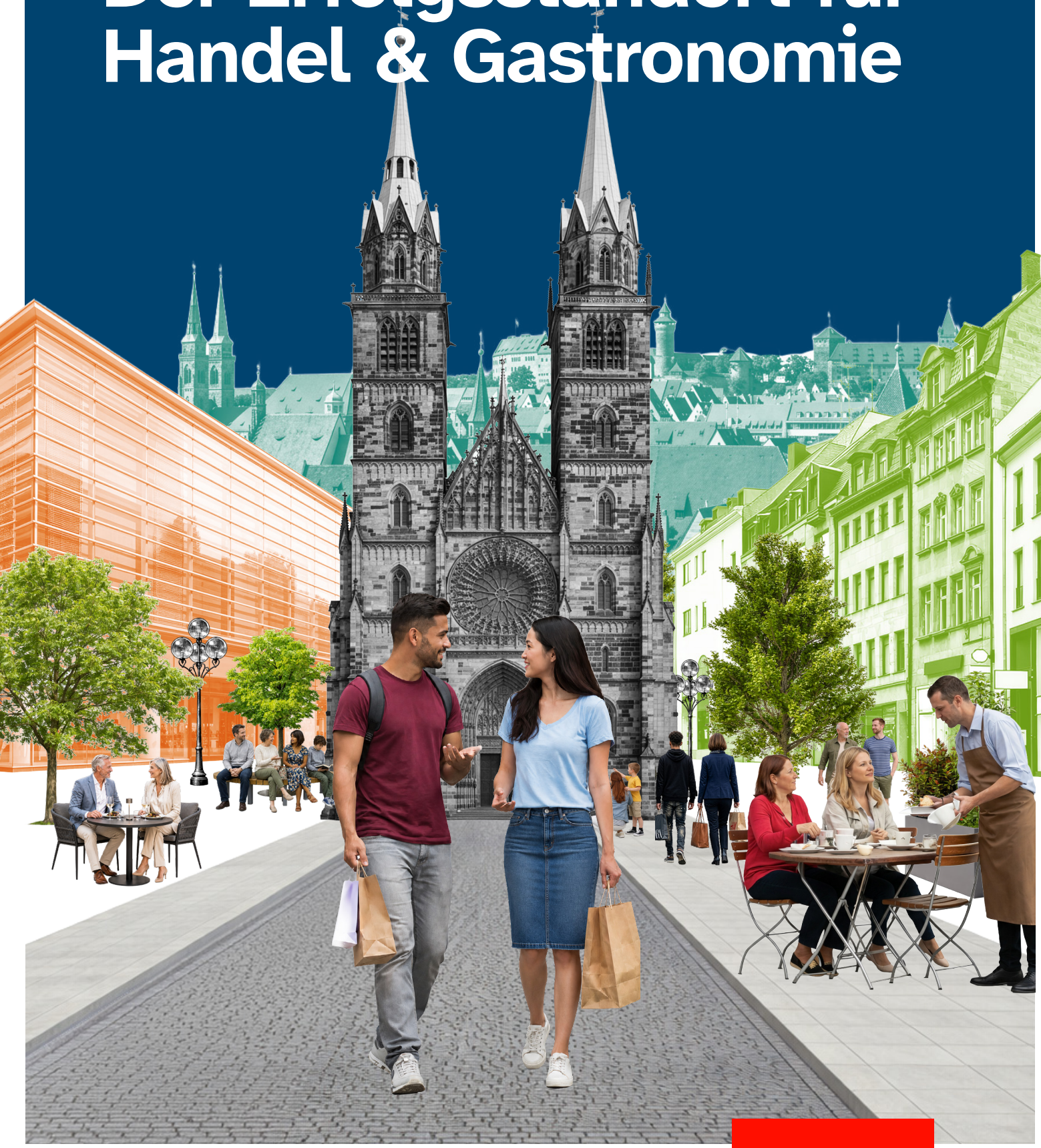
NÜRNBERG

INNENSTADT NÜRNBERG:

Der Erfolgsstandort für Handel & Gastronomie



GRUßWORT

Willkommen in Nürnberg!





Sehr geehrte Damen und Herren,

unsere Nürnberger Innenstadt ist weit mehr als ein Einkaufsstandort. Sie ist das Herz unserer Stadt und ein zentraler Ort für Einkauf, Erlebnis und Begegnung. Mit einer überdurchschnittlichen Kaufkraft von fast 30.000 Euro je Einwohner sowie einem jährlichen Einzelhandelsumsatz von 3,6 Milliarden Euro verfügt der Handelsstandort Nürnberg über eine hohe wirtschaftliche Stärke. Rund 40 Millionen Besucher jährlich schätzen die außergewöhnliche Zentralität und den attraktiven Mix aus Handel, Gastronomie und touristischen Angeboten.

