

Einzelhandelskonzept der Stadt Nürnberg



Oktober 2013

INHALTSVERZEICHNIS

1. Ausgangslage	3
2. Neue Herausforderungen für den Einzelhandel	3
3. Einzelhandelssituation in Nürnberg	4
3.1 Einzelhandelsangebot und räumliche Verteilung.....	4
3.2 Nahversorgungssituation	9
3.3 Zentrenstruktur	11
3.4 Sonderstandorte	14
4. Verkaufsflächenprognose	15
4.1. Berechnungsgrundlagen.....	15
4.2 Perspektivisches Verkaufsflächenpotenzial	16
5. Ziele	18
6. Instrumente zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	20
6.1 Sortimentsliste	20
6.2 Perspektivische Zentrenhierarchie	23
6.3 Grundsätze der räumlichen Einzelhandelsentwicklung	25
7. Entwicklungsoptionen	27
7.1 Räumliche Entwicklungsoptionen innerhalb der Zentren.....	27
7.2 Entwicklungsoptionen für Gewerbegebiete	28
7.3 Entwicklungsoptionen der Sonderstandorte	28
7.4 Maßnahmen zur Stärkung der Nahversorgung	29
8. Fazit	30
Glossar	31

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Verkaufsf lächen nach Sortimenten und Lagen (Gesamtstadt)	8
-------------------------------------------------------------------	---

KARTENVERZEICHNIS

Karte 1: Nahversorgungsanteile in Nürnberg auf Ebene der Stadtbezirke	10
Karte 2: Ist-Zentrenhierarchie	12
Karte 3: Sonderstandorte in Nürnberg	15
Karte 4: Perspektivische Zentrenhierarchie Nürnberg	24

TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1: Verkaufsf lächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquote nach Sortimenten	5
Tab. 2: Betriebszahl, Verkaufsf lächen, Umsätze und Bindungsquote nach Stadtteilen	7
Tab. 3: Einzelhandelsrelevante Kenndaten in Nürnberg und ausgewählten Städten mit vergleichbarer Einwohnerzahl	7
Tab. 4: Zentren und Nahversorgungsstandorte der Stadt Nürnberg (Ist-Zentrenhierarchie)	13
Tab. 5: Verkaufsf lächenspielraum nach Sortimenten bis 2020	17
Tab. 6: Nürnberger Sortimentsliste	22
Tab. 7: Zentren und Nahversorgungsstandorte der Stadt Nürnberg (perspektivische Zentrenhierarchie)	25
Tab. 8: Grundsätze der räumlichen Einzelhandelsentwicklung	26

1. Ausgangslage

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Nürnberg wurde letztmalig im Jahr 2002 fortgeschrieben. Seither hat sich die Einzelhandelslandschaft in Nürnberg sowohl im Bereich der Nahversorgung als auch im Bereich der oberzentralen Angebote deutlich verändert. Veränderungen hat es auch im Umfeld der Stadt Nürnberg gegeben, z.B. in den benachbarten Städten Fürth, Erlangen und Schwabach, mit denen der in Nürnberg ansässige Einzelhandel in unmittelbarem Wettbewerb steht.

Vor diesem Hintergrund beauftragte die Stadt Nürnberg, vertreten durch das Wirtschaftsreferat und das Baureferat, das Büro Dr. Acocella/Lörrach mit einer Überprüfung und Neubewertung der innerstädtischen Angebotsstrukturen und der regionalen Position des Nürnberger Einzelhandels. Das hier vorliegende Konzept (Ziele, Methodik, Strukturbewertung, Handlungsempfehlungen) wurde auf Grundlage der gutachterlichen Untersuchungsergebnisse im Rahmen des verwaltungsinternen Diskussionsprozesses unter Beteiligung des Stadtplanungsamtes, des Amtes für Wohnen und Stadterneuerung, des Liegenschaftsamtes sowie der Wirtschaftsförderung Nürnberg entwickelt.

2. Neue Herausforderungen für den Einzelhandel

Der Einzelhandel besitzt eine "stadtbildende Funktion": Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktionalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar.

Seit geraumer Zeit sind folgende, durch den Handel selbst bedingte Entwicklungen ersichtlich:

- Die Betriebstypenentwicklung zeigt deutlich einen Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsflächen.
- Die Standortanforderungen vor allem von Discountern und Fachmärkten widersprechen (z.B. hinsichtlich Verkehrsanbindung, Stellplatzanzahl, Grundstücksgröße) den Standortbedingungen in den Zentren.
- Die klassischen Sortimentsstrukturen werden durch branchenfremde Rand- und Ergänzungssortimente immer mehr aufgebrochen.

Von der Verbraucherseite her sieht sich der Einzelhandel vor allem folgenden Herausforderungen gegenüber:

- **Entwicklung der Konsumausgaben:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. steigende Energie- und Mobilitätskosten) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen.
- **Mobilität:** Das Einkaufsverhalten eines Teils der Bevölkerung ist durch eine hohe Mobilität und Mobilitätsbereitschaft, selbst bei der Grundversorgung, geprägt. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte an zentralen Standorten bis hin zum Wegfall der Nahversorgung im eigentlichen Sinne. Aufgrund der aktuell anhaltend hohen, perspektivisch steigenden Mobilitätskosten ist jedoch eine Trendwende zu erwarten.

EINZELHANDELSKONZEPT DER STADT NÜRNBERG

- **Konsumgewohnheiten:** Die Konsumgewohnheiten sind - sowohl bezogen auf die Gesellschaft insgesamt als auch auf den Einzelnen - vielschichtig und steten Veränderungen unterworfen. Gefestigt hat sich jedoch bei einem großen Teil der Bevölkerung die Kopplung von Einkaufen, Gastronomiebesuchen und sonstigen Freizeitaktivitäten.
- **Soziodemografische Entwicklung:** Langfristig wird in Deutschland für nahezu alle Regionen eine insgesamt abnehmende Bevölkerungszahl sowie ein Anstieg des Anteils älterer Menschen und der Single-Haushalte prognostiziert. Diese Entwicklungen haben für den Einzelhandel und speziell für die Zentren große Bedeutung, z.B. hinsichtlich der Erreichbarkeit von Grund- und Nahversorgungseinrichtungen.

Letztlich stellen die im Verbraucherverhalten zu erwartenden Entwicklungen eine Chance sowohl für Innenstädte und höherstufige Zentren mit hoher Multifunktionalität als auch für Nahversorgungszentren dar. Gleichzeitig wird die hohe Bedeutung einer Aufrechterhaltung bzw. Stärkung eines Standortnetzes mit Zentren unterschiedlicher Versorgungsaufgaben und -funktionen unterstrichen: Der Anteil der - gesundheitlich und/oder finanziell bedingt - eingeschränkt mobilen Bevölkerung wird perspektivisch ansteigen. Eine zentrenorientierte Einzelhandelsstruktur trägt auch ökologischen Aspekten wie Flächenverbrauch und -versiegelung sowie Vermeidung unnötigen Verkehrs Rechnung. Zudem können Gewerbegebiete den dort planungsrechtlich vorgesehenen Nutzungen - produzierendem Gewerbe und Handwerk - vorbehalten und Nutzungskonflikte vermieden werden.

Die Möglichkeiten der Stadt Nürnberg einer aktiven Einflussnahme auf die Einzelhandelsentwicklung bestehen vor allem in der - städtebaulich begründeten - räumlichen Lenkung des Einzelhandels, wozu dieses Konzept die Grundlage bildet. Das hier vorliegende Einzelhandelskonzept der Stadt Nürnberg unterliegt den bzw. basiert auf den landes- und regionalplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Dem Oberzentrum Nürnberg kommt zudem - gemeinsam mit Fürth und Erlangen - die Versorgungsfunktion mit Gütern des spezialisierten, höheren Bedarfs für die Industrieregion Mittelfranken zu.

3. Einzelhandelssituation in Nürnberg

3.1 Einzelhandelsangebot und räumliche Verteilung

Im Rahmen der durch das Büro Dr. Acocella von April bis Juli 2011 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelserhebung konnten in Nürnberg insgesamt 3.478 Einzelhandelsbetriebe (inklusive Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen) festgestellt werden. Auf einer Verkaufsfläche von 1.081.450 m² erzielen diese einen Umsatz von 3.732,6 Mio. €.

Tab. 1: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquote nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche in m ² ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungsquote
Nahrungs-/Genussmittel	207.975	990,8	967,9	102 %
Lebensmittelhandwerk	15.425	154,8	143,1	108 %
Drogerie/Parfümerie	42.050	169,2	131,5	129 %
Apotheke	8.375	279,8	259,8	108 %
PBS/Zeitungen, Zeitschriften	12.975	48,2	49,1	98 %
Blumen/Zoo	34.100	57,0	52,8	108 %
kurzfristiger Bedarf	320.900	1.699,8	1.604,3	106 %
Bekleidung und Zubehör	184.825	514,7	261,3	197 %
Schuhe, Lederwaren	43.400	119,7	64,2	187 %
Sport/ Freizeit	36.300	90,8	48,2	188 %
Spielwaren	34.875	89,1	59,0	151 %
Bücher	12.625	54,5	58,7	93 %
GPK, Geschenke, Hausrat	39.250	56,8	33,5	170 %
Haus- und Heimtextilien	27.500	46,1	37,1	124 %
mittelfristiger Bedarf	378.750	971,7	562,1	173 %
Uhren/ Schmuck	9.925	51,8	26,7	194 %
Foto/Optik	10.575	61,2	49,0	125 %
Medien	34.400	273,8	169,7	161 %
Elektro/Leuchten	24.500	101,5	77,0	132 %
Teppiche, Bodenbeläge	25.425	33,6	17,7	190 %
baumarkt-/gartencenterspezifische Sortimente	96.025	158,8	194,7	82 %
Möbel, Antiquitäten	149.250	221,6	148,6	149 %
Sonstiges	31.700	158,8	107,5	148 %
langfristiger Bedarf	381.800	1.061,1	790,7	134 %
Gesamt	1.081.450	3.732,6	2.957,1	126 %

PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren GPK = Glas/Porzellan/Keramik

¹⁾: Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Erhebung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung April bis Juli 2011; IfH, Köln; EHI; Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth; Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Statist. Bundesamt; Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung

Die **Verkaufsfläche** von Nürnberg verteilt sich zu annähernd gleichen Anteilen auf den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Mit rd. 19 % der Gesamtverkaufsfläche entfällt auf das für die Grund-/Nahversorgung besonders bedeutsame Sortiment Nahrungs- und Genussmittel das größte Angebot. Große Verkaufsflächenanteile verzeichnen zudem das Sortiment Bekleidung und Zubehör (rd. 17 %), das i.d.R. wesentliches Leitsortiment von Innenstädten und höherstufigen Stadtteilzentren ist, sowie das Sortiment Möbel, Antiquitäten (rd. 14 %), das allgemein einen hohen Flächenbedarf aufweist.

