

# Zur Zukunft der Einzelhandelspolitik in Nürnberg

## Gliederung

<b>I. Einleitung</b>	Seite 1
1. Vorbemerkung zum Handlungsleitbild der Einzelhandelspolitik in Nürnberg	Seite 1
2. Zur Chronologie des Einzelhandelsgutachtens Nürnberg und zur Zielsetzung dieser Vorlage	Seite 1
<b>II. Kernaussagen des Einzelhandelsgutachtens Nürnberg</b>	Seite 2
1. Nürnberg als Einzelhandelsstandort und der Strukturwandel im Einzelhandel	Seite 2
2. Die innerstädtischen Zentren Nürnbergs	Seite 3
3. Nahversorgung in Nürnberg	Seite 5
<b>III. Kernaussagen des Expertenhearings Einzelhandel</b>	Seite 6
1. Zielsetzung des Hearings	Seite 6
2. Kernaussagen Hearing - Podium	Seite 7
2.1 Statement GfK	Seite 7
2.2 Statement LbE	Seite 7
2.3 Statement IHK	Seite 8
3. Kernaussagen Hearing - Auditorium	Seite 9
3.1 Nahversorgung/Discounter	Seite 9
3.2 Großbetriebe des Einzelhandels/Gewerbeflächensicherung	Seite 9
3.3 Mieten	Seite 10
3.4 Standortmarketing und regionale Aspekte	Seite 10
3.5 Sonstiges	Seite 10
<b>IV. Handlungsempfehlungen</b>	Seite 11
Vorbemerkung	Seite 11
1. Sicherung und Stärkung der Hauptzentren	Seite 12
2. Sicherung der Nahversorgung/Aufrechterhaltung der Zentrenstruktur (insbesondere C-, D- und E-Zentren)	Seite 13
2.1 Sicherung der Nahversorgung in Neubaugebieten	Seite 14
2.2 Sicherung der Nahversorgung in Stadtteilen mit hohen Wohnbevölkerungsanteilen und Verbesserung der Nahversorgung in unterversorgten Stadtteilen	Seite 14
2.2.1 Neuansiedlung wettbewerbsfähiger Nahversorgungs-	

betriebe auf Flächen, die sich aus Sicht der Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in geeigneter Lage befinden	Seite 15
2.2.2 Verfügbarmachung von optimierten Einzelhandelsflächen im Stadtteil	Seite 16
2.2.3 Verbesserung der Nahversorgungsangebote durch Aufwertung bereits vorhandener Betriebe oder durch Neuansiedlung frequenzstarker Nutzungen	Seite 16
2.2.4 Existenzsicherung öffentlicher Frequenzbringer in den Stadtteilen (Ämter, Kulturläden, Bibliotheken, sonstige öffentliche Einrichtungen)	Seite 17
2.2.5 Verstärkung der mobilen Nahversorgung	Seite 17
2.2.6 Intensivierung von Einzelhandelskooperationen und von Stadtteilmanagement	Seite 17
2.2.7 Ablehnung von Neuansiedlungen, die bestehende Nebenzentren gefährden, sowohl im Hinblick auf Einzelhandelsgroßbetriebe als auch auf Discounter	Seite 18
Steuerungsmöglichkeiten bei der Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und bis zu 1.200 m <sup>2</sup> Geschoßfläche (Discounter und Lebensmittel-Supermärkte)	Seite 19
Steuerungsmöglichkeiten bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und einer Geschoßfläche von mehr als 1.200 m <sup>2</sup> (SB-Warenhäuser u. a.)	Seite 20
2.3 Unterstützung des Mittelstandes	Seite 21
<b>3. Ansiedlungsvorhaben von großflächigen Betrieben</b>	Seite 22
3.1 Restriktive Neuansiedlungspolitik	Seite 22
3.2 Standortpräferenzen bei Neuansiedlungen (Innenentwicklung)	Seite 23
3.3 Schutz von Gewerbegebieten	Seite 23
<b>4. Einpassung in ein regionales Einzelhandelsmemorandum/-konzept</b>	Seite 24
<b>V. Schlussbemerkung</b>	Seite 24

# **Zur Zukunft der Einzelhandelspolitik in Nürnberg**

hier: Bericht über Kernaussagen und Handlungsempfehlungen mit Beschlussvorschlag

## **I. Einleitung**

### **1. Vorbemerkung zum Handlungsleitbild der Einzelhandelspolitik in Nürnberg**

Die Geschichte der Stadtentwicklung in Europa und Vorderasien spiegelt sich auch heute noch im Bild der historisch gewachsenen europäischen Städte wider. Der Markt als zentraler Warenumsschlagplatz, an dem alle wichtigen in die Stadt führenden Straßen zusammenlaufen oder sich kreuzen, als Zentrum der lokalen politischen Macht, war bis zum Beginn der Industrialisierung der einzige funktionale Mittelpunkt der Stadt. Die Bedeutung dieser historischen Stadtmitte hat sich bis heute durch eine Konzentration von Handels- und Dienstleistungsfunktionen erhalten. Ihr nachgeordnet ist eine Hierarchie von Nebenzentren, die in der im Vergleich etwa zu US-amerikanischen Städten relativ kompakten europäischen Stadt eine Stadtteilversorgungsfunktion einnehmen. In vielen größeren US-amerikanischen Städten fehlt diese Hierarchie der innerstädtischen Zentren. Aus diesem Grund haben sie auch keine Stadtmitte im eigentlichen Sinne. Kennzeichen der US-amerikanischen Siedlungsentwicklung ist vielmehr der "sprawl", der durch die hohe Flächenverfügbarkeit ausufernde Siedlungsbrei mit vielen gleichartigen und gleichförmigen Versorgungszentren. Eine Verpflichtung für die Kommunalpolitik in Deutschland bleibt es, das Kulturgut der europäischen Stadt mit ihrer historisch gewachsenen funktional und hierarchisch abgestuften und dadurch erst abwechslungsreichen und einzigartigen inneren Struktur zu erhalten. Diese grundsätzliche Handlungsorientierung hat Leitbildcharakter für die Einzelhandelspolitik in Nürnberg.

### **2. Zur Chronologie des Einzelhandelsgutachtens Nürnberg und zur Zielsetzung dieser Vorlage**

Am 13.12.1999 unterzeichneten der Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg und der Geschäftsführer des Landesverbandes des Bayerischen Einzelhandels, Bezirk Mittelfranken, eine Vereinbarung, wonach es "die Stadt Nürnberg und der LBE (...) als gemeinsame Zielsetzung dieser Vereinbarung (ansehen), die gewachsenen Einzelhandelsstandorte in den verschiedenen Stadtteilen zu stärken und eine ausgewogene Versorgungsstruktur für die

Bewohner in den Stadtteilen zu sichern". Diese Vereinbarung war die Grundlage für die Vergabe eines Einzelhandelsgutachtens an die GfKPrisma Nürnberg/Hamburg. Seit dem letzten Jahr liegt der Stadt Nürnberg das Gutachten vor.

Ein sich aus den Vorsitzenden der Nürnberger Stadtratsfraktionen und Vertretern von Wirtschaftsverbänden sowie der Stadtverwaltung zusammensetzender Einzelhandelsgutachtenbeirat hat die Arbeit des Gutachters während der Zeit der Erstellung des Gutachtens beratend begleitet. Am 11.02.2003 fand im Nürnberger Rathaus auf Initiative des Wirtschaftsreferates ein Hearing zum Thema "Einzelhandelsentwicklung in Nürnberg" statt.

Die vorliegende Ausschussvorlage hat das Ziel, die Kernaussagen von Gutachten und Hearing zusammenfassend darzustellen und daraus Handlungsleitlinien abzuleiten. Somit werden nachfolgend zunächst die Kernaussagen des Einzelhandelsgutachtens (Gliederungspunkt II.) und die Kernaussagen des Hearings (Punkt III.) dargestellt, bevor in Punkt IV. die Handlungsempfehlungen formuliert werden.

Die Handlungsempfehlungen sind als ein Vorschlag für Leitlinien zu wichtigen stadtentwicklungs- und wirtschaftspolitischen Entscheidungen der Stadt Nürnberg auf dem Gebiet des Einzelhandels anzusehen. Einzelhandelsgutachten und Expertenhearing geben eine gesicherte Grundlage hierfür ab. Die Handlungsempfehlungen nehmen auch die in dem Sideletter über das Ergebnis der Vereinbarungen der Stadtratsfraktionen vom Mai 2002 zum Bereich Einzelhandel getroffenen Aussagen auf.

