassenden Lebensmittelangebots (Lebensmitteldiscounter o.ä.) im Zuge der Wohnentwicklung ‚Neues Fürther Tor‘ am früheren Vapiano-Standort im Stadtteil Espan anführen, da hier an ein bestehendes leistungsfähiges Nahversorgungsangebot (Unterfürberg) ‚angedockt‘ bzw. ein gleichermaßen nahpotenzial- wie verkehrsorientierter Standort (Espan) belegt werden kann.

Somit stellt sich die Frage, ob und ggf. welche alternativen Nahversorgungsmodelle eine grundsätzlich geeignete Option zur ‚ansatzweisen‘ Schließung von bestehenden räumlichen Versorgungslücken in der Stadt FÜRTH darstellen könnten.

Angesichts der vorhandenen Wettbewerbssituation und einer problematischen nachhaltigen Tragfähigkeit dürften aus Gutachtersicht Dorfläden und Integrative Supermärkte kaum als Lösungsoption in Frage kommen.

Kleinstsupermärkte ohne Verkaufspersonal, wie sie z.B. in Hessen (tegut teo) oder auch im Landkreis Bamberg (Josefs nahkauf BOX in Pettstadt) zu finden sind, bieten eine Grundversorgung mit den wichtigsten täglichen Bedarfsgütern und wären demzufolge v.a. für potenziell stärkere Versorgungslücken grundsätzlich eine interessante Option. Ob sich derartige Formate in ‚unterversorgten‘ Fürther Stadtteilen realisieren lassen, erscheint angesichts der aktuellen räumlichen Expansionsstrategie derartiger Formate bzw. einer schwierigen Betreiberfindung jedoch eher fraglich.

Automatenläden (24/7) können aus Gutachtersicht eine interessante Option darstellen, um zumindest ansatzweise Versorgungslücken schließen zu können. Dies hängt jedoch maßgeblich vom Konzept ab. Ein Erfolg ver-

sprechender Ansatz wäre aus Gutachtersicht die Fokussierung auf lokal bzw. regional erzeugte (Frische-) Produkte (z.B. Frischfleisch, Milch, Eier, Nudeln, etc.) und deren Bündelung an einem Ort. Auf diese Weise kann es gelingen, ein für die Bürger abwechslungsreiches, bequem erreichbares Angebot zu kreieren und verschiedenen lokalen/regionalen Produzenten (z.B. aus dem Knoblauchsland) zusätzliche Absatzmöglichkeit zu bieten.

Ambulante Nahversorger adressieren in Form von Einkaufsbussen v.a. den ländlichen Raum und kommen daher als realistische Option zur Verbesserung der Nahversorgung in ‚unterversorgten‘ Stadtteilen aufgrund der vorhandenen Angebots- und Wettbewerbssituation aus Gutachtersicht nicht in Betracht.

Die aktuell in der Stadt FÜRTH aktiven Lieferdienste, welche Kunden eine zeitnahe Lieferung von Lebensmitteln und sonstigen täglichen Bedarfsgütern direkt nach Hause ermöglichen, erscheinen ‚auf den ersten Blick‘ als geeignete Option, bedürfen jedoch einer genaueren Betrachtung. Einige Anbieter (z.B. Gorillas) konzentrieren ihr Liefergebiet nur auf die Kernstadt, sodass gerade ‚unterversorgte‘ Stadtteile in den Randbereichen ‚aus dem Raster‘ fallen. Darüber hinaus können unterschiedlich hohe Mindestbestellwerte oder Zusatzkosten ein

Hemmnis darstellen. Auch ist die Benutzung dieser Dienste über digitale Bestellvorgänge (online oder per App) gerade für ältere und/oder weniger technikaffine Bevölkerungsgruppen oftmals schwierig. In der Gesamtschau sind aus Gutachtersicht daher noch am ehesten Lieferdienste etablierter Handelsketten (z.B. Rewe) von Bedeutung, die hinsichtlich Angebotsumfang und Preisgestaltung mit stationären Angeboten konkurrieren können.

Bürgerbusse/Anrufsammeltaxis sind insbesondere im ländlichen Raum ein wichtiges Angebot für in ihrer Mobilität eingeschränkte Personengruppen. Angesichts eines gut ausgebauten städtischen ÖPNV-Angebots in FÜRTH spielen derartige Angebote daher in der weiteren Betrachtung keine Rolle.

Nach der grundsätzlichen Einordnung alternativer Versorgungsmodelle vor dem Hintergrund der spezifischen Fürther Angebots- und Wettbewerbsbedingungen gilt es nun, nochmals einen genaueren Blick auf jene Stadtteile zu werfen, in denen sich aus städtischer Sicht die Problematik eines fehlenden fußläufig erreichbaren qualifizierten Nahversorgungsangebots besonders deutlich zeigt, und hierfür ggf. Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der Nahversorgungssituation zu unterbreiten.

Für den Stadtteil **Vach** (inkl. Flexdorf und Ritzmannshof) wurden bereits in den zurückliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepten aus den Jahren 2010 und 2017 Versorgungsdefizite hinsichtlich fußläufig erreichbarer qualifizierter Nahversorgungsangebote benannt. Eine erneute überschlägige Bewertung der potenzialseitigen Spielräume im Rahmen der aktuell laufenden Fortschreibung hat ergeben, dass angesichts nahe gelegener Wettbewerbsangebote und eines dementsprechend limitierten Einzugsgebiets die Etablierung eines eigenständigen qualifizierten Nahversorgungsangebots in Vach (z.B. Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) aus Gutachtersicht nach wie vor nicht realistisch erscheint. Erschwerend kommt hinzu, dass auch ein für einen Vollsortimenter/Lebensmitteldiscounter geeigneter Standort in gleichermaßen nahpotenzial- wie verkehrorientierter Lage nicht in Aussicht steht. Insofern muss für qualifizierte Nahversorgungsangebote wohl auch zukünftig u.a. auf die nächstgelegenen Nahversorgungsbereiche Vacher Straße (Rewe, Norma, Rossmann, Kik) bzw. Stadeln (Edeka Supermarkt u. Getränkemarkt) ‚ausgewichen‘ werden. Dies stellt für Pkw-Kunden in der Regel kein Problem dar. Auch für in ihrer Mobilität eingeschränkte Personengruppen besteht dank mehrerer Haltestellen die Möglichkeit, die nächstgelegenen qualifizierten

Nahversorgungsangebote in Stadeln bzw. an der Vacher Straße in noch akzeptabler Fahrdistanz anzusteuern. Gleichwohl darf das Ziel der Verbesserung der Nahversorgung im Stadtteil Vach auch zukünftig ‚nicht aus den Augen‘ verloren werden. Nachdem ‚klassische‘ Absatzformate wie Supermärkte oder Lebensmitteldiscounter hierfür kaum in Betracht kommen, sollten aus Gutachtersicht die Realisierungschancen eines Automatenladens (24/7) mit lokal/regional erzeugten Produkten mit Frischeprodukten (z.B. Fleisch, Eier, Nudeln) näher geprüft werden, um die Angebotsdefizite zumindest in Teilen etwas ‚abzumildern‘.