EINZELHANDELSKONZEPT DER STADT NÜRNBERG

Mit einer **Bindungsquote** (Relation von Umsatz zu Kaufkraft) von insgesamt rd. 126 % liegt in Nürnberg per Saldo ein deutlicher Kaufkraftzufluss vor: Damit versorgt der in Nürnberg ansässige Einzelhandel über alle Sortimente hinweg betrachtet neben der eigenen Bevölkerung rechnerisch noch einmal rd. 125.000 Einwohner aus dem Umfeld der Stadt. Nürnberg kommt somit, entsprechend den Zielen der Landesplanung, einzelhandelsbezogen eine (über-)regionale Versorgungsfunktion zu.

Auf **Bedarfsbereichs- und Sortimentsebene** zeigt sich ein differenziertes Bild:

- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs sollte der Einzelhandel jeder Gemeinde die vollständige Versorgung der eigenen Bevölkerung rechnerisch gewährleisten (d.h. Bindungsquote rd. 100 % und mehr). In Nürnberg ist dies in allen Sortimenten dieses Bedarfsbereichs der Fall, auch im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/Genussmittel.
- In den meisten Sortimenten des mittel- und des langfristigen Bedarfsbereichs wird bei Bindungsquoten von meist erheblich mehr als 100 % und somit deutlichen Kaufkraftzuflüssen von außerhalb die oberzentrale Versorgungsfunktion von Nürnberg - gemeinsam mit Erlangen und Fürth - ersichtlich. Ausnahmen stellen das Sortiment Bücher, bedingt v.a. durch die hohe Relevanz des Internethandels, sowie der Bereich der baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimente dar.

Teilräumlich betrachtet weist der Stadtteil Altstadt und engere Innenstadt mit gut einem Drittel aller in Nürnberg ansässigen Einzelhandelsbetriebe und annähernd 30 % der Gesamtverkaufsfläche das mit Abstand größte Angebot auf. Weiterhin liegen die Betriebszahlen der beiden Stadtteile des weiteren Innenstadtgürtels deutlich über denjenigen der Stadtteile der Außenstadt. Die eher durchschnittlichen Gesamtverkaufsflächen dieser beiden Stadtteile deuten dabei auf eine in der Summe eher kleinteilige Angebotsstruktur hin, wie sie auch in anderen Großstädten in den an die Innenstadt anschließenden, dicht bevölkerten Wohnsiedlungsbereichen zu finden ist¹.

¹ Eine inhaltlich vertiefende und räumlich weiter differenzierende Darstellung der Ist-Situation ist in der Langfassung des Gutachtens enthalten.

Tab. 2: Betriebszahl, Verkaufsflächen, Umsätze und Bindungsquote nach Stadtteilen

Stadtteil	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ² ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Bindungsquote
Altstadt und engere Innenstadt	1.184	300.400	1081,7	338 %
Weiterer Innenstadtgürtel Süd	593	74.200	311,3	60 %
Weiterer Innenstadtgürtel West/Nord/Ost	380	93.200	330,7	66 %
Südöstliche Außenstadt	223	78.150	299,8	107 %
Südliche Außenstadt	168	129.125	328,5	115 %
Südwestliche Außenstadt	184	34.825	156,6	59 %
Westliche Außenstadt	179	103.625	349,5	200 %
Nordwestliche Außenstadt	145	58.700	232,2	122 %
Nordöstliche Außenstadt	174	83.900	283,6	178 %
Östliche Außenstadt	248	125.350	358,8	135 %
Gesamt	3.478	1.081.450	3732,6	126 %

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Erhebung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung April bis Juli 2011; IfH, Köln; EHI; Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth; Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Statist. Bundesamt; Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung

Im **Vergleich zu anderen Städten** mit vergleichbarer Einwohnerzahl weist Nürnberg die höchste Verkaufsfläche und demzufolge auch die - mit Abstand - höchste Verkaufsfläche je Einwohner auf. Der in Nürnberg erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz liegt hingegen auf dem Niveau der Städte Essen und Hannover, während in Stuttgart ein erheblich höherer Umsatz erzielt wird. Dies bedeutet, dass die durchschnittliche Flächenleistung in Nürnberg unter derjenigen der Vergleichsstädte liegt, wobei in Stuttgart und Hannover deutlich höhere durchschnittliche Produktivitäten zu verzeichnen sind. Dieses Ergebnis, das teilweise auf angebotsstrukturelle Spezifika zurückzuführen sein kann, verdeutlicht die hohe Wettbewerbssituation, in der sich der Nürnberger Einzelhandel befindet. Dies weist auf eine hohe Empfindsamkeit des bestehenden Einzelhandels gegenüber Neuansiedlungen und Erweiterungen hin.

Tab. 3: Einzelhandelsrelevante Kenndaten in Nürnberg und ausgewählten Städten mit vergleichbarer Einwohnerzahl

Stadt (Jahr der Einzelhandelserhebung)	Einwohner (Stand 31.12.2010)	Betriebszahl	Verkaufsfläche in m ² ¹⁾	Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	Umsatz in Mio. €	Bindungsquote
Nürnberg (2011)	505.664	3.478	1.081.450	2,1	3.732,6	126 %
Essen (2009)	574.635	3.778	966.825	1,7	3.685,6	116 %
Stuttgart (2007)	606.588	3.764	870.100	1,4	4.237,2	120 %
Hannover (2007/2008)	522.686	3.668	842.775	1,6	3.735,7	132 %

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

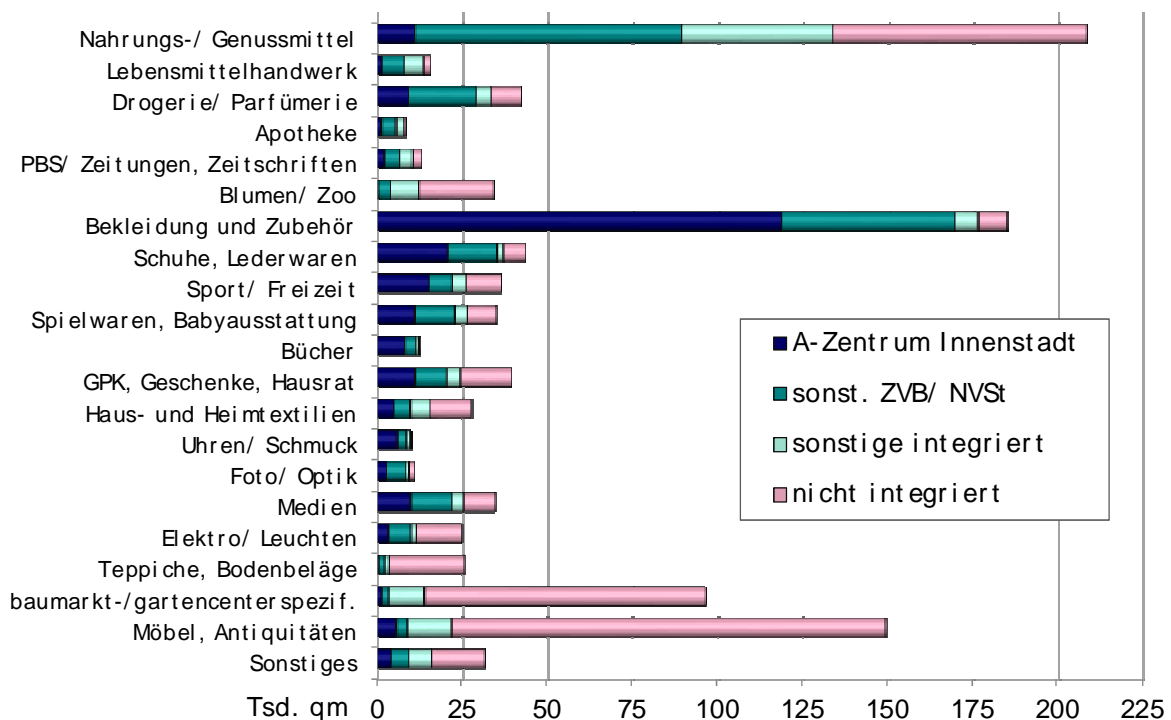
Quelle: Erhebungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; IfH, Köln; EHI; Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth; verschiedene statistische Landesämter; Statist. Bundesamt; Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung

EINZELHANDELSKONZEPT DER STADT NÜRNBERG

Die vergleichsweise hohe Bindungsquote von 126 % verdeutlicht die sehr hohe regionale Versorgungsfunktion des Einzelhandels der Stadt Nürnberg. Dies ist auch den regionalen Strukturen geschuldet: Während die Städte Essen und Stuttgart inmitten eines Konglomerats von großen Städten bzw. einzelhandelsbedeutsamen Mittelzentren liegen, hebt sich Nürnberg in Größe/Einwohnerzahl und Angebot - wie auch Hannover - deutlich von seinem Umfeld ab.

Die **räumliche Verteilung** des Einzelhandelsangebots nach Standorttypen zeigt, dass das für die Nahversorgung wesentliche Sortiment Nahrungs-/Genussmittel zu gut einem Drittel an nicht integrierten Standorten angesiedelt ist, die allenfalls nur in einem geringen Maße Nahversorgungsfunktion wahrnehmen.

