

Auszug aus dem Einzelhandelsgutachten im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelszentrenkonzeptes der STADT NÜRNBERG

Gutachten
Juni 2002

Als Shopping Center gehört das 1969 eröffnete 'Frankenzentrum' zu den einheitlich geplanten Zentren. Es liegt in der 'Südöstlichen Außenstadt' und befindet sich rund sieben Kilometer südöstlich der 'Nürnberger City' im Ortsteil Langwasser Mitte⁷⁹.

Das Einkaufszentrum liegt inmitten von zwei- bis dreigeschossigen Siedlungsbauten, die sich mit mehrgeschossigen Hochhäusern von bis zu 10 Stockwerken abwechseln. Der Wohnnutzungsanteil im Umfeld des Zentrums und damit auch das Nahpotenzial fällt damit hoch aus.

Im Jahre 1979 wurde das Einkaufszentrum deutlich erweitert und schließlich in den Jahren 1991 bis 1993 grundlegend umstrukturiert und modernisiert. Gemanagt wird das Shopping Center durch die ECE-Gruppe, Hamburg.

Das Shopping Center erstreckt sich insgesamt über drei Verkaufsebenen. Die Flächen für Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen umfassen eine Größenordnung von ca. 40.000 m². Gegenwärtig sind ca. 110 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetreiber im Shopping Center vertreten.

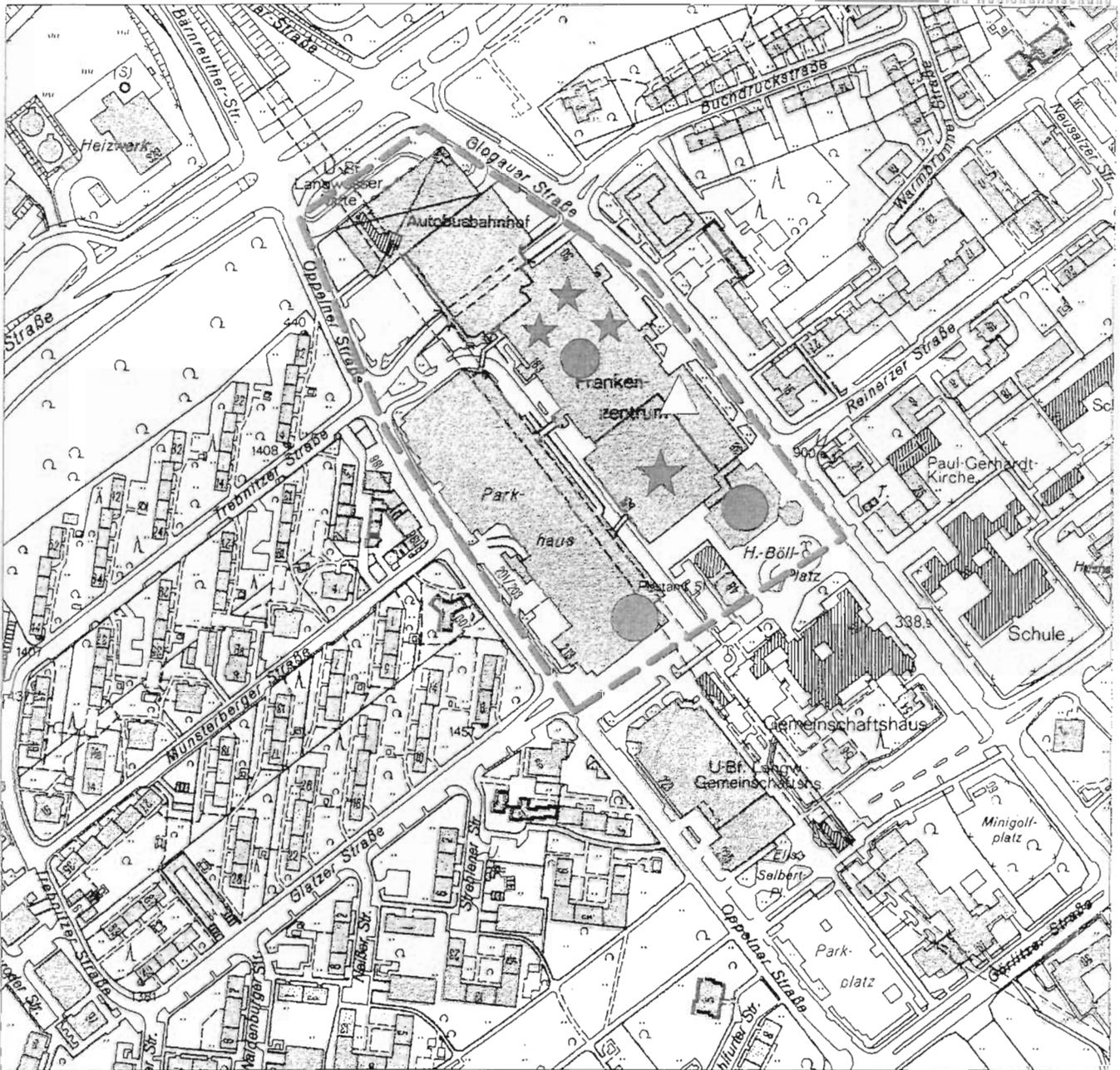
Im Rahmen dieses Gutachtens werden auch die Geschäfte im direkten Umfeld des Shopping Centers wie etwa der Elektrofachmarkt Media Markt⁸⁰ zum B-Zentrum 'Frankenzentrum' gerechnet.