Im westlichen Stadtteil **Burgfarnbach** hat die Abdeckungsanalyse ergeben, dass die Anbieter Netto (Breiter Steig) und Edeka/Penny (Hintere Straße) v.a. für westliche und östliche Teilbereiche des Stadtteils ein qualifiziertes fußläufig erreichbares Nahversorgungsangebot bereitstellen. Abdeckungslücken zeigen sich hingegen in den zentralen Bereichen beidseitig der Bahnlinie Nürnberg-Würzburg. Ein Grund liegt in der Aufgabe des Norma-Standorts (mit Bäckerei) in der Ortsmitte im Jahr 2018, die gerade für die Bevölkerung im Zentrum eine wichtige fußläufige Nahversorgungsdestination darstellte. ‚Abgemildert‘ werden diese Versorgungsdefizite hingegen durch das gute ÖPNV-Angebot, das es in ihrer Mobilität einge-

schränkten Personengruppen erlaubt, die vorhandenen Nahversorger im Westen und Nordosten von Burgfarnbach mit dem Stadtbus anzusteuern. Im Zuge der nun ‚auf den Weg‘ gebrachten städtebaulichen Neugestaltung des ehem. Norma-Standorts, die einen mehrgeschossigen Neubau mit Einzelhandelsflächen im Erdgeschoss in der Größenordnung von bis zu 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorsieht, werden die standortseitigen Rahmenbedingungen für eine einzelhändlerische Wiederbelebung dieses Standorts – und damit des gesamten Burgfarnbacher Ortszentrums - sowie für eine Erhöhung der fußläufigen Abdeckung mit qualifizierten Nahversorgungsangeboten deutlich verbessert. Ob sich angesichts der perspektivisch attraktiveren standortseitigen Rahmenbedingungen die Ansiedlung eines ‚klassischen‘ größer- bzw. großflächigen Lebensmittelangebots (z.B. Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) realisieren lässt, bleibt angesichts nahegelegener Wettbewerbsstandorte (Netto/Breiter Steig, Edeka/Penny, Hintere Straße) jedoch abzuwarten. Alternativ wäre ggf. auch ein (Spezial-) Angebot im Lebensmittelbereich, das die hohe Kaufkraft in Burgfarnbach entsprechend adressiert, durchaus denkbar. In jedem Fall gilt es, den Fokus auf einen attraktiven Angebotsmix zu legen, der neben nahversorgungsorientierten Einzelhandelsangeboten in Ergänzung

zum vorhandenen kleinteiligen Besatz (Metzgerei, Bäckerei, Obst- und Gemüseladen) im direkten westlichen Standortumfeld auch weitere Nutzungen aus den Bereichen Gastronomie und Dienstleistung (z.B. aus dem medizinischen/gesundheitsorientierten Bereich) umfasst und somit konstante Kundenfrequenzen generiert, von denen auch der heutige Bestand profitieren könnte.

Mit Blick auf den Stadtteil **Dambach** ist festzustellen, dass mit den Angeboten im Nahversorgungsbereich Unterfürberg (Norma, dm, Apotheke, Bäckerei, Metzgerei) sowie im unweit östlich gelegenen Nahversorgungsbereich Westliche Südstadt – hier ist v.a. der Rewe-Supermarkt an der Kaiserstraße relevant – leistungsfähige und nahegelegene qualifizierte Nahversorgungsangebote bestehen, die von der Dambacher Bevölkerung in kurzer Fahrdistanz sowohl mit dem Pkw als auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Stadtbus) und mit dem Fahrrad erreicht werden können. Somit lassen sich durch diese nahegelegenen Nahversorgungsangebote die in Dambach vorhandenen Defizite deutlich ‚abmildern‘. Die Nähe zu den skizzierten Nahversorgungsangeboten bedeutet jedoch auch, dass die markt- und wettbewerbsseitigen Rahmenbedingungen für die Etablierung eines eigenständigen qualifizierten Nahversorgungsangebots (z.B. Supermarkt) in

Dambach aus Gutachtersicht nicht zulassen. Auch für die Etablierung kleinteiliger Lebensmittelangebote (mit Verkaufspersonal) sind angesichts der skizzierten angespannten Wettbewerbssituation keine günstigen Voraussetzungen erkennbar. Positive Effekte im Hinblick auf die Nahversorgungsqualität könnten jedoch von der angedachten Erweiterung des Nahversorgungsbereichs Unterfürberg um einen Lebensmittelvollsortimenter (Supermarkt) ausgehen, von dem auch die Dambacher Bevölkerung profitieren könnte.

Für die Wohnquartiere im direkt nördlich anschließenden Stadtteil **Westvorstadt** bildet das verkehrlich (Pkw, ÖPNV, Fahrrad) gut erreichbare Nahversorgungszentrum Unterfürberg die nächstgelegene qualifizierte Nahversorgungsdestination, welche im Zuge der angedachten Erweiterung um einen Supermarkt perspektivisch nochmals an Attraktivität gewinnen könnte. Demzufolge sind auch für die Westvorstadt die standort- und marktseitigen Voraussetzungen für die Herausbildung eines eigenständigen qualifizierten Nahversorgungsangebotes in der Westvorstadt aus Gutachtersicht nicht gegeben. Auch dürfte sich die Herausbildung kleinteiliger Lebensmittelangebote angesichts der beschriebenen Wettbewerbssituation als äußerst schwierig gestalten.

Für den Stadtteil **Oberfürberg**, in dem nach Schließung des nah&gut-Supermarktes nur noch wenige kleinteilige Nahversorgungsangebote (Apotheke, Metzgerei, Bäckerei, Gemüse) an der Heilstättenstraße vorhanden sind, stellen sich die perspektivischen potenzielseitigen Rahmenbedingungen unter Annahme des prognostizierten deutlichen Bevölkerungszuwachses ‚auf den ersten Blick‘ als vergleichsweise günstig für die Etablierung eines eigenständigen qualifizierten Nahversorgungsangebotes dar. Bei genauerer Betrachtung muss jedoch konstatiert werden, dass unter Berücksichtigung der Wettbewerbswirkung durch den unweit östlich gelegenen Nahversorgungsbereich Unterfürberg im Zusammenspiel mit einem fehlenden geeigneten Standort, welcher für die Erschließung eines absatzwirtschaftlich nachhaltig tragfähigen Einzugsgebietes zwingend erforderlich ist, die Voraussetzungen für die Etablierung eines eigenständigen qualifizierten Nahversorgungsangebotes (ab ca. 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) aus Gutachtersicht nicht gegeben sind. Hier hat der verkehrlich gut erreichbare nahegelegene Nahversorgungsbereich Unterfürberg die Nahversorgungsfunktion für Oberfürberg ‚faktisch‘ übernommen. Gleichwohl wäre die Etablierung eines zusätzlichen Nahversorgungsangebotes zur Verbesserung der lokalen Versorgungssituation im Stadtteil