## **II. Kernaussagen des Einzelhandelsgutachtens Nürnberg**

In die nun folgende Darstellung der Kernaussagen des Einzelhandelsgutachtens Nürnberg sind die auf dem Expertenhearing vorgetragenen zentralen Aussagen von Herrn Dr. Stegner von GfKPrisma, dem Auftragnehmer des Einzelhandelsgutachtens Nürnberg, integriert. Dadurch wird eine Wiederholung der Aussagen in Pkt. III.2.2.1 vermieden.

### **1. Nürnberg als Einzelhandelsstandort und der Strukturwandel im Einzelhandel**

Nürnberg als Einzelhandelsstandort und als Einkaufsstadt nimmt mit einer Einzelhandelsverkaufsfläche von insgesamt ca. 800.000 m<sup>2</sup> und einem seit Jahren hohen Einzelhandelszentralitätsindex mit Werten um 150 in Nordbayern eine hervorragende Position ein. Auch im gesamtdeutschen Großstadtvergleich belegt Nürnberg durch die

Bedeutung seines Einzelhandels und sehr guter Bewertungen bspw. im Hinblick auf handelsrelevante Standortfaktoren wie der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt Spitzenplätze.

Dabei unterliegt auch in Nürnberg der Einzelhandel seit vielen Jahren einer unverminderten Dynamik. Die Folge ist ein konstant intensiver Wettbewerb zwischen allen Betriebsformen. Gegenwärtig ist die Entwicklungsdynamik bei den Discountern am größten. Die Entwicklungsdynamik bei den Fachmärkten und SB-Warenhäusern fällt demgegenüber deutlich zurück, ist aber dennoch vorhanden. Strukturell bedingt sind die Anforderungen, sich am Markt auf Dauer zu behaupten, für den mittelständischen Einzelhandel (traditionelle kleinere Handelsunternehmen) am größten. Denn diese Betriebsform steckt in der Klemme zwischen teils zu hohen Mieten, zu geringen finanziellen Spielräumen für Investitionen und einer Reihe anderer Probleme einerseits und dem Wettbewerbsdruck durch vertikal integrierte Filialisten und Discounter andererseits.

## 2. Die innerstädtischen Zentren Nürnbergs

Die 25 innerstädtischen Zentren Nürnbergs mit insgesamt 360.000 m<sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche bilden zusammen mit zwei Fachmarktzentren und dem Einzelhandel in Streulage (mit dann wie oben ausgeführt insgesamt 800.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der Gesamtstadt) die Basis für die überregionale Strahlkraft Nürnbergs als Einzelhandelsmetropole für Nordbayern, für die vielfältigen Versorgungsbedarfe in der Region Nürnberg und der Nahversorgung für die Stadtquartiere.

Das A-Zentrum "Nürnberger City" mit ca. 205.000 m<sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche ist auf Grund

- seiner sehr guten Erreichbarkeit mit allen Verkehrsträgern,
- der Ausstattung mit überregional bedeutsamen Kultur- und Freizeiteinrichtungen, kulturhistorischen und städtebaulichen Sehenswürdigkeiten,
- einem hervorragenden Betriebsformen- und Betriebsgrößenmix in einer räumlich sehr guten Konfiguration der Einzelhandelsbetriebe zueinander,
- des Vorhandenseins von Niederlassungen aller bedeutsamen deutschen Handelskonzerne und zahlreicher bekannter Filialisten aus dem europäischen Ausland

in einer absolut und relativ hervorragenden Marktposition und ist das quantitativ und qualitativ mit Abstand am besten ausgestattete innerstädtische Zentrum Nürnbergs. Verbesserungen zur Sicherung der Marktposition gilt es lediglich im Detail durchzuführen.

Nach dem höchstrangigen A-Zentrum "Nürnberger City" rangieren Aufseßplatz und Frankenzentrum als B-Zentren auf der zweithöchsten Hierarchiestufe. Während das B-Zentrum "Frankenzentrum"

- von einer guten einzelhändlerischen Ausstattung und
- mit dem Einkaufszentrum als Kern von dem klassischen Erfolgsmodell einer einheitlich gemanagten shopping-Center-Immobilie mit professioneller Werbung, in der Höhe gestaffelten Mieten, einem interessanten und attraktiven Branchenmix und einheitlichen Öffnungszeiten

profitiert, leidet das B-Zentrum "Aufseßplatz" unter

- der räumlichen Nähe zum A-Zentrum "Nürnberger City",
- einem Mangel an Einzelhandelsbetrieben mit über den Stadtteil hinausgehendem oder überlokalem Einzugsbereich,
- Defiziten beim ruhenden Verkehr und
- einem Mangel an verfügbaren Flächen oder Immobilien für die Neugründung attraktiver Einzelhandelsbetriebe.

Es ist zwar auch weiterhin Kristallisationspunkt des Stadtlebens und traditionelles Zentrum der Südstadt, aber seine Entwicklungsmöglichkeiten schöpfen ausschließlich aus dem traditionellen Umfeld, was gleichzeitig seine Begrenzung darstellt.

Mit der Eröffnung des "Mercado Nürnberg" entsteht im Bereich des bisherigen C-Zentrums "Leipziger Platz/Äußere Bayreuther Straße" ein weiterer starker Einzelhandelspol. Dadurch ist dieser Bereich künftig als B-Zentrum einzustufen, sodass Nürnberg in Kürze über drei B-Zentren in einer günstigen gesamtstädtischen räumlichen Verteilung verfügt.

Die innerstädtischen Zentren der verbleibenden Hierarchiestufen C, D und E besitzen eine überwiegende oder ausschließliche Stadtquartiers- und Nahversorgungsfunktion. Ihre Situation ist im übertragenen Sinne durch die Lage in einem Wettbewerbsdreieck zwischen dem A-Zentrum "Nürnberger City" und den leistungsstarken Nebenzentren (dies sind in erster Linie die derzeitigen bzw. künftigen B-Zentren "Frankenzentrum" und "Leipziger Platz/Äußere Bayreuther Straße") einerseits und großflächigen Einzelhandelsstandorten sowie den derzeit extrem dynamischen Discountern andererseits gekennzeichnet. Ihre Entwicklungsmöglichkeiten werden zudem häufig begrenzt durch nur bedingt zeitgemäße Ladengrößen und -zuschnitte, Engpässe in der verkehrlichen Erreichbarkeit und beim ruhenden Verkehr sowie hohe Mieten.

Der kleinerflächige Einzelhandel in bandartigen Strukturen außerhalb von innerstädtischen Zentren und ohne eingestreute größerflächige Leitbetriebe (wie z. B. in der Bayreuther Straße zwischen Rathenauplatz und Stadtpark, der Pirckheimerstraße, der Landgrabenstraße) befindet sich ebenso wie der kleinerflächige Einzelhandel in Streulage im Vergleich zum innerhalb der innerstädtischen Zentren liegenden kleinerflächigen Einzelhandel in einer schlechteren Standort- und Wettbewerbsposition. Auf Dauer im Markt behaupten kann er sich nur durch den Rückgriff auf ein beständiges Stammkundenpotential oder auf eine - in bevölkerungsreichen Innenstadtrandquartieren i. d. R. vorhandene - wichtige Nahversorgungsfunktion.

### 3. Nahversorgung in Nürnberg

Für die Nahversorgung relevant ist die gesicherte Erkenntnis, dass der Anteil des Einzelhandels an den Verbrauchsausgaben seit Jahren abnimmt. Wenn der Handel investiert, kommt es daher grundsätzlich zu einem Verdrängungswettbewerb, dem zuerst Betriebe an Grenzertragsstandorten und Betriebe mit nicht mehr zeitgemäßen Gebäudegrößen, Ladenzuschnitten, Erreichbarkeits- und Stellplatzsituationen erliegen. Zu beachten ist des Weiteren, dass es durch die Dynamik im Handel ständig zu Betriebsneugründungen auch an neuen, bisher nicht vom Einzelhandel genutzten Standorten kommt, was zur Entstehung neuer Versorgungskerne und Zentralitäten führt.

Diese Entwicklung wird derzeit von der gegenwärtig dynamischsten Betriebsform im deutschen Einzelhandel, dem Discounter, geprägt. Diese Betriebsform hat z. Zt. mehrere Vorteile: zum einen ist dies der Konzeptvorteil, mit dauerhaften Sonderangeboten beim Kunden Fuß zu fassen "und die unselige Teurodebatte richtig angepackt zu haben". Resultat ist ein Image der absoluten Preiswürdigkeit. Darüberhinaus "passt diese Betriebsform eins zu eins ins deutsche Baurecht" (Zitate Dr. Stegner, GfKPrisma). Discounter können als einzige Handelsform nahezu uneingeschränkt in Gewerbegebieten errichtet und betrieben werden. Den klassischen Discounter mit schnelldrehenden Waren in ganz eng eingeschränkten Sortimenten gibt es nicht mehr, die Sortimentsbereiche haben sich stark ausgeweitet. Aktuell kommt mehr Wettbewerbsdruck von den Discountern als von den Fachmärkten, SB-Warenhäusern und Kaufhäusern auf den Einzelhandel in den Nebenzentren zu.