Gegenwärtig umfasst das 'Frankenzentrum' damit 91 Einzelhandelsbetriebe, von den neun Verkaufsflächen von über 500 m² aufweisen. Zu diesen gehören: Karstadt, Wöhl, H&M, Mister & Lady Jeans, Media Markt, Drogerie Müller, Woolworth, Minimal und Kaufland (ehemals Grosso).

⁷⁹ Siehe Karte B-Zentrum 'Frankenzentrum'. In der Karte sind lediglich die größten bzw. die bedeutendsten Einzelhandelsbetriebe des Zentrums dargestellt.

⁸⁰ Der Standort des geplanten SB-Warenhauses (ehemals Möbel Unger) wird gleichfalls zum Frankenzentrum gerechnet. In den Leistungsdaten des 'Frankenzentrums' sind die Verkaufsflächengröße und die Umsatzerwartung jedoch nicht enthalten.

B-Zentrum: Frankenzentrum



Größenklassen

- 100 bis unter 250 m²
- 250 bis unter 500 m²
- 500 bis unter 1.000 m²
- 1.000 bis unter 2.000 m²
- 2.000 bis unter 5.000 m²
- 5.000 bis unter 10.000 m²
- über 10.000 m²

GfK PRISMA Warengruppen

- Nahrungs- und Genußmittel
- △ Gesundheits- und Körperpflege
- Einrichtungsbedarf
- Elektrogeräte, Leuchten
- ▲ Baumarktspezifische Sortimente
- Bekleidung
- Uhren, Schmuck, Lederwaren
- ▲ Schuhe
- Bücher, Schreibwaren, Neue Medien
- Hausrat, Glas, Porzellan
- Unterhaltungselektronik
- Spiel, Sport, Hobby
- ☆ Kaufhaus, Warenhaus, Verbrauchermarkt

— — — Abgrenzung des Versorgungszentrums

Damit verfügt das Frankenzentrum über eine Mischung aus Klein-, Mittel- und Großbetrieben.

Der Umsatz- und Verkaufsflächenanteil der drei Warengruppen stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 8: Umsatz- und Verkaufsflächengröße 'Frankenzentrum'

	Umsatz in Mio. €	Umsatzanteil in %	Verkaufsfläche in m²	Verkaufsflächen- Anteil in %
Periodische Bedarfsgüter	36	25	6.150	19
Zentren- leitsortimente	57	40	13.200	42
Sonstiges Non- Food-Sortiment	51	35	12.450	39
Summe	144	100	31.800	100

Die Einzelhandelsbetriebe des B-Zentrums 'Frankenzentrum' erreichen zusammen eine Verkaufsfläche von ca. 31.800 m², auf der sie einen Gesamtumsatz von etwa 144 Mio. € erzielen. Die durchschnittliche Raumleistung liegt somit bei rund 4.500 €/m².

Die auf den Umsatz- und Verkaufsflächenanteil bezogene Bedeutung der einzelnen Warengruppen stellt sich im 'Frankenzentrum' ähnlich wie in der City dar.

Zur größten Warengruppe gehören die Zentrenleitsortimente mit einem Umsatzanteil von 40% sowie einem Verkaufsflächenanteil von 42%. Die sonstigen Non-Food-Sortimente folgen mit einem Umsatzanteil von 35% sowie einem Verkaufsflächenanteil von 39%. Die kurzfristigen Bedarfsgüter schließlich stellen mit einem Umsatzanteil von 25% sowie einem Verkaufsflächenanteil von 19% die kleinste Warengruppe dar.

Die große Bedeutung der **Zentrenleitsortimente** bringt die city-ergänzende Funktion des Frankenzentrums zum Ausdruck. Bedingt wird diese starke Stellung durch die zahlreichen Anbieter in dieser Sortimentsgruppe. Hierzu zählen unter anderem Karstadt, Wöhrl, H&M, Deichmann, Pöhlmann, s'Oliver, Springfield, Orsay, Christ oder Bijou Brigitte. Das Angebot bei den Zentrenleitsortimenten ist damit durch ein breites und tiefes

Sortiment gekennzeichnet, wobei eine vornehmliche Ausrichtung auf das untere bis mittlere Preis- und Qualitätssegment besteht. Ein hochwertiges, spezialisiertes Angebot wie in der City ist im 'Frankenzentrum' kaum vertreten.