Oberfürberg sowie der Heilstättensiedlung sowie zur Stabilisierung der noch vorhandenen kleinteiligen Anbieter nach wie vor wünschenswert. Um die Chancen für eine ‚Wiederbelebung‘ besser einschätzen können, ist daher zu empfehlen, zunächst die konkreten Versorgungsbedarfe der Bevölkerung in Oberfürberg (inkl. Heilstättensiedlung) vor Ort in Erfahrung zu bringen (z.B. im Rahmen einer Befragung). Danach kann über die marktseitigen Realisierungschancen der gewünschten Nutzungen, auch vor dem Hintergrund der standort- und immobilenseitigen Rahmenbedingungen besser befunden werden. Zur städtebaulichen Absicherung einer möglichen Entwicklung wurde das vormalige NVZ Oberfürberg als Bestandteil der künftigen Fürther Zentrenstruktur (2024) weiterhin berücksichtigt. Um die Versorgung weniger mobiler Bevölkerungsgruppen in Oberfürberg zwischenzeitlich zu verbessern, sollte zusätzlich auch in Richtung alternativer Versorgungsmodelle ‚nachgedacht‘ werden.

**Zusammenfassend** lässt sich festhalten, dass angesichts eines bereits gut bestückten Wettbewerbsumfeld die vorgefundenen Abdeckungslücken hinsichtlich fußläufig erreichbarer qualifizierter Nahversorgungsangebote durch ‚klassische‘ Angebotsformate wie Supermärkte und Lebensmitteldiscounter – abgesehen von wenigen Ausnahmen (Stichwort NVZ Unterfürberg, Espan/Poppenreuther Str. 50) – kaum maßgeblich verringert oder gar geschlossen werden können.

Nachdem die aufgedeckten Abdeckungslücken v.a. in ihrer Mobilität eingeschränkte Personengruppen betreffen, rückt die Frage, wie Barrieren bei der Erreichbarkeit bestehender qualifizierter Nahversorgungsangebote abgebaut werden können, in der Gesamtschau der Untersuchungsbefunde stärker in den Vordergrund. Dabei gilt es, sich auf bestehende leistungsfähige Strukturen wie das städtische ÖPNV- bzw. Busliniennetz zu stützen, das gerade auch in ‚unterversorgten‘ Stadtteilen/Bereichen einen wichtigen ‚Mobilitätsanker‘ bildet. Eine aus Gutachtersicht prüfungswerte Option könnte beispielsweise die Einrichtung kostenloser Fahrten im Rahmen bestehender Buslinien (zunächst testweise und in frequenzschwachen Zeiträumen) zu nächstgelegenen qualifizierten Nahversorgungsangeboten darstellen. Gerade im Hinblick auf weniger mobile Bevölkerungs-

gruppen könnte der Wegfall der finanziellen Barriere zur Nutzung des ÖPNV-Angebots zu Versorgungszwecken positiven Einfluss auf die Erreichbarkeit bestehender qualifizierter Nahversorgungsangebote nehmen.

Grundsätzlich ist zu empfehlen, die tatsächlichen Bedarfe der Bevölkerung in Stadtteilen ohne qualifizierte Nahversorgungsangebote (z.B. im Rahmen von Befragungen) in Erfahrung zu bringen, um auf dieser (belastbaren) Grundlage die Chancen für eine Verbesserung der örtlichen Angebotssituation besser bewerten zu können.

## 3.8 Fürther Sortimentsliste

### 3.8.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der ZVB Innenstadt“ kann eine Kommune laut Rechtsprechung (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02.NE) den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.

Der Ausschluss kann alle Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in der Innenstadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die Innenstadt von erheblicher Bedeutung ist.

Laut Oberverwaltungsgericht Münster müssen für einen solchen Ausschluss städtebauliche Gründe vorliegen. Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung vom Oberverwaltungsgericht Münster gestellt werden, bedeuten jedoch auch, dass eine Begründung ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept und eine auf die spezifische Situation in der Kommune angepasste Sortimentsliste nicht rechtssicher denkbar ist.

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsin-

strument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei stehen in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten **zentralen Versorgungsbereichen** (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten) und bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrenggefüge geschützt werden. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur

großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Gerade letztere operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine ortspezifische Sortimentsliste abzustellen, die auf die örtlichen Verhältnisse und die Entwicklungsperspektiven einer Kommune Bezug nimmt.

Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie in den Einzelhandelserlassen einzelner Länder (z.B. NRW) oder auch der Verweis auf andere Listen (z.B. Kölner Liste oder Sortimentsliste des LEP Bayern) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung genügt nicht und ist rechtsfehlerhaft.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen auch nicht zentrenrelevanter Sortimente empfohlen wird. Die vorliegende Sortimentsliste zeigt im Ergebnis einer gutachterlichen Untersuchung unter Berücksichtigung der örtlichen Bestandssituation sowie städtebaulicher Zielvorstellungen die für die Stadt FÜRTH zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente auf.

## Begriffsdefinition

Im Hinblick auf die in der Praxis übliche Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort, an dem die Sortimente angeboten werden, sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Gruppen. Vorab wird zur Erläuterung der Begriffe zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente eine Zuordnung der unterschiedlichen Merkmale nach folgendem Kriterienkatalog vorgenommen:

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevant	Nicht-zentrenrelevant
<b>Ist Belegung Innenstadt</b> (tatsächlich vorhandene Sortimente)	Sortiment in den zentralen Versorgungsbereichen	
<b>Soll-Belegung Innenstadt</b> (tatsächlich bislang nicht oder geringfügig angebotene Sortimente)	Sortiment, das durch seine Attraktivität zur Zentrumsbildung perspektivisch beitragen kann	
<b>Frequenz-Erzeugung</b>	Löst breite, häufige Nachfrage bei den Konsumenten aus (Stichwort: Besuchshäufigkeit; kurz-/mittelfristiger Bedarf)	Löst sporadische Nachfrage (langfristiger Bedarf) bei den Konsumenten aus
<b>Kaufanlass</b>	Hoher Spontankauf-Anteil	Zielgerichteter Einkauf des Sortiments
<b>Marktgebiet</b>	Bestimmt die Größe des Marktgebietes dominant, führt zu Kopplungskäufen in den Zentren	Spezifisches Einzugsgebiet geht weit über das Marktgebiet der Kommune hinaus
<b>Warentransport</b>	Unproblematisch, vorwiegend Taschenkäufe, direkte Nähe des Parkplatzes nicht maßgeblich	Problematisch, sperrige, schwere Waren, unmittelbare Nähe des Parkplatzes notwendig

Quelle: SK 2024; eigene Darstellung

Abbildung 66: Begriffsdefinition und Abgrenzungskriterien der Zentrenrelevanz von Sortimenten

**Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- und Grundversorgungszentren zentrenprägende Funktion ein. Sie sind in der Regel als zentrenrelevant einzustufen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung innerhalb von Wohnlagen, bei Nachweis eines entsprechenden Defizits und Ausschluss negativer städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

### Methodik zur Erstellung von Sortimentslisten

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus<sup>80</sup> stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Aufstellung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Der Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegen regelmäßig keine Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten –

angeboten werden, sofern entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.

- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden.
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der ortsspezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und

---

<sup>80</sup> vgl. Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel

im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in FÜRTH sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien wurden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in FÜRTH aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen im ZVB Innenstadt ergibt sich die unter Punkt 3.8.3 dargestellte Fürther Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

### 3.8.2 Abgleich mit der Sortimentsliste aus dem Jahr 2017

Bevor im nächsten Punkt die Fürther Sortimentsliste vorgestellt wird, soll zunächst ein Abgleich mit der derzeit aktuellen ortstypischen Sortimentsliste<sup>81</sup> aus dem Jahr 2017 vorgenommen werden. Dabei gilt es v.a. die Zentrenrelevanz der Sortimente vor dem Hintergrund veränderter Marktbedingungen, der aktuellen räumlichen Verteilung dieser Sortimente vor Ort sowie der im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt aktuell zur Verfügung stehenden Flächenpotenziale zu überprüfen.

Ein Anpassungsbedarf besteht aus Gutachtersicht beim Sortiment **Beleuchtungskörper**, das in der Sortimentsliste aus dem Jahr 2017 als zentrenrelevant eingestuft wurde. In der Stadt FÜRTH wird dieses Sortiment schwerpunktmäßig außerhalb der Innenstadt in Einrichtungshäusern (IKEA, Höffner, Flamme), aber auch in Baumärkten angeboten. Zu berücksichtigen ist auch, dass Beleuchtungskörper in der Regel selten und gezielt gekauft werden und somit zwei wichtige Kriterien der Zentrenrelevanz nach der hier zugrunde gelegten

Systematik (vgl. Begriffsdefinition auf S. 203) aus Gutachtersicht nicht erfüllt sind.

Auch mit Blick auf die als zentrenrelevant eingestuften Sortimente **Tiere und Tiernahrung bzw. Zooartikel** erscheint eine ‚veränderte Sicht‘ angebracht. Tiere und Zooartikel, darunter fallen auch Tiermöbel und –zubehör, werden heute schwerpunktmäßig in Fachmärkten (z.B. Fressnapf, Futterhaus, Zoo Kölle) bzw. in Fachabteilungen von Gartencentern (z.B. Dehner) oder Baumärkten (z.B. OBI) angeboten, die sich bevorzugt an Ein- bzw. Ausfallstraßen oder in Fachmarkttagen ansiedeln. Auch aufgrund der hierfür notwendigen Flächengrößen erscheint daher eine ausschließliche Konzentration dieser Angebote auf den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nicht mehr zeitgemäß. Das regelmäßig nachgefragte Sortiment Tiernahrung wird ebenfalls in entsprechenden Fachmärkten bzw. Fachabteilungen von Gartencentern und Baumärkten angeboten, findet sich aber auch als Randsortiment in Lebensmittel- bzw. Drogeriemärkten in Nahversorgungszentren bzw. an integrierten Nahversorgungsstandorten. Vor diesem Hintergrund erscheint es daher angezeigt, das Sortiment Tiernahrung

---

<sup>81</sup> Integriertes Einzelhandelskonzept der Stadt Fürth (CIMA Beratung+Management GmbH), S. 45.

zusätzlich als nahversorgungsrelevant einzustufen. Alle weiteren Sortimente wären auch aus heutiger Sicht in ihren jeweiligen Einstufungen beizubehalten und wurden dementsprechend in die nachfolgend dargestellte Fürther Sortimentsliste integriert.

### 3.8.3 Fürther Sortimentsliste (2024)

Sortiment	Beurteilung		Begründung					
	Zentrenrelevanz		Ist-Belegung	Soll-Belegung	Frequenz/Nachfrage	Kaufanlass	Spez. Einzugsgebiet	Warentransport
	■ ja	■ nahv. □ nein	■ ja □ nein	■ ja □ nein	■ häufig □ selten	■ spontan □ gezielt	■ nein □ ja	■ leicht □ schwer
Antiquitäten	■		■	■	□	□	□	■ □
Arbeitskleidung u. -schuhe (für Außenbereich)	□		□	□	□	□	■	■
Badeinrichtung	□		■	□	□	□	□	□
Bastel-, Handarbeitsartikel	■		■	■	□	■ □	■	■
Bauelemente, Baustoffe	□		□	□	□	□	□	□
Beleuchtungskörper	□		■	□	□	□	■ □	■ □
Bekleidung, Textilien, Wäsche	■		■	■	■	■ □	■	■
Bild- und Tonträger (DVD, BD, CD, Vinyl, etc.)	■		■	■	■	■	■	■
Blumen/Schnittblumen	■ □		■	■	■	■ □	■	■
Bodenbeläge	□		□	□	□	□	□	□
Boote und Zubehör	□		□	□	□	□	□	□
Brennstoffe	□		□	□	□	□	■	□
Briefmarken (Porto)	■ □		■	■	■	■ □	■	■
Briefmarken- u. sonst. Sammlungen	□		□	□	□	□	■ □	■
Bücher	■		■	■	■	■ □	■	■
Campingartikel	□		□	□	□	□	■ □	□
Computer u. Zubehör	■		■	■	■	■ □	■	■ □
Devotionalien	□		■	□	□	□	■	■
Drogeriewaren	■ □		■	■	■	■ □	■	■
Düngemittel	□		□	□	□	□	□	□
Eisenwaren, Beschläge	□		■	□	□	□	■ □	■
Elektrogroßgeräte	□		■	□	□	□	■ □	□
Elektrowaren (kleinteilig)	■		■	■	□	□	■	■
Elektroinstall. Material	□		□	□	□	□	■	□
Erotikartikel	□		□	□	■ □	■ □	■	■
Fahrräder u. Zubehör	□		■	□	□	□	■ □	■ □
Fotogeräte, Fotowaren	■		■	■	■	■ □	■	■
Gardinen und Zubehör	■		■	■	□	□	■	■ □
Gartenartikel, -bedarf	□		□	□	□	□	■	■ □