Der kleinflächige Nahversorgungsbetrieb mit den bekannten Problemen zu kleine Fläche, ungenügende Logistik, Erreichbarkeits- und Stellplatzprobleme spürt den Wettbewerbsdruck dabei am meisten. Denn viele Kunden kaufen einen erheblichen Teil auch des kurzfristigen

Bedarfs mit dem Auto ein und wandern zu leicht erreichbaren Standorten mit einer genügend hohen Anzahl an Parkplätzen ab. Der Markt in den großen Städten für ein Angebot an Nahversorgungsbetrieben im fußläufigen Bereich ist zwar vorhanden und findet seinen Niederschlag in dem vermehrten Auftreten sog. ethnischer Geschäfte (türkische, griechische Obst- und Gemüsehändler auf Kleinstflächen). Diese Geschäfte können jedoch nur mit größtem Arbeits- und Zeitaufwand betrieben werden und es ist ungewiss, ob sie sich auf Dauer am Markt halten können. Über ihre Zukunft entscheidet der Kunde mit seinem Einkaufsverhalten.

Von Nahversorgungsproblemen betroffen können die Bürger in ausstattungsbezogener oder/und in entfernungsmaßiger Hinsicht sein. Zu weite Fußweg-Distanzen zum nächsten Lebensmittel-Vollsortimenter oder Nahversorgungszentrum haben Einwohner, die in einer Entfernung von über 600 bis 1.000 Metern von einem der 25 innerstädtischen Zentren, 10 SB-Warenhäuser oder der Nahversorgungsbetriebe in Streulage wohnen. Dies ist häufiger als in anderen Stadtteilen der Fall in der dispersen Siedlungsstruktur der südlichen und südöstlichen Außenstadt (Werderau-Süd, Maiach, Teile der Gartenstadt, von Pillenreuth und Fischbach, Worzeldorf und Kornburg) und in den Bereichen Langwasser-Nord, Rangierbahnhofsiedlung, Reichelsdorf, Schweinau/Hohe Marter, Großgründlach, Boxdorf, Neunhof, Kraftshof. Dort gibt es ein relativ geringes Nahpotenzial oder keine schnell verfügbaren Flächen, die für einen Neubau eines zeitgemäßen Nahversorgungsbetriebes mit Vollsortiment geeignet sind. Angesichts des Umstandes, dass 31% der Nürnberger Haushalte keinen PKW haben, ist ein Teil der Bevölkerung bei der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs u. a. auch auf das "Zu Fuß Gehen" angewiesen. Dies betrifft z. T. auch Personen mit nur einem PKW im Haushalt (weitere 54% der Nürnberger Haushalte).

Darüberhinaus gibt es Stadtquartiere, deren Nahversorgungsbetriebe überwiegend nicht mehr zeitgemäße Größenordnungen aufweisen (Ziegelstein, Buchenbühl).

### **III. Kernaussagen des Expertenhearings Einzelhandel**

#### **1. Zielsetzung des Hearings**

Das Hearing hatte das Ziel, Meinungen und Einschätzungen von Vertretern des Einzelhandels, der Wirtschaftsverbände, der Stadtverwaltung und Regionalplanung, der Politik und weiterer gesellschaftlicher Organisationen zur Situation und Entwicklung des Einzelhandels in Nürnberg zu hören. Die Kernaussagen des Hearings bilden eine Grundlage für die anschließend in dieser Vorlage dargestellten wirtschafts- und

stadtentwicklungspolitischen und stadtplanerischen Handlungsempfehlungen zur Entwicklung des Einzelhandels in Nürnberg.

## **2. Kernaussagen Hearing - Podium**

### **2.1 Statement GfK**

Es wird auf die in Punkt II. gemachten Ausführungen verwiesen.

### **2.2 Statement LbE**

#### Strukturwandel und Verkaufsflächenwachstum

Der Einzelhandel weise insgesamt und in Nürnberg ein großes Flächenwachstum auf. In Nürnberg sei es in den letzten Jahren zu zahlreichen Geschäftsschließungen gekommen. Das Konsumentenverhalten sei kaum mehr einschätzbar. In den 1a-Lagen der City seien die Mieten für den mittelständischen Einzelhandel zu hoch. Die Nebenzentren hätten einen Bedeutungsverlust hinnehmen müssen. Derzeit bestehe ein erheblicher Wettbewerbsdruck seitens der Discounter.

Aus der lt. Einzelhandelsgutachten hohen Verkaufsflächenausstattung je Einwohner Nürnbergs folge, dass in Nürnberg kein Verkaufsflächendefizit bestehe. Die in Nürnberg bevorstehenden Verkaufsflächenzugewinne durch Mercado Nürnberg, Breuninger, Intersport Eybl und Möbel-Lutz werden im Unterschied zum Gutachter GfKPrisma nicht unbedingt als Bereicherung, sondern eher als trendorientierte Ausschöpfung des allgemeinen Flächenwachstums in seiner Übertragung auch auf Nürnberg gesehen.

#### Nahversorgung

Für die Sicherung und Verbesserung der Nahversorgung wäre die funktionale Stabilisierung der Nebenzentren wichtiger als die Förderung der mobilen Versorgungseinrichtungen, weil über die Stabilisierung der Nebenzentren die vergleichsweise leistungsfähigeren stationären Nahversorgungsbetriebe auch gestärkt würden.

#### 10-Punkte-Programm (Auszüge)

Der LBE hat für das Hearing ein 10-Punkte-Programm vorgelegt, das u. a. folgende Schwerpunkte enthält:

- zur Aufwertung der Nebenlagen in der City, zur Verbesserung der Situation des mittelständischen Einzelhandels in den Nebenzentren und zur Regelung bzw. Lösung von einzelbetrieblichen Standortproblemen sollte die bereits in ihrer Zusammensetzung stehende "Task-Force" die Koordinierungsfunktion übernehmen. Dies betrifft auch Maßnahmen zur Verbesserung der Situation in den Nebenzentren wie z. B. Verbesserung der Aufenthaltsqualität, Organisation und Durchführung von events, bessere Vermarktung,
- auf Flächen mit einem hohen Ansiedlungsdruck müsse aktuelles Baurecht anwendbar sein (*Anm.: Gemeint ist die Überarbeitung alter Bebauungspläne durch Anpassung an die aktuelle BauNVO*),
- Formulierung eines Leitbildes mit restriktiver Grundhaltung und angepasstem Baurecht für bestimmte Flächen,
- Aufrechterhaltung von Citymarketing und -management und dessen Intensivierung in den Nebenzentren,
- Intensivierung der interkommunalen Abstimmung bei der Ansiedlung von Großprojekten,
- regelmäßige Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens.

### 2.3 Statement IHK

Die bisherige Politik der Stadt Nürnberg für den Einzelhandel sei eine "Politik mit Augenmaß" gewesen; problematisch für die gewachsenen innerstädtischen Zentren jedoch seien v. a. überdimensionierte Einzelhandelsgroßbetriebe in nicht-integrierten Lagen.

Das Einzelhandelsgutachten und das Hearing seien eine gute Basis, um zu einer Einzelhandels-Konzeption (bzw. einem Einzelhandels-Konzept) für Nürnberg zu kommen. Das in dem Gutachten enthaltene Zentrenkonzept sei aus Sicht der IHK sinnvoll und schlüssig. Damit ein Einzelhandels-Konzept von breitem Konsens getragen wird, müssten die Träger öffentlicher Belange und die Verbände einbezogen werden.

Das für den Bereich des Einzelhandels recht weit entwickelte planungsrechtliche Steuerungsinstrumentarium taue nur zur indirekten Steuerung, indem man unerwünschte Nutzungen an unerwünschten Standorten verhindern könne. Es taue aber nicht dazu, erwünschte Nutzungen an erwünschten Standorten zu entwickeln.

Die Stadt Nürnberg müsse das gesamte Spektrum der zur Verfügung stehenden Maßnahmen (Flächenausweisung, städtebauliche und verkehrspolitische Maßnahmen u. a.) nutzen, um zu einer zielführenden Einzelhandelsentwicklung zu kommen.

Wichtig sei die Entwicklung der Nebenzentren zusammen mit den dort ansässigen Einzelhändlern und den Immobilieneigentümern.

Die Intensivierung einer regional abgestimmten Einzelhandelspolitik wäre sinnvoll, da die Verkaufsfläche in den Landkreisen der Industrieregion Mittelfranken seit 1990 prozentual stärker zugelegt habe als diejenige in den Kernstädten.