Abb. 1: Verkaufsflächen nach Sortimenten und Lagen (Gesamtstadt)



ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVSt = Nahversorgungsstandort

Quelle: Erhebung/Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung April bis Juli 2011

Hinsichtlich der - nach der Sortimentsliste des Landesentwicklungsprogramms Bayern - zentrenrelevanten Sortimente sind hohe Verkaufsflächenanteile nicht integrierter Standorte bei Haus- und Heimtextilien und Glas/Porzellan/Keramik, Geschenke, Hausrat festzustellen. Dabei stehen vor allem Möbelhäuser und Baumärkte in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten in den Zentren. Demgegenüber weist das zentrenprägende Sortiment Bekleidung und Zubehör einen Anteilswert von 90 % innerhalb der Zentren auf.

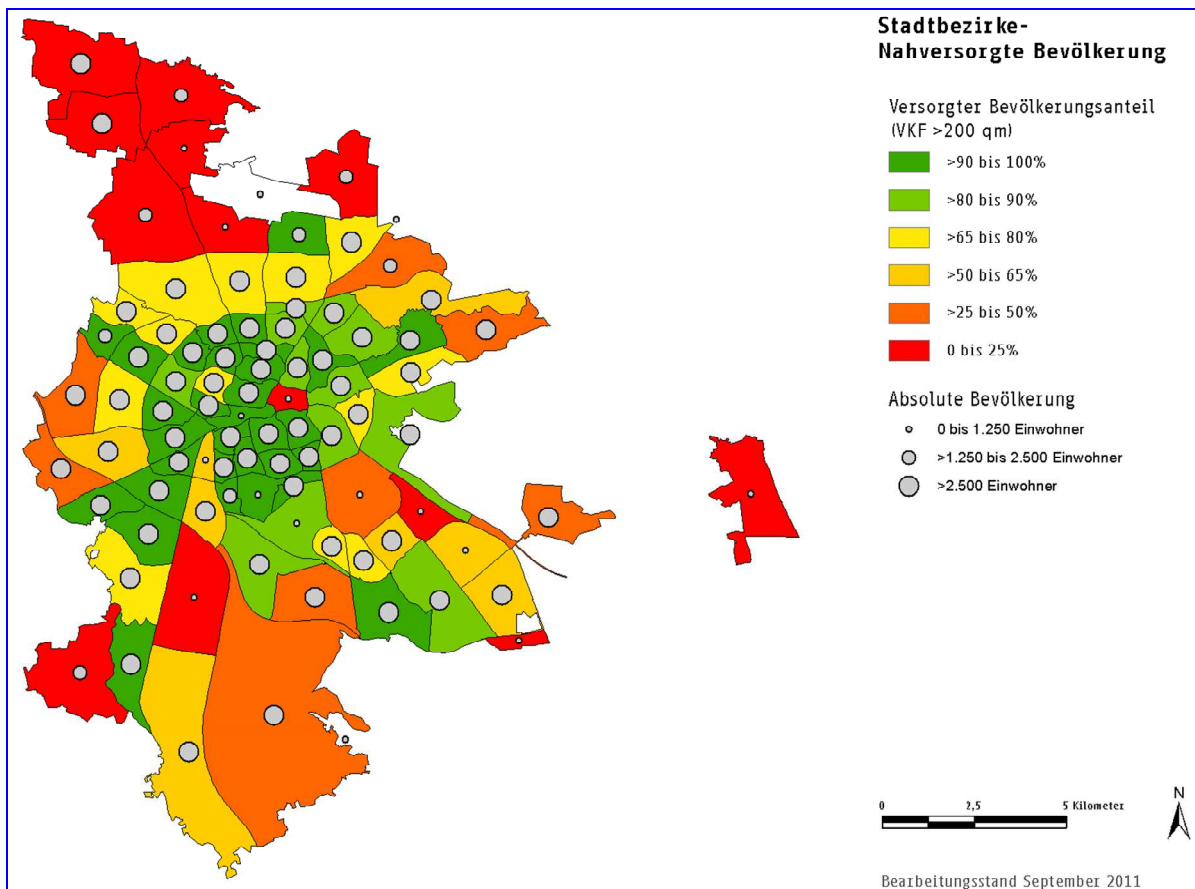
Der Einzelhandel Nürnbergs gewährleistet im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarfsbereich) die Eigenversorgung der eigenen Bevölkerung. In den sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten (mittel- und langfristiger Bedarfsbereich) nimmt Nürnberg i.d.R. seine oberzentrale Versorgungsfunktion deutlich wahr. Dies ist in den zentrenrelevanten Sortimenten vor allem auf das Angebot in der Innenstadt zurückzuführen. Bei dem für die Nahversorgung wesentlichen Sortiment Nahrungs-/Genussmittel ist hingegen ein großer Teil an nicht integrierten Standorten angesiedelt und trägt somit allenfalls zu einem geringen Teil zur Nahversorgung im eigentlichen Sinne bei.

3.2 Nahversorgungssituation

Quantitativ betrachtet liegt im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/Genussmittel bei einer Bindungsquote von 102 % gesamtstädtisch eine rechnerische Vollversorgung vor. Vor dem Hintergrund der in einer Stadt in der Größe Nürnbergs hohen Zahl von eingeschränkt mobilen Menschen - aus gesundheitlichen, finanziellen oder sonstigen (Beweg-)Gründen - ist jedoch eine möglichst flächendeckende fußläufige Nahversorgung von wesentlicher Bedeutung.

Der Nahversorgungsanteil, der den Anteil der Bevölkerung beschreibt, der in einer Entfernung von bis zu 500 Meter Luftlinie zum nächsten Lebensmittelbetrieb mit Verkaufsfläche größer als 200 m² wohnt, beträgt in Nürnberg rd. 81 %. Dieser Wert entspricht in etwa denjenigen der Städte Braunschweig, Heidelberg und Stuttgart. Der Nahversorgungsanteil von Essen liegt mit rd. 70 % deutlich darunter, der von Hannover mit annähernd 90 % erheblich darüber. Sofern auch Lebensmittelbetriebe mit einer geringeren Verkaufsfläche - "Tante-Emma"-Läden - berücksichtigt werden, erhöht sich der Nahversorgungsanteil in Nürnberg geringfügig auf 82 %.

Karte 1: Nahversorgungsanteile in Nürnberg auf Ebene der Stadtbezirke



Quelle: Erhebung/Berechnungen: Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung April bis Juli 2011; Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth; Geometrie: Raumbezugssystem, Stand: 2011, Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth

Gesamtstädtisch betrachtet weist Nürnberg eine durchschnittliche Nahversorgungssituation auf. Differenziert nach Stadtbezirken zeigt sich in den innerstädtischen Bezirken i.d.R. eine hohe bis vollständige fußläufige Nahversorgung. Demgegenüber sind in zahlreichen in den Randbereichen der Stadt Nürnberg gelegenen Stadtbezirken sehr geringe Nahversorgungsanteile festzustellen. Bedingt ist dies u.a. durch die verhältnismäßig geringe Bevölkerungsdichte bzw. geringe Einwohnerzahl eines Großteils der dort gelegenen Siedlungsbereiche, die den Mindeststandortanforderungen der Betreiber von Supermärkten und Discountern nicht entsprechen.

3.3 Zentrenstruktur

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche - im Folgenden auch "Zentren" - bildet die zentrale rechtliche Voraussetzung für die räumliche Lenkung des Einzelhandels.

Zu beachten ist, dass ein zentraler Versorgungsbereich "einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinaus reichenden Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht hat und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirkt."² Dem wird durch die Differenzierung von zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten Rechnung getragen, wobei letztere aufgrund ihres relativ geringen Einzelhandelsbesatzes keine für einen zentralen Versorgungsbereich hinreichende Versorgungsfunktion aufweisen.

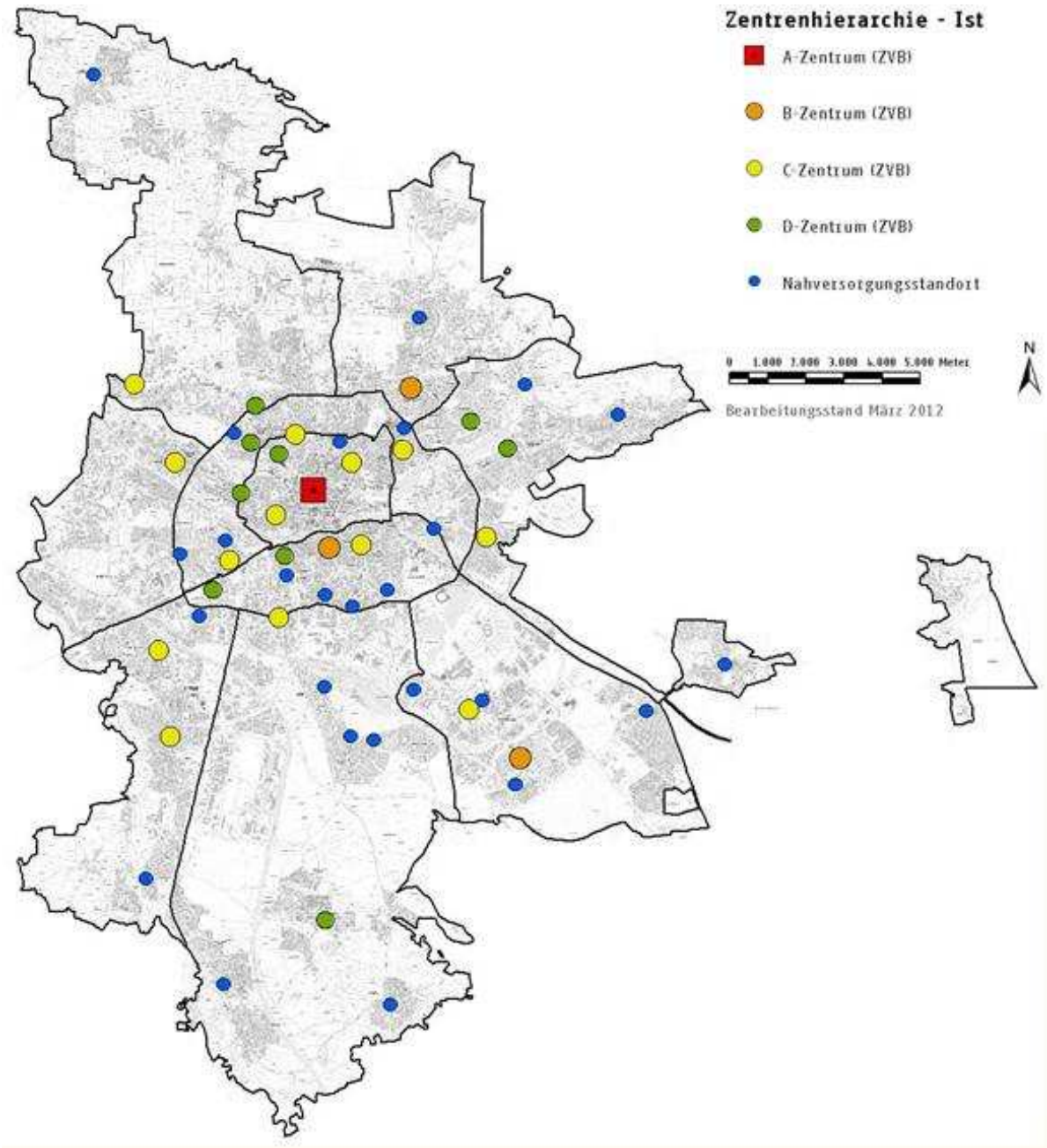
Ausgehend von den Ergebnissen der Ist-Situation, insbesondere der funktionalen Größen (s.u.), wurde zunächst eine Ist-Zentrenstruktur entwickelt.