Besonders prägend ist eine der größten zusammenhängenden Fußgängerzonen Europas mit einer Länge von mehr als sieben Kilometern. Hier treffen hochfrequentierte Einkaufsstraßen wie die Karolinenstraße und die Königstraße auf die junge Lifestylemeile Breite Gasse sowie das hochwertige Angebot der Kaiserstraße. Das anhaltend große Interesse namhafter Marken und eine moderate Leerstandsquote von rund fünf Prozent unterstreichen die Attraktivität und Leistungsfähigkeit unseres Standorts.

Damit unsere Innenstadt ihre Anziehungskraft behält, gestalten wir ihre Zukunft aktiv mit der „Zukunftsinitiative Innenstadt“. Wir investieren als Stadt gezielt in die städtebauliche Aufwertung, die Verbesserung der Aufenthaltsqualität und ein aktives Ansiedlungsmanagement, um die Vielfalt im Stadtzentrum zu stärken und Leerstände zu vermeiden. Unser Ziel ist eine lebendige, wirtschaftlich starke und zukunftsfähige Innenstadt, die Menschen anzieht, Aufenthaltsqualität bietet und als Motor für Handel, Gastronomie und urbanes Leben wirkt.

Ich lade Sie herzlich ein, die Chancen unseres Standorts zu nutzen und Teil der Nürnberger Erfolgsgeschichte zu werden.



Dr. Andrea Heilmaier
Wirtschafts- und Wissenschaftsreferentin der Stadt Nürnberg

Nürnberg: Einer der wirtschafts-stärksten Standorte Deutschlands





Nürnberg gibt den Takt an: vereint Großstadtvolumen, überdurchschnittliche Kaufkraft, gute Infrastruktur, kompakte Innenstadt und klar differenzierte Einkaufslagen.

- **Nürnberg ist die leistungsstärkste Innenstadt in Nordbayern** mit 550.000 Einwohnern in der Stadt, 3,6 Mio. Einwohnern in der Metropolregion und 40 Mio. Tagesgästen pro Jahr
- **Zweitgrößte Stadt Bayerns**, die größte Stadt Frankens
- **Überdurchschnittliche Kaufkraft von 29.768 Euro je Einwohner.** Der Bundesdurchschnitt liegt bei 27.646 Euro
- **Dynamische Innenstadt**: von großen Flagship-Marken und kleinen Boutiquen, Pop-Up Stores mit kürzeren Vertragslaufzeiten und Gastronomieangebot
- **Zukunftsstarke Infrastruktur** und Erreichbarkeit durch U-Bahnen, Busse, PKW-Stellplätze etc., deutschlandweit zentraler Hauptbahnhof sowie internationaler Flughafen und Hafen
- **Nürnberg ist internationaler Messe- und Kongressstandort:** Die NürnbergMesse gehört zu den Top 15 Messegesellschaften weltweit

MARKT & KAUFKRAFT

Die Kaufkraft von Nürnberg ist überdurchschnittlich

Mit einer konsumstarken Einwohnerschaft und hohem Tourismusaufkommen

Marktgröße & Einzugsgebiet

550.000
Einwohner Stadt Nürnberg

3,8 Mio.
Übernachtungen (2025) und über 40 Mio. Tagesgäste

3,6 Mio.
Einwohner Metropolregion Nürnberg

70.000
Studenten und Studentinnen in der Hochschul-Region Nürnberg

Kaufkraft & Umsatz

29.768 €
Kaufkraft je Einwohner (2025)

38,2 Mrd.
Bruttoinlandsprodukt pro Jahr, Top 10 in Deutschland

3,6 Mrd. €
jährlicher Einzelhandelsumsatz

13%
BIP-Zuwachs (letzte 5 Jahre)

55%
Überdurchschnittliche Exportquote

118,6
Zentralitätskennziffer

Nürnberg bindet nicht nur eigene Kaufkraft, sondern zieht zusätzliche Kaufkraft aus Umland und Region an.