### **3. Kernaussagen Hearing - Auditorium**

Die aus dem Auditorium vorgetragenen Aussagen bezogen sich primär auf die Themenbereiche Nahversorgung/Discounter, Großbetriebe des Einzelhandels und Gewerbeflächensicherung, Mieten, Standortmarketing und regionale Aspekte.

#### **3.1 Nahversorgung/Discounter**

Die Entwicklung und Stabilisierung von Nahversorgungszentren mit leistungsfähigen stationären Betrieben ist auch in Zukunft die Basis einer leistungsfähigen Angebotsstruktur im Bereich der Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet. Mobile Verkaufseinrichtungen und Lieferservicedienste ergänzen die Struktur der stationären Anbieter. Die Angebotsform der mobilen Verkaufseinrichtungen und der Lieferservicedienste muss noch besser bekanntgemacht werden. Zur Sicherung der Nahversorgung muss es an der einen oder anderen Stelle des Stadtgebiets auch neue Verkaufsflächen geben, d. h. es müssen neue Betriebe zugelassen werden. Die Erarbeitung eines Nahversorgungskonzeptes für Nürnberg wäre eine gute Grundlage für eine zielführende Beeinflussung der Standortentwicklung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

#### **3.2 Großbetriebe des Einzelhandels/Gewerbeflächensicherung**

Der weiteren Verkaufsflächenexpansion des (konzernangehörigen) Einzelhandels müsse Einhalt geboten werden, indem auf den ehemals oder zukünftig ehemals gewerblich genutzten Arealen (ADtranz, Kohlenhof, Sebalbus, Autohaus Krauß) keine Einzelhandelsgroßbetriebe zugelassen werden dürften. In aus stadtentwicklungspolitischer Sicht ausschließlich für produzierendes Gewerbe und Dienstleistungsgewerbe geeigneten Gebieten sollte das Eindringen von Einzelhandelsbetrieben planungsrechtlich verhindert werden.

Ungenutzte und untergenutzte Flächen in den inneren, dichter bebauten Stadtbereichen sollten für Einzelhandelsgroßbetriebe stärker in Anspruch genommen werden, als ständig ungenutzte und unbebaute Flächen in den Außenbezirken der Stadt mit dieser Nutzung zu bebauen. Unabhängig davon sei darüber zu diskutieren, ob Nürnberg für die nächsten Jahre nicht im Hinblick auf die Neuansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben saturiert ist.

### **3.3 Mieten**

Für den inhabergeführten, mittelständischen Facheinzelhandel seien die Mieten in den 1a-Lagen der City zu hoch. Auf die Mietenentwicklung könnte möglicherweise dämpfend eingewirkt werden, wenn es gelänge, der Öffentlichkeit zu kommunizieren, dass die in Mietspiegeln und Immobilienmarktberichten veröffentlichten Miethöhen i. d. R. der absoluten Mietobergrenze entsprächen. Der reale erzielbare Durchschnittsmietpreis liege weit darunter.

### **3.4 Standortmarketing und regionale Aspekte**

Auch die Immobilieneigentümer sollten sich um die Durchführung von Standortmarketing-Maßnahmen bemühen und dies nicht völlig der Stadt und dem Handel überlassen.

Die interkommunale Kooperation sei beim Thema Einzelhandel sehr wichtig. Eine regional abgestimmte Einzelhandelspolitik wäre daher sinnvoll. Die Entwicklung gestalte aber vor allem der Markt, weniger die Stadt. Die Stadt tue jedoch das ihr Mögliche. Das Einzelhandelsmemorandum habe sehr wohl gute Erfolge gehabt. Bei der herrschenden gebietskörperschaftlichen Finanzverfassung seien einer interkommunalen Kooperation jedoch auch Grenzen gesetzt. Trotzdem sollte man versuchen, die interkommunale Kooperation zu intensivieren.

### **3.5 Sonstiges**

Das Parkhaus Horten und die Fassade des Warenhauses Horten seien mangelhaft. Die Südstadt sei interessant, aber bei vielen Leuten sei das zu wenig bekannt. Die Kongress- und Tourismuszentrale als Trägerin des Christkindlesmarktes müsste mit mehr Geld ausgestattet werden. Die Realisierung eines geeigneten Augustinerhof-Projektes würde der Entwicklung um den Hauptmarkt einen großen Impuls verleihen.

Das Einzelhandelsgutachten sollte regelmäßig fortgeschrieben werden.

## IV. Handlungsempfehlungen

### Vorbemerkung

Aus Gutachten und Hearing werden im Folgenden Handlungsempfehlungen abgeleitet. Dies ist notwendig, da die Stadt aus ihrer Verantwortung gegenüber den Bürgern und den Standortbedürfnissen aller Wirtschaftsbranchen entsprechende Entwicklungsziele hat und umsetzen möchte.

Denn die Investitions- und Standortentscheidungen im Einzelhandel, die im Wesentlichen aktiv von Investoren und Grundstückseigentümern vorgebracht werden, entsprechen nicht immer den Entwicklungszielen der Stadt.

So werden gegenwärtig Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung und Stadtplanung durch den permanent hohen Investitionsdruck der marktbeherrschenden Handelskonzerne und der daraus resultierenden kontinuierlichen Flächennachfrage laufend mit dem Erfordernis einer ausgewogenen und bedarfsgerechten raumstrukturellen Entwicklung der verschiedenen Bodennutzungen konfrontiert (s. Vorlage "Lebensmittel-Supermärkte, Discounter und SB-Warenhäuser ("SB-Warenmärkte") in Nürnberg" für die gemeinsame Sitzung von RWA und AfS am 22.10.2003). Parallel dazu wollen die Städte für eine Aufrechterhaltung einer bedarfsgerechten, d. h. möglichst flächendeckenden und nur kurze Wegedistanzen erfordernde Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs sorgen.

Die Stadt verfügt zwar nur über ein eingeschränktes Instrumentarium zur Steuerung des Einzelhandels. Eine Beeinflussung von Investitionsentscheidungen für einen bestimmten Standort ist möglich, aber nur mit Einschränkungen. Hinzu kommt, dass das Einkaufs- und Ausgabeverhalten der Verbraucher eine wichtige Einflußgröße ist, deren Bestimmungsfaktoren von den Städten so gut wie nicht beeinflussbar sind. Trotzdem sollte durch eine gezielte Anwendung des Baurechts und durch konsequenten Einsatz anderer Instrumente (Standortmarketing u. a.) eine möglichst weitgehende Umsetzung der Handlungsempfehlungen angestrebt werden. Dadurch wird auch eine Erreichung der wichtigen Ziele der Stadtentwicklung sichergestellt.

Als übergeordnete Handlungsleitlinie gilt eine behutsame, strukturverträgliche und den Versorgungsbedürfnissen angepasste Weiterentwicklung des innerstädtischen Zentrennetzes. Dieses bildet den Grundstock einer flächendeckenden Versorgung der Bevölkerung mit Gütern aller Bedarfsstufen und hat wesentlichen Anteil an der Bedeutung Nürnbergs als Einkaufsstadt und Einzelhandelsstandort. Die Fachmarkttagglomerationen und

der Einzelhandel in Streulage ergänzen das Netz der innerstädtischen Zentren räumlich und funktional. Der Aufrechterhaltung der jeweiligen funktionalen Bedeutung insbesondere der innerstädtischen Zentren muss das Augenmerk der Stadt gelten. Auf die Förderung ihrer Entwicklung ist im Wesentlichen die Beeinflussung privater Investitionsentscheidungen aus dem Bereich des Handels mit dem zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarium abzustellen.

## 1. Sicherung und Stärkung der Hauptzentren

Die Aufrechterhaltung und weitere Verbesserung der Bedeutung der Hauptzentren spielt eine wichtige Rolle für die Position Nürnbergs als Einzelhandelsstandort und Einkaufsstadt für die Bürger Nürnbergs sowie die auswärtigen Besucher der Stadt und Kunden des Nürnberger Einzelhandels. Die Sicherung und Stärkung der Hauptzentren (A-Zentrum "Nürnberger City" und B-Zentren Aufseßplatz, Frankenzentrum und Leipziger Platz/Äußere Bayreuther Straße) soll erreicht werden

- durch die Erhaltung und Steigerung der Einkaufsattraktivität, indem neue Betriebe angesiedelt und bestehende Betriebe aufgewertet werden. Durch eine Aktivierung von Flächen in Bestandsimmobilien oder auf unbebauten und untergenutzten Grundstücken müssen die Voraussetzungen für entsprechende Investitionen von Handelsseite geschaffen werden. Dies muss in der Hauptsache auf die Initiative der Handelsbetriebe oder der Immobilienwirtschaft zurückgehen, kann im Einzelfall aber auch von der Stadt Nürnberg im Rahmen von Gesprächen mit Immobilien- und Grundstückseigentümern sowie Vertretern von Handelsbetrieben und -konzernen angestoßen werden.
- durch die Sicherung und bedarfsorientierte Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit. So ist beabsichtigt, die beiden großen Südstadtparkhäuser in der Landgraben- und der Wölckernstraße in das dynamische Parkleitsystem einzubeziehen.
- durch die Verbesserung der Aufenthaltsqualität. Dies wird in der Hauptsache auf Initiative der Stadt Nürnberg hin umgesetzt werden, wie aktuell etwa das Beispiel der demnächst durchzuführenden gestalterisch-funktionalen und mit EU Ziel 2-Geldern geförderten Aufwertung des Aufseßplatzes im Bereich des B-Zentrums Aufseßplatz zeigt. In Ergänzung solcher Maßnahmen im öffentlichen Raum muss von den Eigentümern anliegender Immobilien jedoch auch auf ein dem inwertgesetzten öffentlichen Raum entsprechendes Erscheinungsbild der Immobilien hingewirkt werden.
- durch die Dämpfung der Mietenentwicklung und des Mietenniveaus bei gewerblich genutzten Immobilien. So muss die Botschaft vermittelt werden, dass die in Mietspiegeln und Immobilienmarktberichten veröffentlichten Mietpreise den selten erreichten Spitzenwert darstellen und das reale Mietniveau weit darunter liegt.