Insgesamt konnten 26 zentrale Versorgungsbereiche (A- bis D-Zentren) und 26 Nahversorgungsstandorte festgestellt werden³.

² Vgl. VGH Baden-Württemberg, Urteil vom 09.06.2011, Az. 3 S 682/09.

³ Die Langfassung des vorliegenden Gutachtens enthält die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte sowie jeweils eine Darstellung der städtebaulich-funktionalen Situation und Empfehlungen zur weiteren Entwicklung.

Karte 2: Ist-Zentrenhierarchie



**Tab. 4: Zentren und Nahversorgungsstandorte der Stadt Nürnberg
(Ist-Zentrenhierarchie)**

A-Zentrum - überregionale Versorgungsfunktion	
Innenstadt	
B-Zentrum - teilstädtische, teilweise interkommunale Versorgungsfunktion	
Aufseßplatz	Leipziger Platz/Äußere Bayreuther Straße
Frankenzentrum	
C-Zentrum - stadtteilbezogene, im Einzelfall interkommunale Versorgungsfunktion	
Allersberger Straße	Plärrer
Äußere Laufer Gasse	Röthenbacher Einkaufszentrum
Brettergartenstraße	Stresemannplatz/Sulzbacher Straße
Dianaplatz	St. Leonhard
Eberhardshof	Watzmannpassage
Eibach	Zerzabelshof
Friedrich-Ebert-Platz	
D-Zentrum - quartiers- bis stadtteilbezogene Versorgungsfunktion	
Gibitzenhofstraße	Kölner Straße
Gostenhof	Mögeldorf Plärrer
Herpersdorf	Ostbahnhof
Johannisstraße Ost	Schweinauer Hauptstraße
Johannisstraße West	
Nahversorgungsstandort - Versorgungsfunktion für näheres Wohnumfeld	
Altenfurt	Kornburg
Brehmstraße	Laufamholz
Brunnenhof	Neu-Katzwang
Deidesheimer Straße	Nürbanum
Erlenstegen	Rangierbahnhof-Siedlung
Frankenstraße	Reichelsdorf
Finkenbrunn	Rollnerstraße
Fischbach	Rothenburger Straße
Fritz-Munkert-Platz	Saarbrückener Straße
Görlitzer Straße	Schnieglinger Straße
Großgründlach	Schoppershof
Gugelstraße	Schweinau/Hohe Marter
Gustav-Adolf-Straße	Zerzabelshofstraße

Quelle: Erhebung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung April bis Juli 2011

Die Stadt Nürnberg weist - weitgehend entsprechend ihrer Siedlungsstrukturen - in den Stadtbezirken der Innenstadt und des weiteren Innenstadtgürtels ein dichtes Netz an Zentren und Nahversorgungsstandorten auf. In den Stadtbezirken der Außenstadt wird die (Nah-)Versorgung der Bevölkerung der größeren Siedlungsschwerpunkte überwiegend ebenfalls durch Zentren und Nahversorgungsstandorte gewährleistet. Räumliche Versorgungslücken - auch aufgrund des Angebots nicht integrierter Einzelhandelskonzentrationen - sind insbesondere in der nordwestlichen Außenstadt festzustellen.

3.4 Sonderstandorte

Ein nicht unerheblicher Teil des Einzelhandelsangebots in Nürnberg ist an Einzelhandelskonzentrationen außerhalb der Zentren und Nahversorgungsstandorte ansässig. Zur Erfassung und Darstellung dieser Sonderstandorte, die i.d.R. aufgrund ihres nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Angebots in Konkurrenz zu den Zentren und Nahversorgungsstandorten stehen, wurden folgende Kriterien herangezogen:

- Funktionaler Zusammenhang (gewerblich geprägtes Gebiet/Gewerbegebiet, Gebäudekomplex (Sonderstandort Hauptbahnhof) oder eine städtebaulich integrierte "Insellage" (Sonderstandort Hainstraße),
- Ausstrahlung über das unmittelbare Umfeld hinaus, d.h. Mindestverkaufsfläche von rd. 2.500 m²,
- nicht integrierter Standort (Ausnahmen Sonderstandort Hauptbahnhof mit Sonderfunktion "Reisebedarf" und Sonderstandort Hainstraße ohne städtebauliche Qualität und mit geringer Angebotsvielfalt).

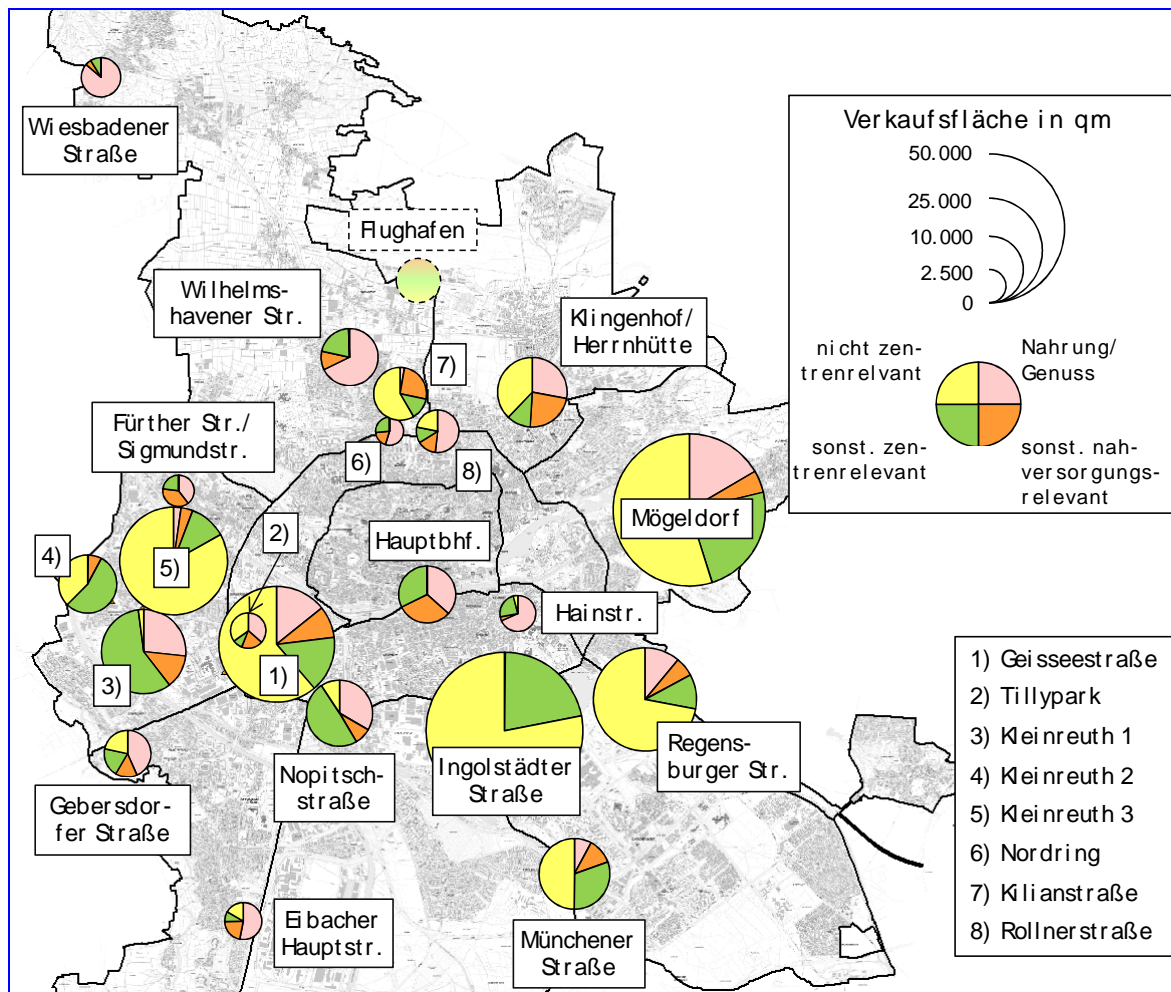
Weiterhin wurde der planerische Sonderstandort Flughafen mit aufgenommen: An diesem nicht integrierten Standort, an dem zum Erhebungszeitpunkt nur in geringem Maße Einzelhandel angesiedelt war, sind nach dem gültigen Bebauungsplan insgesamt 4.500 m² Verkaufsfläche Einzelhandel - auch nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente - zulässig, wobei die Verkaufsfläche je Betrieb auf 1.000 m² beschränkt ist.

Hinsichtlich der Angebotsstrukturen der 21 bestehenden Sonderstandorte ist Folgendes festzustellen⁴:

- Bei zwei Drittel überwiegen nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente, teilweise beträgt der Anteil nicht zentrenrelevanter Sortimente sogar weniger als 10 %.
- Etwa drei Viertel der Sonderstandorte verzeichnen im kurzfristigen Bedarfsbereich, d.h. bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, Verkaufsflächen von knapp 2.000 m² bis gut 12.000 m² und damit mehr als nahezu alle D-Zentren Nürnbergs.
- Annähernd die Hälfte der Sonderstandorte weisen in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten Verkaufsflächen von rd. 2.500 m² bis zu annähernd 14.000 m² auf und übertreffen damit nahezu alle in Nürnberg festgestellten C-Zentren.