Nürnberg ist jung, urban und lokal verankert



Einwohnerstruktur:
Urban, flexibel, ausgehfreudig

Durchschnittsalter:
ca. 42,8 Jahre

Mehr als die Hälfte aller Haushalte sind Ein-Personen-Haushalte, hohe Affinität zu Gastronomie, Convenience und spontanen Innenstadtbesuchen



42,3 %

zwischen 30–59 Jahren
kaufkräftige Kernzielgruppe



31,4 %

unter 30 Jahren
jung, trend- und erlebnisaffin



26,3 %

60 +
qualitäts- und genussorientiert

40 Mio. Besucher

Eine der höchsten Passanten-Frequenzen in ganz Bayern



60.000
Bewohner der engeren Innenstadt

Ergebnis
Eine außergewöhnlich stabile Nachfragebasis für Retail und Gastronomie.

Kompakt. Zentral. Optimal erreichbar.
Infrastruktur, die Umsatz ermöglicht

- **Kurze Wege, kompakte Innenstadt:** Einkaufslagen eng gebündelt, schnelle Frequenzbewegung
- **ca. 5.500 Stellplätze** in 19 Parkhäusern und im öffentlichen Raum
- **U-Bahn:** 3 Linien, 49 Stationen, 37 km, 111 Mio. Fahrgäste jährlich und dichte Taxi-Infrastruktur
- Nürnberg als **ICE-Knoten Hauptbahnhof** mit Direktverbindungen in die Innenstadt
- **Zentraler internationaler Flughafen** von Nürnberg (12 Min. per U-Bahn)
- **100 Mobilpunkte für Carsharing** im B4-Ring Ø alle 350 m verfügbar
- **2.550 Leihfahrräder an 100+ Stationen**, davon 17 Lastenräder
- **10 Park+Ride-Anlagen** mit 1.000+ Stellplätzen
- **7 km zusammenhängende Fußgängerzone**

Ergebnis
Eine Infrastruktur, die Besucherströme bündelt, Erreichbarkeit maximiert und beste Voraussetzungen für erfolgreichen Handel schafft.

Ein attraktiver Mix für Handel, Gastronomie und Dienstleistungen





Die Innenstadt ist mit über **7 km zusammenhängender Fußgängerzone** einer der größten Einkaufsbereiche Europas

Strukturelle Kennzahlen

- Einzelhandel: ca. 35 % der Innenstadtnutzung
- Positive Wahrnehmung des Standorts bei Besuchern
- Hohe Nachfrage in expliziten 1A-Lagen und schnelle Nachvermietung

Attraktives Handelsangebot
Erfolgreiche Handelsmarken als Frequenzanker:

- Mit Frequenz-Filialisten wie Breuninger, Wöhrl, Galeria, C&A, H&M, Zara, JACK & JONES

Vielfältige Gastronomielandschaft:

- Mit 400 gastronomischen Betrieben von klein bis groß, die ein erfolgreiches Umfeld für weitere Angebote geben
- Überdurchschnittliche Anzahl an Sternegastronomie

Starker Dienstleistungsstandort für Bewohner und Touristen:

- Die Innenstadt profitiert von internationalen Messe- und Kongressbesuchern
- Hohe Anzahl an Dienstleistungen für Bewohner wie Arztpraxen, Kanzleien, Kultureinrichtungen, Museen und moderne Büroflächen