- durch Intensivierung von Einzelhandelskooperationen und Stadtteilmanagement. Pionier entsprechender Aktivitäten ist im A-Zentrum "Nürnberger City" der vom Wirtschaftsreferat unterstützte und aus dem seit 1996 seitens der Stadt Nürnberg, Kammern, Wirtschaftsverbänden und Einzelhändlern betriebenen Altstadtmarketing hervorgegangene "Erlebnis Nürnberg e. V." Analoge Aktivitäten bzw. unterstützenswerte Ansätze gibt es jedoch in den nachgeordneten Zentren und Stadtteilen auch im Bereich des B-Zentrums "Aufseßplatz" (Vereinigung der Südstadtbetriebe "Südstadt AKTIV e. V.") sowie im Bereich der D-Zentren "Ortszentrum Zerzabelshof", "Ortszentrum Eibach", jeweils als lokale Werbegemeinschaft, und "Ortszentrum Altenfurt" (Vereinigung "Altenfurter Boulevard").

## 2. Sicherung der Nahversorgung/Aufrechterhaltung der Zentrenstruktur (insbesondere C-, D- und E-Zentren)

Die Sicherung der Nahversorgung hat eine hohe Bedeutung für die Bürger Nürnbergs. Eine wichtige Rolle für die flächendeckende Nahversorgung spielen die zahlreichen kleineren innerstädtischen Zentren der C-, D- und E-Stufe in der insgesamt fünfstufigen Hierarchie der innerstädtischen Zentren sowie der Einzelhandel in Streulage.

Zentren der C-Stufe sind bspw. "Mögeldorf Plärrer" oder "Stresemannplatz/Äußere Sulzbacher Straße", Zentren der D-Stufe sind bspw. "Friedrich-Ebert-Platz", "Johannisstraße" oder "Ortszentrum Eibach". Zentren der E-Stufe schließlich sind bspw. "Schweinau/Hohe Marter", "Ortszentrum Gartenstadt" oder "Fritz-Munkert-Platz".

Unter "Einzelhandel in Streulage" sind Einzelhandelsbetriebe zu verstehen, die als Einzelbetrieb oder zusammen mit anderen Betrieben noch keine Zentrenfunktion haben. Sie befinden sich zwischen den innerstädtischen Zentren.

Für die Sicherung der Nahversorgung nun sind die beiden grundsätzlichen Strategien

- der Sicherung und Entwicklung des Einzelhandels in den bestehenden innerstädtischen Zentren (insbesondere auch in den C-, D- und E-Zentren), in kleineren Nahversorgungskernen und an geeigneten Einzelhandelsstandorten in Streulage sowie
- der Zentrenneuentwicklung

wichtig. Auf Maßnahmen der Umsetzung dieser Strategien soll im Folgenden eingegangen werden.

## 2.1 Sicherung der Nahversorgung in Neubaugebieten

Bei Neuplanung und Genehmigungen von größeren Wohnbauvorhaben ist dem Aspekt des Aufbaus leistungsfähiger Nahversorgungsstrukturen in den neuen Wohngebieten Rechnung zu tragen. Bei einem ausreichend großen Nahpotential kann durch die Ansiedlung wettbewerbsfähiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein neues Nahversorgungszentrum der E-Stufe entwickelt werden, das sich am Markt dann auch etablieren wird. Durch die Neuausweisung von Flächen für die Nutzung durch entsprechend dimensionierte Einzelhandelsstandorte unter Anwendung des Planungsrechts (Beispiele Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme Herpersdorf und Wohnbebauung auf dem Areal des ehemaligen US-Hospitals) kann durch die Ansiedlung wettbewerbsfähiger Nahversorgungsbetriebe die Nahversorgung somit vorausschauend gesichert werden. Im Ergebnis vergleichbare Möglichkeiten zur Errichtung leistungsfähiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ergeben sich aber auch durch die Vergabe städtischer Flächen an private Investoren in bereits unter Bebauung stehenden Gebieten mit nachträglicher planerischer Festlegung durch Bebauungsplanänderung (Beispiel neues Wohnbaugebiet in Röthenbach-Schweinau).

## 2.2 Sicherung der Nahversorgung in Stadtteilen mit hohen Wohnbevölkerungsanteilen und Verbesserung der Nahversorgung in unterversorgten Stadtteilen

In bereits bebauten Stadtquartieren mit ausreichend hohem Nahpotential spielt die Sicherung und Entwicklung des bereits vorhandenen Bestandes an Nahversorgungsbetrieben des Einzelhandels

- in den innerstädtischen Zentren (insbesondere auch der C-, D- und E-Zentren) und in deren unmittelbarer Nähe,
- in kleineren Nahversorgungskernen und
- an Betriebsstandorten mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Streulage

eine wichtige Rolle. Diese Nahversorgungsstruktur kann bzw. muss bedarfsweise ergänzt werden durch einzelne geeignete Neuansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Dies dient im Einzelfall der Branchendiversifizierung im periodischen Bedarfsbereich oder überhaupt der Schaffung eines Nahversorgungsangebotes.

In Stadtteilen mit erkennbaren Nahversorgungsdefiziten muss die Nahversorgungsstruktur durch den Ausbau bereits vorhandener und die Neuansiedlung von Nahversorgungsbetrieben verbessert werden. Auch zu diesem Zweck wurde eine Analyse möglicher stadträumlicher Unterversorgungsbereiche erarbeitet, die ebenfalls in die gemeinsame Sitzung der Ausschüsse für Recht, Wirtschaft und Arbeit sowie Stadtplanung am 22.10.2003 eingebracht ist. In dieser Vorlage werden jeweils spezifische Lösungsvorschläge für die Stadtteile aufgezeigt. Hier soll im Folgenden nur die Breite der möglichen Ansätze angerissen werden. Dabei sind die unter den Punkten 2.2.1 bis 2.2.6 dargestellten Instrumente und Maßnahmen Bestandteil einer angebotsorientierten Vorgehensweise, die unter dem Punkt 2.2.7 dargestellten Instrumente entsprechen einer, die angebotsorientierten Instrumente jedoch ergänzenden und komplettierenden, restriktiven Vorgehensweise:

### **2.2.1 Neuansiedlung wettbewerbsfähiger Nahversorgungsbetriebe auf Flächen, die sich aus Sicht der Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in geeigneter Lage befinden.**

Hier geht es in erster Linie zunächst um die Angabe von Stadtbereichen, in denen den Analyseergebnissen zufolge Bedarfe an Neuansiedlungen zur Stärkung innerstädtischer Nahversorgungszentren (insbesondere C-, D- und E-Zentren), bestehender (i. d. R. unmittelbar benachbart liegender) Nahversorgungskerne oder auch zur Verbesserung der Nahversorgung überhaupt bestehen. Im konkreten Ansiedlungsfall geht es dann auch um die Verfügbarmachung des Grundstücks und um die Schaffung von Planungs- und Baurecht.

So konnte z. B. mit dem Bau und Betrieb eines Lebensmittel-Supermarktes an der Wiesbadener Straße in Großgründlach eine bedarfsgemäße Lückenschließung in einem unterversorgten Stadtbereich erzielt werden. An der weiteren Optimierung der Nahversorgungsangebote in diesem Stadtbereich, der auch Boxdorf, Neunhof und Kraftshof umfasst, wird gearbeitet.