Sortiment	Beurteilung Zentrenrelevanz ■ ja ■ nahv. □ nein	Begründung					
		Ist-Belegung	Soll-Belegung	Frequenz/Nachfrage	Kaufanlass	Spez. Einzugsgebiet	Warentransport
		■ ja □ nein	■ ja □ nein	■ häufig □ selten	■ spontan □ gezielt	■ nein □ ja	■ leicht □ schwer
Gartenhäuser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschenkartikel	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Getränke	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Glas-, Porzellan-, Keramikwaren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Handy und Zubehör	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Haushaltswaren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Haus-, Heimtextilien	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Herde und Öfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Holz, Holzmaterialien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hörgeräte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Installationsmaterial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kfz-Zubehör	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kleinkinder-, Babybedarf	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Kosmetika und Parfümeriewaren	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Küchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunstgewerbe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Kürschnerwaren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kurzwaren, Nähzubehör	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Lebensmittelhandwerk	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leder-, Galanteriewaren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Matratzen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mineralölzeugnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Möbel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Modewaren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Musikalien	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nähmaschinen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Nahrungs-, Genussmittel	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Optische Erzeugnisse	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Orthopädische Erzeugnisse	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Sortiment	Beurteilung Zentrenrelevanz ■ ja ■ nahv. □ nein	Begründung					
		Ist-Belegung	Soll-Belegung	Frequenz/Nachfrage	Kaufanlass	Spez. Einzugsgebiet	Warentransport
		■ ja □ nein	■ ja □ nein	■ häufig □ selten	■ spontan □ gezielt	■ nein □ ja	■ leicht □ schwer
Papier-, Schreibwaren	■ ■	■	■	■	■ □	■	■
Pflanzen/Stauden	□	□	□	□	■ □	■	□
Pflanzerde	□	□	□	□	□	■	□
Pharmazeutika	■ ■	■	■	■	■ □	■	■
Rasenmäher	□	□	□	□	□	□	□
Reformwaren	■ ■	■	■	■	■ □	■	■
Sanitärprodukte	□	□	□	□	□	□	■ □
Schuhe	■	■	■	■	■ □	■	■
Schulbedarf	■ ■	■	■	■	■ □	■	■
Spielwaren	■	■	■	■	■ □	■ □	■
Sportartikel (kleinteilig)	■	■	■	■	■ □	■	■
Sportbekleidung/-schuhe	■	■	■	■	■ □	■	■
Sportgeräte (großteilig)	□	□	□	□	□	□	□
Stoffe (inkl. Meterware)	■	■	■	■	■ □	■	■
Tabakwaren	■ ■	■	■	■	■ □	■	■
Teppiche und Auslegeware	□	■	□	□	■ □	□	□
Tiere (lebend)	□	□	□	□	□	■	■ □
Tierzubehör	□	■	□	□	□	■	■ □
Tierpflegemittel/-nahrung	■ ■	■	■	■	■ □	■	■
Uhren und Schmuck	■	■	■	■ □	■ □	■	■
Unterhaltungselektronik	■	■	■	□	■ □	■ □	■ □
Waffen, Jagd- u. Angelbedarf	■	■	■	□	□	□	■
Wasch- und Putzmittel	■ ■	■	■	■	■ □	■	■
Werkzeuge	□	■	□	□	■ □	■	■ □
Wolle	■	■	■	■	■ □	■	■
Zeitschriften	■ ■	■	■	■	■ □	■	■

## 4 Fazit und Ausblick

Die vorliegende Fortschreibung des Zentrenkonzeptes für die Stadt FÜRTH hat die **positive Entwicklung des gesamtstädtischen Einzelhandels und insbesondere der Fürther Innenstadt** deutlich aufgezeigt. Dank der vielfältigen privaten und öffentlichen Investitionen der vergangenen Jahre ist es gelungen, die **Attraktivität der Innenstadt und damit der gesamten ‚Einkaufsstadt FÜRTH‘ deutlich zu erhöhen**. Dies stellt eine gute Ausgangsbasis dar, um den zukünftigen Herausforderungen im Einzelhandel zu begegnen. Auch **zukünftig** gilt es an einer **zentrenorientierten städtischen Einzelhandelsentwicklung festzuhalten** und hierbei v.a. auch den **Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt als Einzelhandelsschwerpunkt in seiner Fortentwicklung weiterhin aktiv zu unterstützen**. Dabei gilt es, **den Fokus auch auf die Nebenlagen** zu richten, in denen v.a. inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe (noch) präsent sind.

Voraussetzung für eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ist die **Verabschiedung** des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes als städtebauliches Entwicklungskonzept und die **Berücksichtigung** der Leitlinien und Ziele im Rahmen der Bauleitplanung.

Mit Blick auf die städtische Nahversorgungssituation sollten **in hinsichtlich fußläufig erreichbarer qualifizierter Nahversorgungsangebote unterversorgten Stadtteilen zunächst die tatsächlich vorhandenen Bedarfe der Bevölkerung in Erfahrung** gebracht werden, um auf dieser Grundlage die Realisierungschancen möglicher Nahversorgungsangebote besser einschätzen zu können.

## 5 Glossar

### Definition der untersuchten Warengruppen

Gruppe	Nr.	Hauptwarengruppen/Waregruppen/Sortimente
I		<b>Periodischer Bedarf</b>
	1	Lebensmittel, Genussmittel, Reformwaren darunter: Food (Lebensmittel (Frischware, Konserven und Fertigprodukte, sowohl konventionell als auch Bio), Getränke (inkl. alkoholische und alkoholfreie Getränke, Kaffee, Tee), Tabakwaren), Reformwaren
	2	Gesundheits- und Körperpflege darunter: Pharmazeutischer Bedarf (Apotheke), Drogerieartikel, Kosmetika, medizinische und orthopädische Artikel, z. B. Sanitätshäuser (ohne Augenoptik und Hörgeräteakustik.), Reinigungs- und Pflegemittel (für den Haushalt)
	3	übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.) darunter: (Schnitt-) Blumen, Zeitungen und Zeitschriften
		<b>Aperiodischer Bedarf gesamt</b>
II		<b>Persönlicher Bedarf</b>
	4	Bekleidung, Wäsche darunter: DOB (DamenOberbekleidung), HAKA (Herren- und Knabenoberbekleidung), KOB (Kinder-OB, inkl. Kleinkinder/Baby), Lederbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren und sonstige Bekleidung (inkl. Meterware für Bekleidung, Kurzwaren und Handarbeitswaren)
	5	Schuhe, Lederwaren darunter: Sportschuhe, die mehrheitlich im Alltag getragen werden (z.B. "Sneakers" o.ä.), Taschen, Koffer, Trolleys, Gürtel, Geldbeutel, Schlüsseltaschen etc.
6	Uhren, Schmuck	
III		<b>Medien und Technik</b>
	7	Bücher darunter: Druckerzeugnisse ohne Zeitungen und Zeitschriften (siehe WG 3) und ohne DVDs, CDs, CD-Roms und E-Books (siehe WG 10)
	8	Schreibwaren darunter: Schreibwaren, Bürobedarf, Schreibgeräte, Druckerpapier etc. (elektrische Geräte wie z.B. Computer, Drucker, Taschenrechner siehe WG 10)
	9	Elektro: Weiße Ware, Lampen und Leuchten darunter: Elektrohaushaltsgroß- (Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen etc.) und -kleingeräte (Kaffeemaschinen, Wasserkocher, Toaster, Bügeleisen, Staubsauger, Rühr- und Mixergeräte etc.); Lampen und Leuchtmittel
	10	Elektro: Unterhaltungselektronik, Foto, PC u. Zubehör, Telekommunikation, Neue Medien darunter: Braune Ware (Fernseh- und Rundfunkgeräte, phonotechnische Geräte (wie z.B. HiFi-Anlagen, CD-Recorder oder MP3-Player), Tonträger (bespielt und unbespielt); Foto- und Videokameras, Fotofilme, Projektoren, Objektive und sonstiges Fotozubehör; Computer (Standgeräte, Note- und Netbooks, Tablet-PCs etc.), Peripheriegeräte (Ein- und Ausgabegeräte wie Tastaturen, Mäuse, Bildschirme, Drucker, Scanner etc.), Software, Computerspiele und Spielkonsolen; Büromaschinen (Schreibmaschinen, Taschenrechner etc.) Telekommunikationsgeräte wie z.B. Festnetz- und Mobiltelefone (inkl. Smartphones), Freisprechanlagen, Zubehör etc.
11	Hörgeräteakustik und Optik darunter: Hörgeräte; Brillen (Gläser, Gestelle, Zubehör), Kontaktlinsen und Pflegemittel; optische Erzeugnisse (Ferngläser, Mikroskope etc.)	