Im **sonstigen Non-Food-Sortiment** ist ebenfalls eine große Sortimentsbreite gegeben, die zu einem nicht unerheblichen Maße durch die großen Anbieter Karstadt und Media Markt getragen wird. Die Sortimentstiefe kann insgesamt als mittel eingestuft werden. Sortimentzlücken bestehen allerdings beim Einrichtungsbedarf sowie beim baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortiment. Diese Sortimente werden aber als nicht zentrenrelevant eingestuft, weshalb sie in der Regel außerhalb von Zentren in Einrichtungshäusern bzw. Baumärkten und Gartencentern angeboten werden.

Zu den bedeutendsten Anbietern bei den **kurzfristigen Bedarfsgütern** gehören die Kleinverbrauchermärkte Minimal und Kaufland sowie Drogerie Müller. Ergänzt wird das Angebot in der Warengruppe 1 unter anderem durch mehrere Bäcker, Feinkostgeschäfte, Drogeriemärkte und Optiker. Das 'Frankenzentrum' weist damit bei den kurzfristigen Bedarfsgütern ein qualifiziertes Angebot zur Versorgung der Bevölkerung mit einer vornehmlichen Ausrichtung auf das untere und mittlere Preisniveau auf. Ein höherwertiges Angebot wie es beispielsweise in der Innenstadt durch die Lebensmittelabteilungen der Warenhäuser Karstadt und Kaufhof oder Parfümerie Douglas gegeben ist, besteht dagegen nicht.

Insgesamt besteht im 'Frankenzentrum' ein Sortimentsschwerpunkt bei den mittelfristigen Bedarfsgütern mit einer überwiegenden Ausrichtung auf das untere bis mittlere Preis- und Qualitätsniveau. Damit kommt dem 'Frankenzentrum' über die Nahversorgungsfunktion hinaus außerdem eine Versorgung des weiteren Standortumfeldes mit Gütern des gehobenen Bedarfs zu. Zu diesem gehören im Wesentlichen die gesamte südöstliche Außenstadt, die Ortsteile der südlichen Außenstadt (unter anderem Gartenstadt, Falkenheim, Herpersdorf und Worzeldorf) sowie die südlich und östlich angrenzenden Gemeinden wie etwa Wendelstein und Feucht.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des 'Frankenzentrums' stellt sich insgesamt günstig dar. Durch die Münchener Straße, über die eine direkte Anbindung zur Innenstadt sowie zur A 73 (Südwesttangente) besteht, durch die Nähe zur Autobahnanschlussstelle Lang-



wasser und damit zur A 6 (ca. 3 km) sowie durch die rund 1.300 Stellplätze in den vorhandenen Parkhäusern ist eine sehr gute **Pkw-Erreichbarkeit** gegeben.

Durch die Anbindung an das U-Bahn- als auch an das Busnetz ist zudem eine gute Erreichbarkeit durch **öffentliche Verkehrsmittel** gegeben.

Zusammenfassend kann für das 'Frankenzentrum' festgehalten werden:

- Das 'Frankenzentrum' weist ein umfassendes Sortimentsangebot mit einem Schwerpunkt bei den mittelfristigen Bedarfsgütern auf. Durch die zahlreichen leistungsfähigen Filialbetriebe verfügt es über eine hohe Eigenattraktivität und wird seiner Rolle als city-ergänzendes Einzelhandelszentrum voll gerecht.
- Durch seinen relativ langen Bestand (seit 1969) ist es als Versorgungszentrum beim Verbraucher gut eingeführt.
- Mit dem Standort des ehemaligen Unger Möbelhauses verfügt das B-Zentrum 'Frankenzentrum' über eine große entwicklungsfähige Fläche. Es bestehen konkrete Planungen, an diesem Standort ein SB-Warenhaus mit ca. 6.750 m² Verkaufsfläche (inklusive Shopzone) anzusiedeln.
- Die Attraktivität des 'Frankenzentrums' und seine Funktion als Versorgungszentrum würde hierdurch weiter aufgewertet, trotz zu erwartender Kaufkraftumlenkungen innerhalb des Zentrums. Diese dürften insbesondere die größeren Food-Anbieter wie Minimal und Kaufland tangieren.
- Das 'Frankenzentrum' kann auf ein großes Nahpotenzial zugreifen.
- Außerdem weist es eine gute Pkw- und ÖPNV-Erreichbarkeit auf.

Insgesamt stellt damit das 'Frankenzentrum' ein stabiles, vollfunktionsfähiges Versorgungszentrum dar, das über ein gewisses Entwicklungspotenzial verfügt, ohne dass ein Gefährdungspotenzial gegeben ist.