Über derzeit arrondierungsfähige Stadtbereiche in Nürnberg informiert die ebenfalls in der gemeinsamen Sitzung von RWA und AfS am 22.10.2003 eingebrachte Vorlage "Lebensmittel-Supermärkte, Discounter und SB-Warenhäuser ("SB-Warenmärkte") in Nürnberg" im Detail. Hier sei nur angerissen, dass dies auf einer vierstufigen Dringlichkeitsskala neben den soeben genannten nördlichen Ortsteilen weitere Stadtteile in der Außenstadt (Buchenbühl/Ziegelstein, Laufamholz, Fischbach, Altenfurt, Herpersdorf, Worzeldorf, Katzwang, Reichelsdorf, Gartenstadt, Falkenheim), in der äußeren Innenstadt (Schweinau, Gleißhammer) sowie Stadtquartiere in der inneren Innenstadt, in Teilen oder komplett, umfasst.

### 2.2.2 Verfügbarmachung von optimierten Einzelhandelsflächen im Stadtteil.

Ein wichtiges wirtschaftspolitisches Ziel ist die unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten bessere Nutzbarmachung bestehender Einzelhandelsimmobilien. Durch Zusammenlegung mehrerer kleinerer Ladenflächen können Flächen so optimiert werden, dass sie zeitgemäßen Anforderungen hinsichtlich Grundriss, Schaufensterfläche und Warenpräsentation genügen. Insbesondere in dicht bebauten Stadtteilen mit wenig Flächenreserven kann dies eine Erfolg versprechende Strategie zur Aufwertung von Nebenzentren oder zur Verbesserung der Nahversorgungsangebote sein, denn optimierte Flächen sind auch für die Betreiber wettbewerbsfähiger Nahversorgungsbetriebe interessant.

Der Aspekt Flächenoptimierung gilt auch für beabsichtigte Neubauten, wobei im Übrigen gerade in dicht bebauten Stadtbereichen der Aktivierung von Baulücken eine hohe Bedeutung zukommt. Immobilieneigentümer werden bei Neuplanungen entsprechend beraten. In ausgewählten Bereichen der Südstadt werden erste Versuche unternommen, die in der Altstadt gängige Praxis zu übertragen.

Auch bei den Versuchen einer Umsetzung dieser Handlungsempfehlung gilt es zu beachten, dass allein der Markt über die Akzeptanz verbesserter Flächenangebote entscheidet. Hier spielen Faktoren wie eine ausreichend hohe Grundfrequenz und verkehrliche Erreichbarkeit eine entscheidende Rolle. Dies gilt für alle Nebenzentren wie auch für City-Nebenlagen gleichermaßen.

### 2.2.3 Verbesserung der Nahversorgungsangebote durch Aufwertung bereits vorhandener Betriebe oder durch Neuansiedlung frequenzstarker Nutzungen.

Gegenwärtig ist die aus Sicht der Sicherung der Nahversorgung erfreuliche Tendenz zu beobachten, dass private Investitionen zur Aufwertung bereits vorhandener Nahversorgungsbetriebe an frequenzstärkeren Standorten mit ausreichend Nahpotential im Umfeld durchgeführt werden. Als Beispiele können die jüngst erfolgten Umbauten etwa von Rewe in den bestehenden Märkten in der Rollnerstraße und in Gebersdorf genannt werden. Das E-Zentrum "Fritz-Munkert-Platz" wurde mit einer Niederlassung von *norma* in seiner Funktion als Nahversorgungszentrum gestärkt.

Auch Nutzungen außerhalb des Einzelhandels können eine besucheranziehende Funktion ausüben und die betreffenden innerstädtischen Zentren stärken. Beispielhaft können hier das *CineCitta/Imax* am Rand des A-Zentrums "Nürnberger City", das *Nordklinikum* in der Nähe des D-Zentrums "Johannisstraße" oder das *Güterverkehrszentrum* in der Nähe des D-

Zentrums "Ortszentrum Eibach" genannt werden. Wenngleich sich bislang die Standortwahl der Betreiber solcher Einrichtungen an anderen Kriterien ausrichtete oder ausrichten musste, kann zukünftig bei der Standortsuche für derartige Nutzungen zumindest versucht werden, auch die funktionsstärkenden Effekte, die bei geeigneter Standortwahl auf innerstädtische Zentren ausgehen, bei der Standortentscheidung zu berücksichtigen. Der hierfür innerhalb der Stadtverwaltung notwendige Austausch an Informationen erfolgt bereits durch die turnusmäßig stattfindenden WiV-Stpl-Gespräche zwischen den Dienststellen Stpl von Ref. VI und WiV von Ref. VII.

#### **2.2.4 Existenzsicherung öffentlicher Frequenzbringer in den Stadtteilen (Ämter, Kulturläden, Bibliotheken, sonstige öffentliche Einrichtungen).**

Den öffentlichen Einrichtungen kommt zur Aufrechterhaltung der funktionalen Bedeutung der Nebenzentren und der Nahversorgungskerne eine ebenso wichtige Rolle zu wie der Verbesserung der Aufenthaltsqualität. Auch aus diesem Grund müssen sie trotz der angespannten Situation im städtischen Haushalt weitergeführt werden. Ebenso sollten die beispielhaften Initiativen der Stadt Nürnberg im Bereich der Stadterneuerung, der gestalterischen und funktionalen Aufwertung öffentlicher Straßen, Plätze und Stadtbereiche und für den dauerhaften Betrieb von Stadtteileinrichtungen nach Möglichkeit fortgeführt werden.

#### **2.2.5 Verstärkung der mobilen Nahversorgung.**

Dazu gehört vor allem eine verbesserte Information über bereits bestehende Angebote im Bereich der Lieferservicedienste. Zu diesem Zweck erfolgt aktuell auf Initiative des Wirtschaftsreferates und des Referates für Jugend, Familie und Soziales die Verteilung eines Infolyers "Telefonisch einkaufen in Nürnberg". Von der mit der Verteilung des Flyers erzielbaren verbesserten Information profitieren auch diejenigen Lieferservicedienste, die jüngst ihre mobilen Nahversorgungsangebote inhaltlich und räumlich ausgeweitet haben. Des Weiteren wird derzeit geprüft, wie unter dem Gesichtspunkt der Zielgruppenerreichbarkeit in Nürnberg die in dem Flyer enthaltene Information auch über das Internet transportiert werden kann.

#### **2.2.6 Intensivierung von Einzelhandelskooperationen und von Stadtteilmanagement.**

Im Sinne eines ganzheitlichen Standortmarketings auf Stadtteilebene sollen die zur Stärkung der Standortpotentiale in den Stadtteilen durchgeführten öffentlichen Investitionen durch für die Anziehung von Kunden und Besuchern geeignete Aktivitäten und Maßnahmen der Einzelhändler, sonstigen Gewerbetreibenden und Multiplikatoren vor Ort in ihrer Wirkung

unterstützt werden. Als Beispiel positiver Entwicklung können die Aktivitäten der von der Stadtverwaltung unterstützten Einzelhändler und Gewerbetreibenden in der Südstadt angeführt werden. Unter anderem können hier der Faschingsaufakt am zweiten Novemberwochenende in der Südstadt, der vorweihnachtliche Schaufensterwettbewerb Südstadt und weitere in Planung befindliche Aktivitäten bezogen auf den Aufseßplatz als Alleinstellungsmerkmale für die Südstadt genannt werden. Diese regelmäßig wiederkehrenden Events werden von einmaligen Höhepunktveranstaltungen wie dem von der Stadt Nürnberg initiierten, organisierten und durchgeführten Kulturwochenende in der Südstadt vom 19./20.10.2002 ergänzt und im Hinblick auf die Außenimageprofilierung der Südstadt erheblich unterstützt.

Mit der Organisation und Durchführung solcher Maßnahmen ist für die Stadtverwaltung als beteiligter oder alleinverantwortlicher Akteur in jedem Fall ein erheblicher personeller und je nach Einzelfall auch finanzieller Aufwand verbunden. Dies ist einerseits bei gegebener Ressourcenausstattung nur für sehr wenige Stadtteile leistbar. Unterstützung aus den Stadtteilen, wie es aktuell bei den Projekten Altstadt- und Südstadtmarketing der Fall ist, ist andererseits unabdingbar.

In reduzierter Form können solche Stadtteilinitiativen auch in den C-, D- und E-Zentren unterstützt werden, sofern dort ein entsprechendes Engagement von Geschäftsleuten und anderen Stadtteilakteuren bereits vorhanden ist.