Gruppe	Nr.	Hauptwarengruppen/Waregruppen/Sortimente
IV		<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>
	12	Sportartikel, Camping darunter: Sportschuhe und Sportbekleidung, die funktional klar auf eine bestimmte Sportart ausgerichtet sind (z.B. Outdoor, Fußball, Tennis, Hallensportarten), Sportgeräte (z.B. Skier, Schläger, Bälle, Netze, Heimtrainingsgeräte etc.); Campingartikel (Zelte, Schlafsäcke, Matratzen, Kocher etc.)
	13	Spielwaren, Hobby darunter: Spiele, Spielzeug (ohne Computerspiele und Spielkonsolen); Musikinstrumente, Noten und Zubehör; Jagdbedarf Bastelbedarf; Münz-, Briefmarken- und sonstige Sammlungen
	14	Fahrräder darunter: Fahrräder und Zubehör
15	Babybedarf darunter: Spezialbedarf für Kleinkinder bis ca. 3 Jahre, z.B. Kinderwagen, Kindersitze für Fahrrad und Auto, Fläschchen und Schnuller, Babyschlafsäcke; ohne Spielwaren und Bekleidung	
V	16	<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b> darunter: Geschenkartikel inkl. Mineralien, Feinkeramik, Hausrat (Besen, Wischer, Lappen, Putzweimer, Wäschekörbe, Wäscheständer, Bügelbrett etc.) Bestecke, Geschirr, Kochutensilien (Messer, Löffel, Pfannen, Töpfe, Hohl- und Stahlwaren etc.), Näh- und Strickmaschinen; Bilder und Bilderrahmen; Kunst; Kunstgewerbe; Trockensträuße, Deko-Artikel, Kerzen; Pflanzenüberöpfe (für Innenbereich)
VI		<b>Einrichtungsbedarf</b>
	17	Möbel, Antiquitäten darunter: Möbel, Holz-, Korb- und Korkwaren, Antiquitäten, Kunst, Küchen, Badezimmer- und Büromöbel
18	Gardinen, Teppiche, Heimtextilien darunter: textile Bodenbeläge einzeln oder als Meterware, Matratzen, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche (inkl. Bade- Handtücher)	
VII		<b>Baumarktspezifische Sortimente und Zoobedarf</b>
	19	Baumarktspezifische Sortimente, Gartenbedarf darunter: Baustoffe, Bauelemente, Fliesen, Holz- und Eisenwaren, Maschinen, Werkzeuge, Installationsbedarf, Farben, Lacke, Tapeten, nicht textile Bodenbeläge (Laminat, Linoleum, PVC, Kork etc.); Arbeitskleidung inkl. -schuhe Kfz-Zubehör; Pflanzen und Blumen (lebend, d.h. keine Schnittblumen oder Trockensträuße), Erden, Düngemittel, Sämereien, Gartengeräte, Gartenmöbel, Pflanzenkübel und -töpfe (für Außenbereich)
20	Zoobedarf (Tiere, Tierfutter, Zubehör) darunter: lebende (Haus-)Tiere, Tiermähnung, Käfige, Tierspielzeug	

## Definition der untersuchten Angebote in den Bereichen Dienstleistung, Gastronomie und Beherbergung

Nr.	Dienstleistungen (öffentlich und privat)
<b>D0</b>	<b>▲ Öffentliche Einrichtungen</b>
200	Rathaus
201	Tourismusinfo
202	Ämtergebäude
<b>D1</b>	<b>▲ Kulturangebote</b>
210	Museum
211	Theater
212	Konzerthallen
213	Glaubenseinrichtungen
<b>D2</b>	<b>▲ Freizeit/Sport</b>
220	Fitnessstudio
221	Spielplatz (außen)
222	Indoorspielplatz
223	Schwimmbad
224	Boulder- und Kletterhalle
225	Kino
226	Spielhallen und Casinos
<b>D3</b>	<b>▲ Bildung- und Betreuungseinrichtungen</b>
230	Kindertagesstätten
231	Schule/Hochschule/Fachschule
232	Fahrschule
233	Bibliotheken und Büchereien
<b>D4</b>	<b>▲ Medizin und Gesundheit</b>
240	Arztpraxis
241	Therapeutische Angebote (u.a. Physio, -u. Ergotherapie, Logopädie)
242	Kureinrichtung
243	Krankenhaus
244	Blutspendedienst
<b>D5</b>	<b>▲ Finanzdienstleistung</b>
250	Geschäftsstelle Bank
251	Geldautomat
252	Wechselstube, Geldtransfer
<b>D6</b>	<b>▲ Sonstige pers. Dienstleistungen</b>
260	Post und Versanddienstleister
261	Versicherung
262	Rechtsanwälte/Notare
263	Steuerberater
264	Immobilienagenturen
265	Kosmetik-, Nagel-, Tattoostudio
266	Schneiderei, Schuster
267	Fotograf
268	Frisör/Barbershop
269	Reinigung/Waschsalon
270	Reisebüro
271	Sonstige Beratungsangebote (z.B. Verbraucherschutz, Mieter u. Vermieter)
<b>D7</b>	<b>★ Leerstand Dienstleistung</b>