⁴ Die Langfassung des Gutachtens enthält Abgrenzungen der Sonderstandorte sowie jeweils eine Darstellung der funktionalen Situation und eine Empfehlung zur grundsätzlichen weiteren Entwicklung.

Karte 3: Sonderstandorte in Nürnberg



Quelle: Erhebung April bis Juli 2011 und Darstellung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; Geometrie: Raumbezugssystem, Stand: 2011, Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth

Die Sonderstandorte stehen aufgrund ihrer Angebotsgröße und -strukturen, entgegen (landes-)planerischen Zielen, in deutlicher Konkurrenz zu den Zentren der Stadt Nürnberg sowie zum städtebaulich integrierten, fußläufig erreichbaren Nahversorgungsangebot.

4. Verkaufsflächenprognose

4.1. Berechnungsgrundlagen

Der quantitative Entwicklungsspielraum im Einzelhandel wurde auf der Grundlage der Einwohnerprognose des Amtes für Statistik und Stadtforschung vom März 2011 und aus Prognosen zur wirtschaftlichen (Kaufkraft-)Entwicklung verschiedener Wirtschaftsinstitute abgeleitet.

- Zur Verdeutlichung von Prognoseunsicherheiten wird hinsichtlich der Einwohner- und Kaufkraftentwicklung eine obere und eine untere Variante berechnet, wodurch sich ein Entwicklungskorridor ergibt.
- Zur Verdeutlichung der Handlungsabhängigkeit werden unterschiedliche Prognose-szenarien dargestellt:

- In der **Status-quo-Prognose** werden die derzeit erreichten Bindungsquoten fortgeschrieben. Diese Prognosevariante dient zur Identifikation desjenigen Teils des Verkaufsflächenpotenzials, der auf Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist. Dabei ist zu berücksichtigen, dass bereits das Halten der derzeitigen Bindungsquoten Anstrengungen und Maßnahmen erfordert, da im Umfeld der Stadt Nürnberg Einzelhandelsentwicklungen stattfinden.
- In der **Entwicklungsprognose** werden unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung steigende Bindungsquoten in den Sortimenten unterstellt, in denen "freie Nachfragepotenziale" anzunehmen sind. In Sortimenten mit aktuell hoher Kaufkraftbindung wird davon ausgegangen, dass die bestehenden Bindungsquoten bis zum Jahr 2020 gehalten werden können.
- In der **Wettbewerbsprognose** werden zusätzlich nicht vorhersehbare Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (z.B. politische/wirtschaftliche Ereignisse, Änderungen in Nachbarstädten o.Ä.) mit negativen Auswirkungen auf die Kaufkraftbindung angenommen.

4.2 Perspektivisches Verkaufsflächenpotenzial

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2015 ein Verkaufsflächenspielraum von bis zu rd. 60.675 m². Bis zum Jahr 2020 beträgt der Spielraum, wie nachfolgend dargestellt, zwischen rd. 1.550 m² und 135.400 m²⁵. Zurückzuführen ist dieser in hohem Maße auf das steigende Kaufkraftpotenzial, das sich aus der zu erwartenden positiven Bevölkerungsentwicklung und der veranschlagten, tendenziellen positiven Kaufkraftentwicklung ergibt. Im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche von etwa 1.050.000 m² (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) entspräche dies einer Steigerung um rd. 0,3 % bis 13 % bis zum Jahr 2020.

Im Hinblick auf die Ziele und Grundsätze zur weiteren Einzelhandelsentwicklung sind die ermittelten Gesamt-Prognosewerte nur bedingt von Interesse. Wesentlich bedeutsamer ist die Frage, an welchen Standorten bzw. Standorttypen die Umsetzung des ermittelten Verkaufsflächenspielraums erfolgen soll (Wahl des "richtigen" Standorts):

- Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** (Sortimente des kurzfristigen Bedarfs) ergibt sich bis 2020 ein Verkaufsflächenspielraum von bis zu rd. 25.225 m². Dies entspricht gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche von rd. 297.100 m² einer Steigerung von bis zu rd. 8 %. Entsprechende Flächen sollten ausschließlich an integrierten Standorten realisiert werden, wobei insbesondere auf niederstufige Zentren und Nahversorgungsstandorte als wesentliche Pfeiler der wohnungsnahen Nahversorgung abzustellen ist.

⁵ Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken sowie Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe.

- Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** (Sortimente des mittel- sowie z.T. des langfristigen Bedarfs) beträgt der Entwicklungsspielraum bis 2020 bis zu rd. 51.975 m². Dies entspricht gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche einer Steigerung von bis zu rd. 12 %. Die in hohem Maße innenstadtprägenden sonstigen zentrenrelevanten Sortimente sollten vorzugsweise im A-Zentrum Innenstadt sowie in den B-Zentren angesiedelt werden.
- Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (Sortimente des langfristigen Bedarfs, v.a. baumarkt-/gartencenterspezifische Sortimente und Möbel, Antiquitäten) liegt der Verkaufsflächenspielraum bis zum Jahr 2020 zwischen rd. 1.550 m² und 58.200 m², was einem Zuwachs von rd. 0,5 % bis 18 % gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche entspricht. Bei diesem Teil des Flächenspielraums ist die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung.

Tab. 5: Verkaufsflächenspielraum nach Sortimenten bis 2020

Sortiment	Prognoseart		Status-Quo-Prognose		Entwicklungsprognose		Wettbewerbsprognose	
	unt. Var.	ob. Var.	unt. Var.	ob. Var.	unt. Var.	ob. Var.	unt. Var.	ob. Var.
Nahrungs-/Genussmittel	10.250	16.900	10.250	16.900	---	---	---	---
Drogerie/Parfümerie	2.900	4.275	2.900	4.275	---	---	---	---
PBS/Zeitungen, Zeitschriften	750	1.175	925	1.325	---	---	---	---
Blumen/Zoo	1.625	2.725	1.625	2.725	---	---	---	---
kurzfristiger Bedarf	15.525	25.075	15.700	25.225	0	0	0	0
Bekleidung und Zubehör	12.775	18.800	14.750	20.825	---	---	---	275
Schuhe, Lederwaren	2.075	3.475	2.625	4.825	---	---	---	0
Sport/Freizeit	2.900	4.100	3.125	5.025	---	---	---	875
Spielwaren	2.775	3.925	3.425	5.425	---	---	---	1.400
Bücher	750	1.150	925	1.825	---	---	---	375
GPK, Geschenke, Hausrat	1.475	2.700	2.325	4.375	---	---	---	25
Haus- und Heimtextilien	1.325	2.200	1.400	3.050	---	---	---	0
mittelfristiger Bedarf	24.075	36.350	28.575	45.350	0	0	0	2.950
Uhren/Schmuck	675	1.000	700	1.225	---	---	---	100
Foto/Optik	725	1.075	725	1.375	---	---	---	175
Medien	1.650	2.750	2.175	4.025	---	---	---	175
Elektro/Leuchten	1.425	2.225	1.850	3.300	---	---	---	525
Teppiche, Bodenbeläge	950	1.750	1.375	2.650	---	---	---	---
baumarkt-/gartencenter-spezifische Sortimente	5.625	8.725	12.400	23.950	1.550	1.550	1.550	11.950
Möbel, Antiquitäten	15.050	20.075	15.650	24.325	---	---	---	6.950
Sonstiges	1.850	2.875	2.175	3.975	---	---	---	400
langfristiger Bedarf	27.950	40.475	37.050	64.825	1.550	1.550	1.550	20.275
Gesamt	67.550	101.900	81.325	135.400	1.550	1.550	1.550	23.225

unt. Var. = untere Variante; ob. Var. = obere Variante; --- = kein Verkaufsflächenspielraum

PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Verkaufsflächenspielraum auf 25 m² gerundet; dadurch kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Erhebung April bis Juli 2011 und Berechnungen Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; IfH, Köln; EHI; Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth; Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Statist. Bundesamt; IBH Köln (2011)

EINZELHANDELSKONZEPT DER STADT NÜRNBERG

Der abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist auf nachfrageseitige Änderungen zurückzuführen.

Bei der Realisierung des ermittelten Verkaufsflächenspielraums sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte Orientierungswerte darstellen,
- die ermittelten sortimentsweisen Spielräume in Bezug zu den seitens der Betreiber geforderten Mindestverkaufsflächen für Neuansiedlungen zu setzen sind,
- bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche Umsatzumverteilungen zu erwarten sind, die zu Auswirkungen gegen den Bestand führen können,
- Ansiedlungen nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten bis zum Jahr 2020 ermittelten Verkaufsflächenspielraums vermieden werden sollte.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass der festgestellte jährliche, wettbewerbsneutrale Entwicklungsspielraum auch bei tendenziell positiven Entwicklungsannahmen (Entwicklungsprognose) in den meisten Sortimenten - insbesondere bei Berücksichtigung üblicherweise realisierter Verkaufsflächen bei Neuansiedlungen - relativ begrenzt ist.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass - sofern im Umland in einem höheren Maße als bisher Anstrengungen zur Eigen- und Umlandversorgung unternommen werden (Wettbewerbsprognose) - in nahezu allen Sortimenten kein bzw. kein signifikanter Verkaufsflächenspielraum zu verzeichnen ist.

Weiterhin basiert der prognostizierte Verkaufsflächenspielraum hauptsächlich auf der Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung, während eine weitere Steigerung der Kaufkraftbindung nur in geringfügigem Maße - und dies nicht einmal in allen Sortimenten - möglich ist. Der Erhalt der lokal und (über-)regional wahrgenommenen Versorgungsfunktion stellt bereits eine große Aufgabe und Herausforderung dar.