Eine neue Form der Stadtteilkooperation kann möglicherweise durch den Einsatz des in Großbritannien entwickelten Instruments der "Business Improvement Districts (BIDs)" geschaffen werden. In Deutschland bislang noch völlig ungebräuchlich, wird in einem BID von den dort ansässigen Immobilieneigentümern und gewerblichen Mietern ein Gremium gebildet, das über die zweckgebundene Verwendung von Geldern aus einem dafür geschaffenen Budget entscheidet, in das alle BID-Mitglieder nach einem festzulegenden Schlüssel einzahlen. Die Innovation dieses Ansatzes besteht insbesondere in der Einbeziehung der Immobilieneigentümer. Die Umsetzung gerät allerdings dort an ihre Grenzen, wo auswärtige Immobilieneigentümer eine nur niedrige Bindung an die örtlichen Verhältnisse haben oder generell nur schwierig Konsens über die Zusammensetzung des Entscheidungsgremiums oder den Einsatz von Geldern herzustellen ist.

### **2.2.7 Ablehnung von Neuansiedlungen, die bestehende Nebenzentren gefährden, sowohl im Hinblick auf Einzelhandelsgroßbetriebe als auch auf Discounter.**

Während die unter den Punkten 2.2.1 bis 2.2.6 dargestellten Instrumente und Maßnahmen Bestandteil einer angebotsorientierten Strategie zur Sicherung und Verbesserung der

Nahversorgung sind, ist zur Steuerung des Ansiedlungsdrucks im Discounterbereich und bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit größerer Food-Verkaufsfläche wie SB-Warenhäusern der Einsatz eines restriktiven Instrumentariums erforderlich. Zur Ablehnung von Neuansiedlungen dieser Betriebsformen, die bestehende Nebenzentren und deren Nahversorgungsfunktion gefährden könnten, ist das Planungsrecht konsequent anzuwenden. Allerdings ergeben sich auf Grund der Ausgestaltung des Planungsrechts bei den großflächigen Betrieben mit mehr als 1.200 m<sup>2</sup> Geschoßfläche bessere Steuerungsmöglichkeiten für die Stadt als bei den Betrieben mit weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschoßfläche. Zu den letzteren zählt die Betriebsform der Discounter.

#### Steuerungsmöglichkeiten bei der Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und bis zu 1.200 m<sup>2</sup> Geschoßfläche (Discounter und Lebensmittel-Supermärkte)

Basis für entsprechende Bewertungen zum zielführenden Einsatz des Planungsrechts zur Standortsteuerung von Discountern und Lebensmittel-Supermärkten sind die Ergebnisse der Analyse möglicher stadträumlicher Unterversorgungsbereiche unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Einzelhandelsgutachtens Nürnberg. Denn nur auf einer solchen fundierten Basis kann von der Genehmigungsbehörde die erforderliche gerichtsfeste Begründung erstellt werden, warum im Einzelfall ein Betrieb mit nahversorgungsrelevantem Sortiment und einer Geschoßfläche von unter 1.200 m<sup>2</sup> (i. d. R. bei Discountern gegeben) in einem bestimmten Standortbereich nicht zugelassen werden soll, weil der Verkauf nahversorgungsrelevanter Waren in diesem Betrieb ein bestehendes Nebenzentrum gefährden würde. Erst eine solche fundierte und in sich schlüssige Begründung ermöglicht theoretisch die sichere Verhinderung eines in jedem Gewerbegebiet zulässigen Discounters per Aufstellung eines Bebauungsplanes.

Im Zusammenhang mit der Standortsteuerung der Discounter kann bei zur Verbesserung der Nahversorgung gewünschten Betriebsneuansiedlungen auf die Belange der Stadtgestaltung und Grünordnung stärker eingegangen werden als es zumindest teilweise in der Vergangenheit der Fall war. Durch eine Änderung des Indexwertes in der Garagen- und Stellplatzsatzung der Stadt Nürnberg für die Zahl der Baumpflanzungen im Verhältnis zur Zahl der Stellplätze im Bereich eines Bauvorhabens kann etwa die Zahl der Bäume auf einem Discounterparkplatz erhöht werden, ohne dass die für die Betriebsführung notwendige Parkplatzzahl unterschritten werden müsste. Bei Neuansiedlungen von Discountern und Supermärkten in dichter bebauten Stadtquartieren mit mehrgeschossiger Bebauung im unmittelbaren Standortumfeld des Betriebes sollte in Zukunft konsequenter als bisher auch auf die optische Harmonie mit der Umgebungsbebauung Rücksicht genommen werden. Dies kann über entsprechende Auflagen der städtischen Baugenehmigungsbehörde erreicht werden.

Steuerungsmöglichkeiten bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und einer Geschoßfläche von mehr als 1.200 m<sup>2</sup> (SB-Warenhäuser u. a.)

Bei größeren Einzelhandelsbetrieben kann man unterscheiden zwischen

- a) Vollsortimentern bspw. vom Typ des *E-Centers* von Edeka mit Verkaufsflächen bis zu 2.500 m<sup>2</sup>. Dem Betriebstyp dieser Vollsortimenter und den kleinen SB-Warenhäusern bis maximal 3.000 bis 4.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche kommt eine überwiegende Nahversorgungsfunktion zu. Die funktionalen Auswirkungen dieser Betriebe in einem Stadtquartier sind begrenzt.
- b) den klassischen SB-Warenhäusern (in Nürnberg etwa *real.-, marktkauf* oder *kauffland*), die bei ca. 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche beginnen und wie bspw. im Falle von *real.-* in der Virnsberger Straße in Nürnberg bei 13.000 m<sup>2</sup> enden. Diese Betriebe setzen mindestens auf ein stadtteilübergreifendes, häufig auf ein überregionales Einzugsgebiet, mit entsprechend erheblichen Auswirkungen auf das Standortumfeld.

Bei den beiden Größenklassen greift die in § 11 (3) BauNVO verankerte Vermutungsregel, wonach unerwünschte städtebaulich-funktionale Auswirkungen von einer solchen Einrichtung begründet ausgehen und von der Standortgemeinde ohne weiteres angenommen werden können. Solche Betriebe sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Der Nachweis auf das Nichtvorhandensein negativer städtebaulich-funktionaler Auswirkungen muss vom Vorhabenträger geführt werden.

Die Standortsteuerung solcher Betriebe ist über das Planungsrecht mit geringerem Aufwand möglich als die Standortsteuerung von Discountern. Denn über den für das Sondergebiet Einzelhandel i. d. R. neu aufzustellenden Bebauungsplan kann Größe und Sortiment und generell der Standort eines solchen Betriebes im Stadtgebiet festgelegt werden. Ein Sondergebiet Einzelhandel kann immer dann festgesetzt werden, wenn strukturelle Auswirkungen von einem Einzelhandelsgroßprojekt zu erwarten sind und von daher eine Standortsteuerung angeraten erscheint. Mit der Fixierung auf Kerngebiete erfolgt generell eine wünschenswerte Lenkung solcher Betriebe in städtebaulich-funktional hoch verdichtete Stadtbereiche - den innerstädtischen Zentren und deren unmittelbarem Einzugsgebiet - mit der notwendigen und dort vorhandenen Besucherfrequenz und verkehrlichen Erreichbarkeit sowie einer durch solche Betriebe hervorgerufenen zentrenstärkenden Wirkung.

Einer Kann-Aussage des Einzelhandelsgutachtens entsprechend sei zur Abrundung der räumlichen Verteilung der SB-Warenhäuser und deren spezifischem Sortiment im

Nürnberger Stadtgebiet - das Gutachten impliziert dabei auch die Existenz und den Betrieb eines SB-Warenhauses auf dem bereits mit Planungsrecht versehenen Areal an der Fürther Straße/Hasstraße - ein solcher Betrieb im östlichen Randbereich der Südstadt in Verlängerung der Hauptgeschäftsstraße Landgraben-/Wölckernstraße vorstellbar. Das Einzelhandelsgutachten weist in diesem Zusammenhang jedoch auch auf die notwendige Untersuchung der möglichen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstruktur im Nahbereich hin.