Nr.	Gastronomie
<b>G1</b>	<b>■ Restaurant/Speisewirtschaft</b> Die Speisewirtschaften sind Bewirtungsstätten mit Ausschank von <u>Getränken</u> und/oder <u>Speisen</u> zum Verzehr derer an Ort und Stelle. Landläufig "Restaurant" genannt.
101	Deutsch
102	USA
103	Italien
104	Türkei
105	Frankreich
106	Spanien
107	Griechenland
108	China
109	Vietnam
110	Thailand
111	Japan
112	Indien
113	International
114	Hotel-Restaurant ( <u>nicht nur</u> für Hotelgäste geöffnet)
115	Sonstige
<b>G2</b>	<b>■ Bar/Kneipe/Schankwirtschaft</b> Die Schankwirtschaften sind Bewirtungsstätten mit Ausschank von Getränken (Schankwirtschaft) an Ort und Stelle. Im Volksmund "Kneipe, Schankstube, Schenke" genannt.
120	Schankwirtschaft/Kneipe/Sports-Bar/Bistro
121	Biergarten (saisonaler Betrieb)
122	Trinkhallen
<b>G3</b>	<b>■ Imbiss / Fastfood / Foodtruck</b> Verkauf von kleineren, schnell gefertigten Gerichten, als Zwischenmahlzeit, meist im Straßenverkauf, Verzehr im Stehen. Z.B. Imbisshallen
130	Deutsch
131	USA
132	Türkei
133	China
134	Griechenland
135	Frankreich
<b>G4</b>	<b>■ Café / Eis</b> Lokal mit vorwiegendem Verzehr von Kaffee und Kuchen
140	Café, Konditorei, Teestube, Café-Bar
141	Eisdiele, Eiscafé
<b>G5</b>	<b>■ Vergnügenslokal</b> Veralteter Begriff für Diskothek und Musikclubs
150	Diskothek, Tanzlokal, Club
151	Lounge, Cocktail-Bar, Hotel-Bar
<b>G6</b>	<b>★ Leerstand Gastronomie</b>

Nr.	Beherbergung
<b>B0</b>	<b>🏠 Hotelbetrieb</b>
300	Hotel
301	Hotel gami
302	Gasthof
303	Motel
304	Pension
305	Jugendherberge
<b>B1</b>	<b>🏠 Apartment/Aparthotel/Boardinghouse</b>
310	Aparthotel/Apartmenthotel
311	Boardinghouse
312	Gästehaus
<b>B2</b>	<b>🏠 Kurbetrieb</b>
320	Kurheim
321	Kurklinik
322	Kurhotel
<b>B3</b>	<b>🏠 Privatzimmer</b>
330	Ferienwohnung/-haus
331	Privatzimmer
<b>B4</b>	<b>Leerstand Beherbergung</b>

## Definition der untersuchten Betriebsformen

- **SB-Laden:** Nahrungs- und Genussmittel-Selbstbedienungsgeschäft unter 400 m<sup>2</sup>.
- **Supermarkt oder Vollsortimenter:** Gemäß der Definition des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmitteleinzelhandels e. V. (BVLH) haben Supermärkte eine Verkaufsfläche zwischen 400 m<sup>2</sup> und 2.500 m<sup>2</sup> und führen ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und auf einem geringen Verkaufsflächenanteil Nonfood II-Artikel (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.). (EHI 2016; BVLH 2017). Im Durchschnitt beträgt die Verkaufsfläche von Supermärkten 1.470 m<sup>2</sup> (EHI 2022). Insgesamt bietet ein durchschnittlicher Supermarkt ca. 14.876 Artikel an mit einem Schwerpunkt auf Frischwaren mit Bedienung und Selbstbedienung (EHI 2022).
- **Großer Supermarkt/Verbrauchermarkt:** belegt eine Verkaufsfläche zwischen 2.500 m<sup>2</sup> und 5.000 m<sup>2</sup> und bietet ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und II-Artikel (BVLH, 2013 und EHI 2022).
- **SB-Warenhaus:** SB-Warenhäuser zeichnen sich durch eine Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup> aus und führen sowohl ein umfangreiches Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und II-Sortiment (BVLH, 2013 und EHI 2024).
- **Lebensmitteldiscounter:** Lebensmitteldiscounter belegen eine Verkaufsfläche zwischen 700 m<sup>2</sup> und rd. 1.500 m<sup>2</sup>. Die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Lebensmitteldiscounters beträgt 827 m<sup>2</sup> (Borutta, Baum, Korkmaz, Lohmann, 2023). Discounter stellen eine besondere Betriebsform des Einzelhandels dar, bei der soweit möglich auf Nebenleistungen wie z. B. Beratung verzichtet wird, um im Wege der Selbstbedienung ein auf schnellen Warenumschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrigen Preisen anbieten zu können, wobei das angebotene Sortiment eng und flach ist (Wirtschaftslexikon24.com, 2013). Discounter zeichnen sich zudem durch eine weitgehende Standardisierung der Filialen, einen hohen Anteil an Handelsmarken im Sortiment und den Verkauf tendenziell grundnutzenorientierter Waren aus (Springer Gabler Verlag, 2013).
- **Fachgeschäft:** Branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet (EHI 2016).
- **Fachmarkt:** Großflächiges Fachgeschäft, das ein branchenbestimmtes breites und tiefes Angebot weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche erkennbar zu machen, bezeichnen sich Fachmärkte als Drogeriemarkt, Baumarkt, Elektromarkt, Tapetenmarkt etc. (EHI 2016). Fachmärkte befinden sich häufig in verkehrsorientierter Lage mit hoher Stellplatzanzahl.
- **Kauf- und Warenhaus:** Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment,

vor allem in den Bereichen Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren und Lebensmitteln einschließlich Gastronomie. Der Begriff Kaufhaus betont die branchenbetonte Orientierung (EHI 2016).

## Begriffsdefinitionen

- **Agglomeration oder Cluster:** Ansammlung von Handelsbetrieben, durch die sich die Kundenfrequenz und somit der Umsatz der einzelnen Unternehmen erhöht. Einheitlich geplante und verwaltete Agglomerationen bezeichnet man als Einkaufszentrum bzw. Shopping Center.
- **Aperiodischer Bedarf:** alle Waren mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrythmus wie bspw. Bekleidung, Einrichtungsgegenstände, elektronische Erzeugnisse und sonstige Hartwaren.
- **Einzelhandel und Großhandel:** Der Großhandel stellt das Bindeglied zwischen dem Erzeuger und dem Wiederverkäufer dar. Wiederverkäufer, wie z.B. Einzelhändler oder Gastronomen, kaufen die benötigten Produkte in großen Mengen beim Großhändler und veräußern diese weiter an den Endverbraucher.
- **Einzugs-/Marktgebiet:** Gebiet, innerhalb dessen auf ein Objekt oder eine Gemeinde konzentrierbare dauerhafte und ausgeprägte Einkaufsbeziehungen bestehen. Das Einzugsgebiet sollte so bemessen sein, dass mit den dort ansässigen Kaufkraftpotenzialen in der Regel mindestens 95 % des Umsatzes der Standortkommune bzw. eines Objektes erklärt werden kann.
- **Dorfladen/Dorfmarkt:** Dient der Grundversorgung im wenig bevölkerten ländlichen Raum. Dorfläden werden künftig vor allem in Hinblick auf den demografischen Wandel und die sinkende Mobilität im Alter eine größere Bedeutung erfahren und werden in manchen Bundesländern bereits finanziell gefördert.
- **Fußläufige Erreichbarkeit:** akzeptierte fußläufige Distanz zum Nahversorger. Diese beläuft sich gemäß den Untersuchungsergebnissen des BBSR auf maximal 0,6 bis 0,8 km (Echtwege-Distanz). Als Schritttempo werden 3 km/h angesetzt.
- **Hauptgeschäftszentrum:** gesamtstädtische sowie regionale Versorgungsfunktion. Im Hauptgeschäftszentrum finden sich im Idealfall Angebote sowohl im kurz-, mittel-, als auch im langfristigen Bedarfsbereich in großem Umfang. Dies entsteht durch einen großen Branchenmix und eine hohe Zahl von kleinteiligem Facheinzelhandel. Ergänzend zum Einzelhandel finden sich hier viele Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe.
- **Kaufkraftkennziffer:** Auch Kaufkraftindex. Gibt Auskunft über die Nachfrage der Endverbraucher in Abhängigkeit von deren Einkommen. Der deutschlandweite Durchschnitt wird dabei mit der Zahl 100 definiert, Regionen mit einem Kaufkraftindex von mehr als 100 haben also eine überdurchschnittliche Kaufkraft. Als **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** wird die potenziell für den Einzelhandel verfügbare Geldmenge bezeichnet, also das Nettoeinkommen nach Abzug von Ausgaben wie Miete, Versicherungen und Bildung von Ersparnissen.
- **Nahversorgung:** wohnungsnah Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs. In einem