5. Ziele

Mit dem vorliegenden Zentrenkonzept sollen folgende Ziele erreicht werden:

- **Erhalt/Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion:** Die bestehende oberzentrale Versorgungsfunktion, die Nürnberg - gemeinsam mit Fürth und Erlangen - durch die Landesplanung zugewiesen ist und in besonderem Maße vom A-Zentrum Innenstadt wahrgenommen wird, gilt es zu erhalten und in Teilbereichen zu stärken.
- **Erhalt/Stärkung der polyzentralen Versorgungsstrukturen unter Berücksichtigung der jeweiligen Versorgungsfunktion:** Vor dem Hintergrund einer möglichst flächendeckenden Versorgung der Bevölkerung bzw. kurzer Wege stellt die Erhaltung der polyzentralen Versorgungsstrukturen in der Stadt Nürnberg ein wesentliches Ziel dar. Dabei sollen den Zentren weiterhin unterschiedliche Versorgungsfunktionen gemäß ihrer Hierarchiestufe zukommen, die zu stärken und weiter zu entwickeln sind.

- **Erhalt/Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt im A-Zentrum Innenstadt, in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen sowie auch an Nahversorgungsstandorten:** Neben der quantitativen Ausstattung soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die in den zentralen Versorgungsbereichen bestehende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen erhalten und gestärkt werden. Dabei sollte der Einzelhandel von unterschiedlichen Branchen sowie von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität der zentralen Versorgungsbereiche formen.
- **Erhalt/Stärkung der Identität des A-Zentrums Innenstadt und der sonstigen Zentren:** Die unverwechselbare Identität der Innenstadt sowie zahlreicher weiterer zentraler Versorgungsbereiche wird durch verschiedene Faktoren (Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, historische Strukturen/Gebäude, Architektur etc.) geprägt. Diese gilt es im Hinblick auf den inter- und intrakommunalen Standortwettbewerb zu erhalten und teilweise zu stärken.
- **Erhalt/Ausbau kurzer Wege bzw. Verkürzung der Wege ("Stadt der kurzen Wege"):** Ein kompakter zentraler Versorgungsbereich mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger, urbaner Räume. Weiterhin ist insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Zudem können dadurch überflüssiger Verkehr vermieden und in der Folge Umweltbelastungen vermindert werden.
- **Erhalt/Stärkung einer flächendeckenden Nahversorgungsstruktur im Bereich Nahrungs-/Genussmittel:** Vor dem Hintergrund der großen Zahl eingeschränkt mobiler Einwohner sollte in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, insbesondere im Sortiment Nahrungs-/Genussmittel, eine wohnungsnah, fußläufige Versorgung für möglichst große Bevölkerungsteile gewährleistet werden. Die Kaufkraftbindung der Zentren und Nahversorgungsstandorte sollte demzufolge vorrangig im näheren Umfeld erfolgen.
- **Erhalt/Stärkung der Nahversorgungsstruktur in den Zentren:** Insbesondere die C- und D-Zentren übernehmen als kleinere Stadtteilzentren eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Diese Funktion gilt es zu erhalten und zu stärken, wobei zudem auch Nahversorgungsstandorte sowie sonstige integrierte Standorte von Lebensmittelbetrieben mit zu berücksichtigen sind.
- **Schaffung von Investitions-/Entscheidungssicherheit:** Investitionen werden wahrscheinlicher, wenn Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" durch ein konzeptionelles und stringentes Handeln vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Nürnberg ein Schutz der Zentren assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.

- **Sicherung von Gewerbegebieten und gewerblich geprägten Bereichen für Handwerk und produzierendes Gewerbe:** Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe, vorzuhalten. (Weitere) Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in bestehenden Gewerbegebieten sind auszuschließen bzw., sofern es sich um Vorhaben mit nicht zentrenrelevantem Angebotsschwerpunkt handelt, auf wenige, bereits etablierte Standorte zu konzentrieren.

6. Instrumente zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

6.1 Sortimentsliste

Zur Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung sind die Kategorien nahversorgungsrelevante, sonstige zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente bedeutsam. Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste mit entsprechender Differenzierung zu erstellen.

Zur planungsrechtlichen Absicherung wurde daher eine Nürnberger Sortimentsliste erarbeitet, wobei neben der derzeitigen Verteilung des Angebots nach Standorttypen allgemeine Zuordnungskriterien zentren- bzw. nicht zentrenrelevanter Sortimente herangezogen wurden:

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden und damit in besonderem Maße Grund-/ Nahversorgungsrelevanz aufweisen - kurzfristiger Bedarf;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.

Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transports überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Im Vergleich zur Sortimentsliste des Landesentwicklungsprogramms Bayern 2006 sind bei der "Nürnberger" Sortimentsliste nur geringe Unterschiede festzustellen. Neben den in der Langfassung des Gutachtens Acocella dargestellten und begründeten Neuordnungen einiger Sortimente werden die innenstadt-/zentrenrelevanten Sortimente in nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente unterteilt. Dabei sind nahversorgungsrelevante Sortimente immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente jedoch nicht nahversorgungsrelevant. Nahversorgungsrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie in vergleichsweise kurzen zeitlichen Abständen nachgefragt werden - insbesondere gilt dies für Lebensmittel - und daher möglichst wohnungsnah und flächendeckend angeboten werden sollten.

Mithilfe der Sortimentsliste können Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Auswirkung auf die Zentrenstruktur beurteilt werden.

Tab. 6: Nürnberger Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • Antiquitäten und Kunstgegenstände • Bastelartikel • Briefmarken • Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse • Bücher • Devotionalien • Elektrogeräte, Nähmaschinen • Fahrräder • Feinmechanische Erzeugnisse • Foto, Fotozubehör • Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Silberwaren • Jagd- und Angelbedarf • Lederwaren, Kürschnerware, Galanteriewaren • Musikinstrumente, Musikalien • Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung, Haus-/Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf • orthopädische und medizinische Produkte • Personalcomputer • Schuhe • Spielwaren • Sportartikel, Campingartikel • Uhren, Schmuck • Unterhaltungselektronik • Waffen 	<ul style="list-style-type: none"> • Autozubehör, -teile, -reifen • Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse • Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren • Boote und -zubehör • Brennstoffe, Holz und Holzmaterialien, Kohle, Mineralölerzeugnisse • Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel • Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge • Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen • Leuchten • Möbel, Küchen • Zooartikel - Tiere, Tiermöbel
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> • Arzneimittel • Blumen • Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/Putzmittel • Lebensmittel: Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Naturkost • Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren, Schulbedarf • Zeitungen/Zeitschriften • Zooartikel - Tiernahrung und Pflegemittel 	

Bezeichnungen analog zum Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006

Quelle: Erhebung April bis Juli 2011 und Darstellung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung

6.2 Perspektivische Zentrenhierarchie

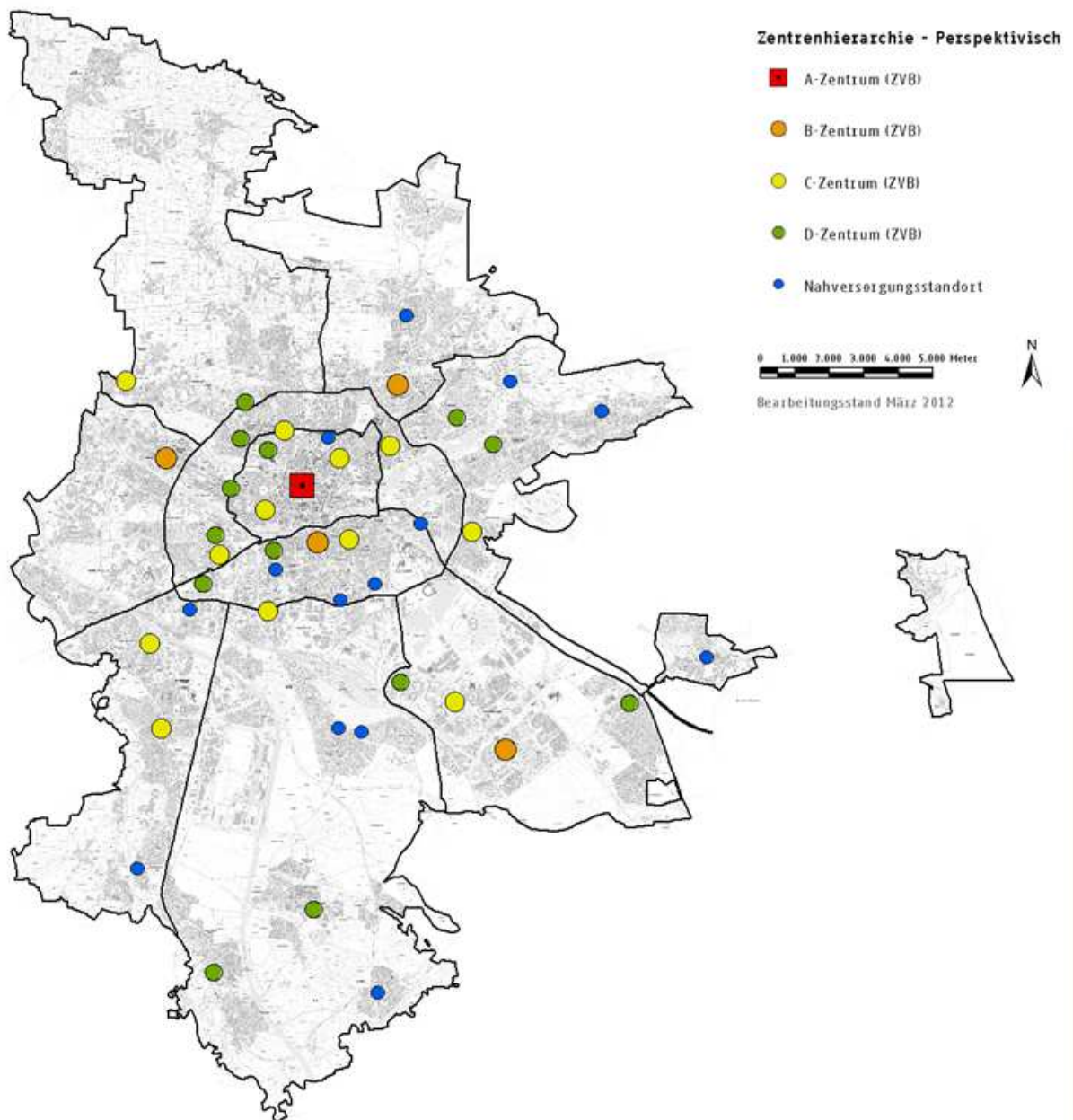
Die Ist-Zentrenstruktur wurde im Hinblick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Nürnberg hinsichtlich der möglichen und geplanten Entwicklungsperspektiven überprüft. Die daraus abgeleitete perspektivische Zentrenhierarchie stellt die wesentliche Entscheidungsgrundlage für die weitere Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche dar.