### 2.3 Unterstützung des Mittelstandes

Durch eine mittelstandsorientierte Wirtschaftspolitik für den Einzelhandel in Nürnberg können die unter 2.1 und 2.2 aufgezeigten Strategien und Instrumente zur nahversorgungsorientierten Zentrenentwicklung und Steuerung großflächiger (SB-Warenhäuser) und anderer Betriebe (Discounter) ergänzt werden. So wird auf mehreren Gebieten der mittelständische, inhabergeführte Einzelhandel in Nürnberg bereits unterstützt bzw. es soll die Unterstützung ausgebaut werden:

1. **In Kooperation zwischen der Stadt Nürnberg, Kammern, Wirtschaftsverbänden und dem Einzelhandel** konnte seit 1996 in der Altstadt und seit 1999 in der Südstadt die Unterstützung des mittelständischen Einzelhandels erheblich intensiviert werden. Dies hat zur Gründung von "Erlebnis Nürnberg e. V." und von "Südstadt AKTIV e. V." ebenso beigetragen wie zu einer in Zahl und Inhalt deutlich erweiterten Aktivität im Bereich der Standortmarketing-Maßnahmen in Altstadt und Südstadt. Unterstützung wird auch auf speziellen Feldern gewährt, so z. B. durch die Aufnahme von Events mit kulturell-künstlerischem Charakter von Stadtteilinitiativen des Einzelhandels in den Veranstaltungskalender der Stadt Nürnberg. Im konkreten Fall geschah dies in 2002 für die Werbegemeinschaft des Einzelhandels in Zerzabelshof, angedacht ist dies und Vergleichbares auch für die anderen Zusammenschlüsse des Einzelhandels in Eibach und Altenfurt.
2. In **Gesprächsrunden mit dem LbE** sollen auch in Zukunft die jeweiligen Standpunkte zu wichtigen Planungsvorhaben privater Investoren im Bereich des Einzelhandels ausgetauscht, aber auch über Themen wie städtebauliche und funktionale Inwertsetzung von Stadtbereichen oder über verkehrspolitische Maßnahmen, so weit sie in Zusammenhang mit der Entwicklung des Einzelhandels stehen, gesprochen werden. Auf diese Weise soll eine differenzierte Entscheidungsfindung ermöglicht werden.
3. In den Nebenzentren unterstützt die Stadt in enger Kooperation mit dem LbE durch die neu gegründete **ämterübergreifende "Task-Force"** bestehende mittelständische

Betriebe und versucht diese einzelfallbezogen, z. B. im Rahmen der Lösung von Verkehrs- oder anderen Standortproblemen, zu sichern.

4. In **Kooperation mit dem LbE und der HWK** sollen im Rahmen der "Geschäftsbörse"-Initiative verstärkt die Themen Unternehmensnachfolge, Betriebsübergabe und die Förderung von Existenzgründungen im Einzelhandel angegangen werden.

### **3. Ansiedlungsvorhaben von großflächigen Betrieben**

Großflächige Einzelhandelsbetriebe, auch wenn sie keine nahversorgungsrelevanten Sortimente aufweisen, ziehen viele Besucher an. Diese Frequenzbringerfunktion beeinflusst die Kundenströme in der Stadt in raumbezogener Hinsicht. Grundsätzlich profitieren innerstädtische Zentren, in denen sich i. d. R. auch Nahversorgungsbetriebe befinden, von solchen frequenzstarken Betrieben, wenn deren Betriebsstandort in einem innerstädtischen Zentrum oder in dessen unmittelbarer Nähe liegt. Ungünstig für die innerstädtischen Zentren ist es, wenn neu entstehende Kundenströme durch eine ungünstige Lage solcher Betriebe an ihnen vorbeigelenkt werden. Daher ist bei der Neuansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben generell auch auf diesen Aspekt über die Beeinflussung der Standortwahl Rücksicht zu nehmen. Dazu kommt noch der Regelungsbedarf im Hinblick auf die Flächennutzungskonkurrenz großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit anderen Nutzungsarten. Zu den generellen Handlungsleitlinien in Bezug auf die Neuansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vgl. daher die nachfolgenden Punkte 3.1 bis 3.3.

#### **3.1 Restriktive Neuansiedlungspolitik**

Neuansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe sollen generell restriktiv behandelt, aber nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden, da Raum für die Abdeckung neu entstehender Bedarfe und für die Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsstandortes Nürnberg bleiben muß. Basis für entsprechende Bewertungen ist das Einzelhandelsgutachten Nürnberg. Eine Abstimmung über solche Vorhaben soll durch regelmäßige Koordinierungsgespräche mit dem LbE erfolgen. Es soll keine Gefährdung der Hauptzentren durch Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe erfolgen. Das bedeutet, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenunschädlichen Sortimenten vom Prinzip her leichter genehmigungsfähig sind als großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten. Die Steuerungsmöglichkeiten über das Planungsrecht müssen konsequent zum Einsatz kommen. Das bedeutet, großflächige Einzelhandelsbetriebe über die Aufstellung von Bebauungsplänen und die Festsetzung von Sondergebieten für Einzelhandel nur an strukturverträglichen Standorten und mit strukturverträglichen Verkaufsflächengrößen und Sortimenten zuzulassen.

Strukturverträgliche Standorte sind ranghöhere innerstädtische Zentren oder Fachmarkttagglomerationen, die sich für die Aufnahme eines weiteren Großbetriebes eignen.

### **3.2 Standortpräferenzen bei Neuansiedlungen (Innenentwicklung)**

Neuansiedlungen großflächiger Betriebe sollten in bestehenden Zentren bzw. innerhalb historisch-gewachsener oder bewusst geplanter, funktionsfähiger stadträumlicher Bereiche mit Konzentrationen von Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen und höherer Fußgängerfrequenz sowie einem leistungsfähigen verkehrlichen Erschließungssystem, erfolgen. Bei Neuansiedlungen muss in jedem Fall die verkehrliche Erschließung und eine Einpassung des neuen Betriebsstandortes in das verkehrliche Gesamtsystem des betreffenden Stadtbereiches sichergestellt sein.

Es gilt der Grundsatz "Innenentwicklung vor Außenentwicklung", d. h. dem Recycling innerstädtischer Brachflächen ist bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben Vorrang vor nicht versiegelten Flächen im Außenbereich zu geben.

### **3.3 Schutz von Gewerbegebieten**

Im Rahmen des Recyclings innerstädtischer Brachflächen muss der Schutz der bestehenden Gewerbegebiete besonders beachtet werden. Denn nach Eindringen von Einzelhandelsgroßbetrieben oder Discountern wird durch die damit einhergehende Bodenpreisaufwertung die Abwanderung der dort ansässigen mittelständischen Gewerbebetriebe in die Umlandgemeinden des Ballungsraumes gefördert.

Für die Umsetzung dieser Zielsetzung sollen für die einzelnen Gebiete die planungsrechtlichen Voraussetzungen geschaffen werden. Dies ist jüngst geschehen oder wird aktuell vorbereitet für eine Reihe von Gewerbegebieten in Langwasser und in Eibach. So wird etwa für ein Gewerbegebiet an der Thomas-Mann-Straße im Geltungsbereich des B-Planes 3872 eine Veränderungssperre festgelegt. Dasselbe geschieht für den Geltungsbereich des B-Planes 3745 für ein Gewerbegebiet an der Breslauer Straße. Auch für ein Gewerbegebiet in Eibach wird im Geltungsbereich des B-Planes 3966 Einzelhandel ausgeschlossen werden. Für das ehemalige Opel-Oesterlein-Areal an der Zollhausstraße im Geltungsbereich des B-Planes 4398 wird eine Beschränkung der Zulässigkeit von großflächigem Einzelhandel nur für nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgen. Die Ansiedlung eines Discounters in einem Gewerbegebiet an der Julius-Loßmann-Straße wurde abgelehnt.

#### **4. Einpassung in ein regionales Einzelhandelsmemorandum/-konzept**

Die interkommunale Kooperation auf dem Gebiet des Einzelhandels soll durch die Beibehaltung des bisher bereits erfolgenden regen Informationsaustauschs zu diesem Thema in der Nachbarschafts-, der Wirtschaftsreferenten- und der Planerkonferenz der Städteachse auch in Zukunft gewährleistet sein. Dies bezieht alle aktuellen oder zukünftig absehbaren Projekte ein. Die in Gestalt des bereits in 1998 erstellten und von den vier Wirtschaftsreferenten der Städteachse unterzeichneten Einzelhandelsmemorandums geschaffene Plattform einer in den Zielen und bei den Maßnahmen abgestimmten Handlungsleitlinie für die Städteachse soll auf der Basis dieser Vorlage und ihrer Beschlussfassung eine Novellierung erfahren. Eine Ausweitung dieser Gespräche und Abstimmungen auf die an die Städteachse angrenzenden Landkreise durch deren Einbeziehung bzw. Beteiligung in einer geeigneten organisatorischen Form ist beabsichtigt.

#### **V. Schlußbemerkung**

Grundsätzlich gilt, dass eine stärkere Verzahnung zwischen Stadt, Organisationen des Einzelhandels und Einzelbetrieben anzustreben ist, um frühzeitig zielabweichende Entwicklungen zu erkennen. Das Handlungsspektrum der Stadt ist begrenzt, zielführender sind aktives Vorgehen des Handels im Einvernehmen mit der Stadt, wie z. B. die Stadtteilkoperationen zeigen oder das Konzept zur Analyse der Unterversorgung in Nürnberg, dem Gespräche mit den Betreibern von Discountern und Lebensmittelsupermärkten vorausgingen.

Künftig werden die Sachaussagen der Handlungsempfehlungen dieser Vorlage gem. beiliegendem Beschluss beratungs-, handlungs- und entscheidungsleitend für die Einzelhandelspolitik in Nürnberg sein!