Nahversorgungsbereich finden sich neben einem prägenden Betrieb des kurzfristigen Bedarfs auch kleinflächige Anbieter des mittel- und langfristigen Bedarfs sowie vereinzelt auch Gastronomie und Dienstleistungen.

- **Periodischer Bedarf:** Waren des täglichen Bedarfs. Dazu zählen Nahrungs- und Genussmittel sowie kurzfristige Verbrauchsgüter, wie z.B. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Haushaltspapierwaren, Parfümerie- und Drogerieartikel, frei verkäufliche Pharmaziewaren, Zeitungen und Zeitschriften sowie Schnittblumen und Heimtierfutter.
- **Radmobile Erreichbarkeit:** akzeptierte Distanz mit dem Fahrrad zum Nahversorger zwischen 0,8 und 2 km. Als standardmäßiges Fahrradfahrtempo wird 15 km/h festgesetzt. Ebenso wie bei der fußläufigen Erreichbarkeit ist hier ein Zeitraum von 10 Minuten relevant.
- **Sortiment:** Individuelle Zusammensetzung der angebotenen Waren. Hierbei gibt es tiefe und breite Sortimente. Ein **tiefes Sortiment** bezeichnet eine große Auswahl an derselben Produktgruppe, beispielsweise zehn verschiedene Sorten Butter. Ein **breites Sortiment** bezeichnet im Gegenzug eine große Auswahl an verschiedenen Produktgruppen. Ein großes Warenhaus bietet dementsprechend sowohl eine große Sortimentsbreite als auch -tiefe, wohingegen ein Fachmarkt eine große Sortimentstiefe aufweisen kann.
- **Verkaufsfläche:** Der Bereich eines Handelsbetriebs, der dem Kunden ständig zugänglich ist. Dazu zählen auch Treppen, Schaufenster und Konsumbereiche. Zusammen mit Lagerflächen und diversen Flächen für Angestellte (u.a. Sozialräume) zählt die Verkaufsfläche zur **Gesamtfläche**. Die Verkaufsfläche pro Einwohner wird als

**Verkaufsflächenausstattung** bezeichnet. Wird der Umsatz eines Betriebes durch die Verkaufsfläche dividiert, erhält man die **Raumleistung** oder **Flächenproduktivität**.

- **Zentralität:** beschreibt das Verhältnis von an einem Ort getätigtem Umsatz im Einzelhandel zu der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Ein Zentralitätsindex von mehr als 100 bedeutet Kaufkraftzufluss.

#### Quellen:

- Borutta A., Baum T., Korkmaz, M., Lohmann, F. (2023): Trendreport Lebensmitteldiscounter 2023. URL: [https://www.diwg.de/blog/trendreport\\_lebensmitteldiscounter\\_2023/](https://www.diwg.de/blog/trendreport_lebensmitteldiscounter_2023/) (02.04.2024).
- BBE Handelsberatung (2020): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020 für Bayern (2020). URL: <https://www.bbe.de/de/aktuelles/publikationen/struktur-und-marktdaten-des-einzelhandels-2020-fuer-bayern/> (02.04.2024).
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2011): Werkstatt Praxis Heft 76.
- BVLH (2017): [http://www.BVLH.net/infothek\\_daten-fakten.html](http://www.BVLH.net/infothek_daten-fakten.html) (2013 und 2017) .
- EHI Handelsdaten (2022): Sortimentsbreitenerhebung. URL: <https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/sortimentsbreitenerhebung> (02.02.2024).

- Küpper P., Eberhardt W. (2019): Trends der Nahversorgung in ländlichen Räumen; in Thünen Working Paper 126; Juli 2019. URL: [https://literatur.thuenen.de/digbib\\_extern/dn061173.pdf](https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn061173.pdf) (02.04.2024).
- METRO Handelslexikon. URL: <http://www.metro-handelslexikon.de/de/glossar/> (02.04.2024).
- Neumeier Stefan; Modellierung der Erreichbarkeit von Supermärkten und Discountern; in Thünen Working Paper 16; Juni 2014.

**Dieses Gutachten wurde erstellt von:**

Thomas Schwarzmann  
Diplom-Geograph  
Tel. +49 (0)911 / 9790793 22  
Fax +49 (0)911 / 9790793 99  
E-Mail [ts@standort-kommune.de](mailto:ts@standort-kommune.de)

Lars Czuma-Schmidt  
Geschäftsführer  
Tel. +49 (0)911 / 9790793 44  
Fax +49 (0)911 / 9790793 99  
E-Mail [lc@standort-kommune.de](mailto:lc@standort-kommune.de)

**Redaktionsschluss:** 2. Mai 2024

Bildquellen: SK Standort & Kommune Beratungs GmbH

Kartengrundlagen: Openstreetmap.org

Diese Untersuchung fällt unter §2 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte.  
Weitergabe, Vervielfältigungen, Veröffentlichung und Vertrieb (auch auszugsweise)  
nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers.

SK Standort & Kommune Beratungs GmbH | Geschäftsführer: Lars Czuma-Schmidt | Benno-Strauß-Straße 7 (B) | 90763 Fürth | Tel.: 0911 979079310 | Fax: 0911 979079399 | [www.standort-kommune.de](http://www.standort-kommune.de) |  
E-Mail: [kontakt@standort-kommune.de](mailto:kontakt@standort-kommune.de) | Bankverbindung: Stadt- und Kreissparkasse Erlangen - IBAN: DE 8676 3500 0000 6003 3787 BIC: BYLADEM1ERH | Amtsgericht Fürth - HRB 12830 | Ust-ID: DE