Perspektiven werden für 30 zentrale Versorgungsbereiche (A- bis D-Zentren) und 14 Nahversorgungsstandorte gesehen⁶.

- Dem A-Zentrum Innenstadt kommt - auch in Zukunft - (über-)regionale Versorgungsfunktion zu.
- Die drei B-Zentren sollen auch perspektivisch teilstädtische, teilweise interkommunale Versorgungsfunktion wahrnehmen. Bei Realisierung von Einzelhandel in größerem, planungsrechtlich zulässigen Umfang am ehemaligen Quelle-Standort und bei entsprechender städtebaulicher Gestaltung/Anbindung von diesem an den Bestand ist der zentrale Versorgungsbereich Eberhardshof perspektivisch ebenfalls als B-Zentrum einzustufen.
- Die Versorgungsfunktion der 12 C-Zentren (ohne das perspektivische B-Zentrum Eberhardshof) - die ein vergleichsweise großes Angebot nahversorgungs- und/oder sonstiger zentrenrelevanter Sortimente aufweisen - ist und soll auch zukünftig auf einen auf mehrere Stadtteile von Nürnberg ausgerichtet (sein). Bei entsprechender Randlage innerhalb des Stadtgebiets von Nürnberg kann die Versorgungsfunktion auch über dieses hinausreichen.
- Die 13 D-Zentren (inklusive der vier perspektivischen D-Zentren) haben ein vergleichsweise großes Nahversorgungsangebot und daher i.d.R. eine quartiers- bis stadtteilbezogene grundversorgungsrelevante Bedeutung, die es zu erhalten und im Einzelfall zu stärken gilt. Das Angebot sonstiger zentrenrelevanter Sortimente ist hingegen von meist geringer Bedeutung.
- Die 14 Nahversorgungsstandorte übernehmen aufgrund ihres nahversorgungsrelevanten Angebots eine wichtige Grundversorgungsfunktion für das nähere Wohnumfeld. Diese Funktion gilt es perspektivisch zu erhalten.

⁶ Die Langfassung des Gutachtens enthält die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte sowie jeweils eine Darstellung der städtebaulich-funktionalen Situation und Empfehlungen zur weiteren Entwicklung.

Karte 4: Perspektivische Zentrenhierarchie Nürnberg



Quelle: Erhebung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung April bis Juli 2011; Darstellung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung; Geometrie: Raumbezugssystem, Stand: 2011, Amt für Stadtforschung und Statistik für Nürnberg und Fürth

**Tab. 7: Zentren und Nahversorgungsstandorte der Stadt Nürnberg
(perspektivische Zentrenhierarchie)**




A-Zentrum - überregionale Versorgungsfunktion	
Innenstadt	
B-Zentrum - teilstädtische, tlw. interkommunale Versorgungsfunktion	
Aufseßplatz	Leipziger Platz/Äußere Bayreuther Straße
Frankenzentrum	Eberhardshof
C-Zentrum - stadtteilbezogene, im Einzelfall interkommunale Versorgungsfunktion	
Allersberger Straße	Plärrer
Äußere Laufer Gasse	Röthenbacher Einkaufszentrum
Brettergartenstraße	Stresemannplatz/Sulzbacher Straße
Dianaplatz	St. Leonhard
Eibach	Watzmannpassage
Friedrich-Ebert-Platz	Zerzabelshof
D-Zentrum - quartiers- bis stadtteilbezogene Versorgungsfunktion	
Altenfurt	Mögeldorfer Plärrer
Gibitzenhofstraße	Neu-Katzwang
Gostenhof	Ostbahnhof
Herpersdorf	Rangierbahnhof-Siedlung
Johannisstraße Ost	Rothenburger Straße
Johannisstraße West	Schweinauer Hauptstraße
Kölner Straße	
Nahversorgungsstandort - Versorgungsfunktion für näheres Wohnumfeld	
Brehmstraße	Laufamholz
Deidesheimer Straße	Nürbanum
Erlenstegen	Reichelsdorf
Frankenstraße	Rollnerstraße
Fischbach	Saarbrückener Straße
Fritz-Munkert-Platz	Schweinau/Hohe Marter
Kornburg	Zerzabelshofstraße

Quelle: Erhebung Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung April bis Juli 2011

6.3 Grundsätze der räumlichen Einzelhandelsentwicklung

Für die Einhaltung der formulierten Ziele ist die räumliche Verortung von Einzelhandelsansiedlungen konzeptionell-strategisch zu verfolgen. Zur langfristigen Sicherung und Stärkung der Versorgungsstrukturen wurden daher Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung entwickelt, die eine rasche grundsätzliche Bewertung für Planvorhaben im Sinne einer Standortmatrix ermöglichen:

Tab. 8: Grundsätze der räumlichen Einzelhandelsentwicklung

<u>Legende:</u>	
	zulässig
	Beurteilung im Einzelfall ¹⁾
	grundsätzlich nicht zulässig ^{2, 3, 4)}
¹⁾ beurteilt werden: Sortiment, standortgerechte Dimensionierung, Versorgung in angrenzender Wohnbebauung, Handwerks- und Dienstleistungskomponente, städtebauliche Belange etc. ²⁾ Ausnahme: dient der Versorgung im Gewerbegebiet oder in angrenzender Wohnbebauung ³⁾ Ausnahme: zentrenrelevante Randsortimente (bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, in der Summe max. 800 m ²) ⁴⁾ Ausnahme: beeinträchtigt nicht die Gewerbeflächennutzung und eine Ansiedlung an einem etablierten Standort ist nicht möglich	

Standorttyp	Nahversorgungsrelevante Sortimente		Sonstige zentrenrelevante Sortimente		nicht zentrenrelevante Sortimente	
	nicht großflächig	großflächig	nicht großflächig	großflächig	nicht großflächig	großflächig
zentraler Versorgungsbereich: A-Zentrum						
zentraler Versorgungsbereich: B-Zentrum						
zentraler Versorgungsbereich: C-Zentrum		1)				
zentraler Versorgungsbereich: D-Zentrum		1)				
Nahversorgungsstandort		1)	1)			
sonstiger integrierter Standort	1)	1)	1)		1)	4)
etablierter nicht integrierter (Sonder-) Standort	2)	2)	3)	3)		
nicht etablierter nicht integrierter (Einzel-) Standort	2)	2)	3)	3)	1)	4)

- Bei den Grundsätzen zur Ansiedlung von **nahversorgungsrelevanten** Einzelhandelsvorhaben, insbesondere den Ausnahmeregelungen für großflächige Lebensmittelbetriebe, steht das Ziel einer flächendeckenden Nah-/Grundversorgung im Vordergrund. Von wesentlicher Bedeutung ist dabei eine standortgerechte, d.h. auf das nähere bzw. unmittelbare (Wohn-)Umfeld bezogene Dimensionierung.

- Die Grundsätze zur Ansiedlung von **sonstigen zentrenrelevanten** Einzelhandelsvorhaben dienen vor allem dem Erhalt bzw. der Stärkung des polyzentralen Zentrensystems sowie der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in den Zentren und Nahversorgungsstandorten unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Versorgungsaufgaben.
- Bei den Grundsätzen für **nicht zentrenrelevante** Einzelhandelsvorhaben spiegelt sich in der vorrangigen Ansiedlung an etablierten nicht integrierten Standorten das Ziel wider, Gewerbegebiete und gewerblich geprägte Bereiche für die dort eigentlich vorgesehenen Nutzungen - produzierendes Gewerbe und Handwerk - zu sichern. Die unterschiedlichen Versorgungsfunktionen der Zentren werden durch die Zulässigkeit großflächiger nicht zentrenrelevanter Vorhaben nur im A-Zentrum und in den B-Zentren beachtet.

Bei der Ansiedlung nicht zentrenrelevanter Sortimente ist weiterhin der begrenzte quantitative Entwicklungsspielraum zu berücksichtigen. So kann es städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn diese zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen und somit (Einzelhandels-)Leerstände in gewerblich genutzten Gebieten zu erwarten sind. Oftmals entsteht in der Folge ein Nachnutzungsdruck für Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten ("Leerstandsdomino"). Dem kann zwar planerisch begegnet werden, jedoch können auf diese Weise immer wieder (unnötige) Diskussionen ausgelöst werden.

7. Entwicklungsoptionen

7.1 Räumliche Entwicklungsoptionen innerhalb der Zentren

Aufgrund

- der Konkurrenzsituation, in der sich die Zentren und Nahversorgungsstandorte mit nicht integrierten Sonderstandorten befinden,
- der daraus (u.a.) abgeleiteten Ziele Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in den Zentren sowie in den Nahversorgungsstandorten bzw. Erhaltung und Stärkung der Identität der Zentren,
- der wiederum darauf aufbauenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung bei nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Vorhaben

ist bei der Realisierung nahversorgungsrelevanter und sonstiger zentrenrelevanter Vorhaben nach dem Leitbild "Innen- vor Außenentwicklung" vorzugehen. Damit wird den Bestrebungen nach Dichte und Kompaktheit in den Zentren Rechnung getragen. Zudem werden Investitionen auf Flächenpotenziale, die innerhalb der Zentren bestehen, gelenkt. Hierzu bestehen insbesondere folgende Möglichkeiten:

- **Revitalisierung von Brachflächen** und **Schließen von Baulücken** mit entsprechender vertikaler Nutzungsmischung (Einzelhandel, Gastronomie und publikumsorientierte Dienstleistungen im Erdgeschoss, Wohnen und Dienstleistungen in Obergeschossen) und städtebaulicher Ausgestaltung (Hinwirken auf homogenes Bild),
- **Nachverdichtung im Bestand** durch Anpassung der Geschossigkeit/bauliche Höhe mittels Aufstockung und ggf. Sanierung oder auch Abriss und Neubau,

- **Wiedernutzung von Leerständen** auch mittels Anpassung an moderne Ansprüche (Barrierefreiheit, Schaufenstergröße etc.) sowie ggf. **Verkausflächenzusammenlegung** zum Erreichen betriebswirtschaftlich rentabler Größen,
- **Umnutzung bei entsprechender Randlage/Umfeldnutzung** zu Büro-/Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen.

7.2 Entwicklungsoptionen für Gewerbegebiete

Zwar sind Gewerbegebiete entsprechend der BauNVO mögliche Standorte für Einzelhandel. Angesichts der

- planungsrechtlichen Probleme bei entsprechender Neuausweisung von Gewerbegebieten und
- insbesondere der begrenzten Verfügbarkeit von qualifizierten Gewerbeflächen für die wirtschaftliche Entwicklung von Nürnberg

sollte an denjenigen Standorten, an denen bisher keine oder nur in einem sehr geringen Umfang Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, Einzelhandel unter Anwendung der baurechtlichen Möglichkeiten ausgeschlossen werden. Generell sollten Gewerbeflächen den eigentlich dort vorgesehenen gewerblichen Nutzungen (Handwerk und produzierendes Gewerbe) vorgehalten werden⁷.

7.3 Entwicklungsoptionen der Sonderstandorte

Ein Teil der Sonderstandorte übernimmt durch großflächige, nicht zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe (z.B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) Versorgungsfunktionen, die nicht notwendigerweise in einem Zentrum vorhanden sein sollen/müssen. Diese Funktion der Sonderstandorte soll erhalten bleiben, sofern nicht eine Entwicklung zu einem Gewerbegebiet im eigentlichen Sinne, d.h. für gewerbetreibende Betriebe und Handwerker, oder eine andere Nutzungsart (z.B. Dienstleistungsstandort) angestrebt wird und zumindest langfristig plausibel erreichbar erscheinen.

An den nicht integrierten Sonderstandorten sind jedoch (weitere) Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder sonstigem zentrenrelevanten Hauptsortiment - sofern rechtlich möglich - nicht zuzulassen. Dies gilt auch für Erweiterungen, die über das Maß einer Bestandsicherung hinausgehen.

⁷ "Gewerbegebiete zeichnen sich zunächst dadurch aus, dass in ihnen gearbeitet wird. Nach dem Leitbild der BauNVO sind sie den produzierenden und artverwandten Nutzungen vorbehalten." Vgl. BVerwG, Beschluss vom 20.12.2005, Az.: 4 B 71.05.

7.4 Maßnahmen zur Stärkung der Nahversorgung

Nahversorgungseinrichtungen, insbesondere Lebensmittelbetriebe, sollten - vor dem Hintergrund des demografischen Wandels sowie der hohen, perspektivisch steigenden Mobilitätskosten - möglichst für alle Wohnsiedlungsbereiche in Nürnberg fußläufig zu erreichen sein. Dabei sind aufgrund der Siedlungsstrukturen und der damit verbundenen, teilweise geringen Einwohnerzahlen auch alternative Versorgungsmöglichkeiten zu berücksichtigen.

Aufgrund

- des hohen Verkaufsflächen- und Umsatzanteils im Sortiment Nahrungs-/Genussmittel von nicht integrierten Standorten, die keine bzw. eine geringe Nahversorgungsfunktion im eigentlichen Sinne aufweisen, und
- des begrenzten Entwicklungsspielraums im Sortiment Nahrungs-/Genussmittel von jährlich maximal annähernd 1.900 m² (entsprechend ein bis zwei zusätzlichen Supermärkten oder Discountern

besteht das vorrangige Ziel darin, die derzeitigen städtebaulich integrierten, dezentralen Nahversorgungsstrukturen zu erhalten und zu verstärken.

Bei Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben - sowie auch sonstigen Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment - sind daher folgende Aspekte von wesentlicher Bedeutung:

- Vorliegen eines integrierten Standorts, möglichst zentral innerhalb eines Wohnsiedlungsbereichs,
- standortgerechte Dimensionierung, bezogen auf das Wohnumfeld,
- Berücksichtigung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen,
- Erhalt oder Stärkung eines Zentrums oder eines Nahversorgungsstandorts und/oder
- Erhalt bzw. Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation in den sonstigen Wohnsiedlungsbereichen,
- Prüfung alternativer Angebotsformen (kleinflächige Lebensmittelbetriebe, Direktvermarkter, Verkaufswagen sowie Liefer- bzw. Bringservice etc.) bei einwohnerarmen, nicht nahversorgten Wohnsiedlungsbereichen.

8. Fazit

Durch das Einzelhandelskonzept setzt die Stadt Nürnberg planerisch und politisch den Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung.

Das bestehende Einzelhandelsangebot verdeutlicht die besondere Stellung der Stadt Nürnberg innerhalb ihres Umfeldes. Dabei kommt vor allem der Innenstadt als A-Zentrum eine besondere, (über-)regionale Versorgungsfunktion zu, die durch ihre weiteren Funktionen als Dienstleistungs-, Freizeit-, Kultur-, Arbeits- und auch Wohnstandort zusätzlich gestärkt wird. Darüber hinaus ist eine polyzentrale, hierarchisch gegliederte Versorgungsstruktur integrierter Standorte festzustellen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung bzw. zu einer Stadt der kurzen Wege beiträgt. Allerdings stehen die integrierten Einzelhandelsstandorte in Konkurrenz zu zahlreichen nicht integrierten Einzelhandelskonzentrationen mit einem großen Angebot an nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten.

Unter Berücksichtigung des begrenzten wettbewerbsneutralen Entwicklungsspielraums, der sich bei einem verstärkten Wettbewerb mit dem Umland auf nahezu Null reduziert, ist bei zukünftigen Neuansiedlungen und flächenbedeutsamen Erweiterungen somit die Wahl des richtigen Standorts entscheidend. Die Grundlage hierfür bildet der formulierte Zielkatalog, der in den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung auf die Standorte bzw. Standorttypen übertragen wurde. Hierbei wird eine Funktionsteilung der verschiedenen Standorte - sowohl zwischen integrierten und nicht integrierten Standorten als auch zwischen den Zentrentypen - verfolgt. Ziel ist es, die funktionsadäquate räumliche Verteilung des Einzelhandels in Nürnberg zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln - auch vor dem Hintergrund des demographischen Wandels sowie des schonenden Umgangs mit Flächen- und Energieressourcen.

Glossar

Die **Bindungsquote** (z.T. auch "Zentralität") bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%).

Discounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk). Im vorliegenden Konzept wurden jedoch auch das Lebensmittelhandwerk sowie Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/Genussmittel - führen, einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Großflächig ist ein Einzelhandelsbetrieb dann, wenn seine Verkaufsfläche 800 m² oder mehr beträgt.

Eine **integrierte Lage** liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für zentrale Versorgungsbereiche/Zentren, Nahversorgungsstandorte und sonstige integrierte Standorte dar.

Als **nicht integrierte Standorte** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. Zentren.

Ein **Kaufhaus** ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend mit Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens aus einer Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfsrichtungen.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt. (s.a. Nachfrage)

Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Das IBH (ehem. BBE) prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Lebensmittel-SB-Geschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von bis zu 200 m² ein Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Das Lebensmittelsortiment ist auf Grund der geringen Verkaufsfläche in Breite und Tiefe i.d.R. eingeschränkt, Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen werden nicht bzw. in geringen Umfang angeboten.

Lebensmittel-SB-Märkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 200 bis 400 m² ein umfangreiches, wenngleich in der Tiefe eingeschränktes Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Darüber hinaus werden Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen ergänzend angeboten.

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)

Bei einem **Nahversorgungsstandort** handelt es sich um einen integrierten Bereich, bei dem ein meist kleinstrukturiertes Angebot an Einzelhandelsbetrieben die Versorgungsfunktion für das unmittelbare, nähere Wohnumfeld, nicht jedoch darüber hinaus übernimmt (vgl. zentraler Versorgungsbereich).

SB-Warenhäuser sind Einzelhandelsbetriebe, die ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne Kundenberatung anbieten. Der Standort ist i.d.R. autokundenorientiert, wobei sowohl isolierte Standorte als auch Standorte in Einkaufszentren vorzufinden sind. Die Verkaufsfläche liegt nach der Abgrenzung des EHI bei 5.000 m² und mehr.

Sonderstandorte sind Konzentrationen von meist großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die in einem funktionalen Zusammenhang stehen, etwa durch ein gewerblich geprägtes Gebiet/Gewerbegebiet. Ein städtebaulicher Zusammenhang ist nicht erforderlich. Weiterhin ist eine Ausstrahlung über das unmittelbare Umfeld hinaus erforderlich, weshalb eine Mindestverkaufsfläche von rd. 2.500 m² als Untergrenze angesetzt wird. I.d.R. handelt es sich bei Sonderstandorten um nicht integrierte Standorte. Ausnahmen können z.B. Standorte mit einer mit Sonderfunktion (Hauptbahnhof - "Reisebedarf") oder ohne städtebauliche Qualität und mit geringer Angebotsvielfalt sein.

Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² und höchstens 2.500 m² ein Lebensmittelvollsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Große Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe mit in etwa gleicher Sortimentsstruktur (i.d.R. etwas höherer Anteil anderer Branchen) mit einer Verkaufsfläche von 2.500 und 5.000 m².

Warenhäuser sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit relativ hoher Serviceintensität und an Standorten in Innenstädten oder in Einkaufszentren anbieten. Der Schwerpunkt liegt i.d.R. im Bereich Bekleidung. Neben Einzelhandelsangeboten werden auch Dienstleistungs- sowie gastronomische Angebote vorgehalten. Insgesamt ist eine verstärkte Entwicklung von Shop-in-Shop-Systemen, d.h. Vermietung von Flächen an andere Betriebe (Konzessionäre), festzustellen, wobei dies für den Kunden häufig nicht vordergründig ersichtlich ist bzw. teilweise erst beim Bezahlen an einer eigenen Kasse erkennbar wird.

Als **zentrale Versorgungsbereiche** sind diejenigen integrierten Standorte einer Stadt zu verstehen, in denen sich bedeutsamen Versorgungsfunktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel zentrale Versorgungsbereiche entscheidend sind, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Kommune. Wesentlich ist weiterhin, dass eine über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion wahrgenommen wird (vgl. Nahversorgungsstandort).

Zentralität (→ siehe Bindungsquote).