VON 1A-LAGEN BIS ZU LOKALEN QUARTIEREN

Auch außerhalb der Innenstadt gibt es erfolgreiche Standorte

1 Mercado

2 Stresemannplatz

3 Laufamholzstraße

4 Franken-Center

5 Dianaplatz

6 Aufseßplatz

7 Röthenbach Center

8 Geisseestraße

9 Plärrer

10 Fürther Straße

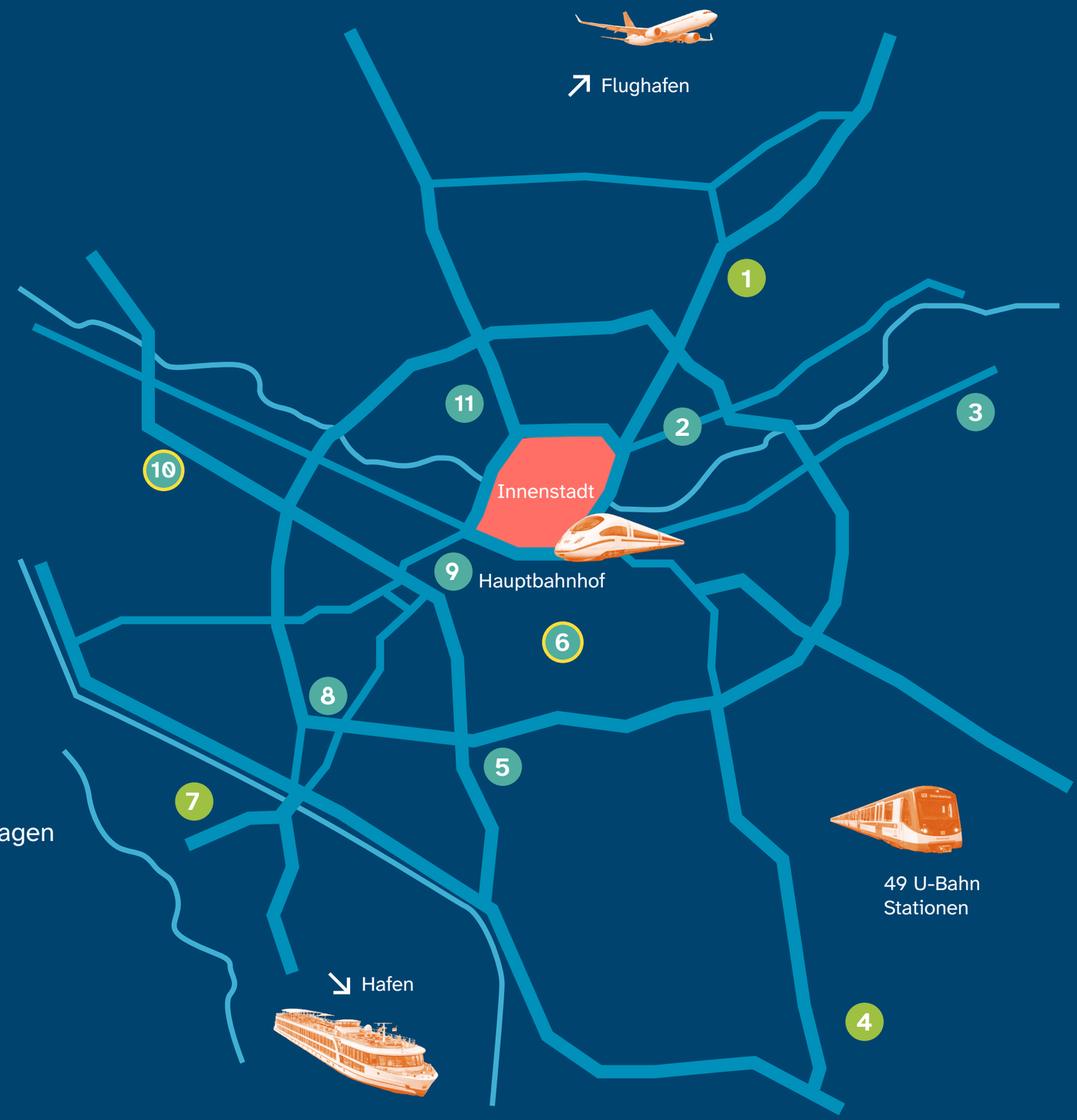
11 Friedrich-Ebert-Platz

Innenstadt mit 1A- und 1B-Lagen

2A-Lage

Einkaufszentrum

mit Entwicklungspotenzial



DIGITALER QUARTIERSGUIDE

Die Nürnberger Quartiere

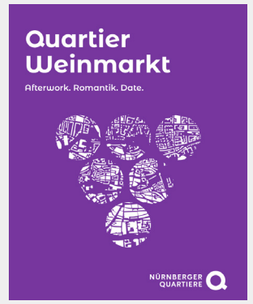
















Die Nürnberger Quartiere laden dazu ein, die Altstadt aus einer neuen Perspektive zu entdecken. Abseits der bekannten Sehenswürdigkeiten wie Burg und Fachwerkhäuser rücken versteckte Gassen, kleine Läden, kreative Bars, Galerien und besondere kulinarische Orte in den Mittelpunkt.

Mit dem digitalen Quartiersguide können Besucherinnen und Besucher die verschiedenen Viertel individuell und im eigenen Tempo erkunden – ganz einfach per Web-App im Browser, ohne Download – flexibel und persönlich.

Ziel ist es, die Vielfalt der Innenstadt hervorzuheben und Besucherinnen und Besucher wie auch Bürgerinnen und Bürger dazu einzuladen, Nürnberg als lebendige und sich wandelnde Stadt in ihrer Gesamtheit zu erleben.

DIE VIER TOP-LAGEN

Die Innenstadt mit vielen Optionen

Jede Straße zeichnet sich durch eine zentrale Anbindung, klare Profile und einen guten Nutzungs-Mix aus



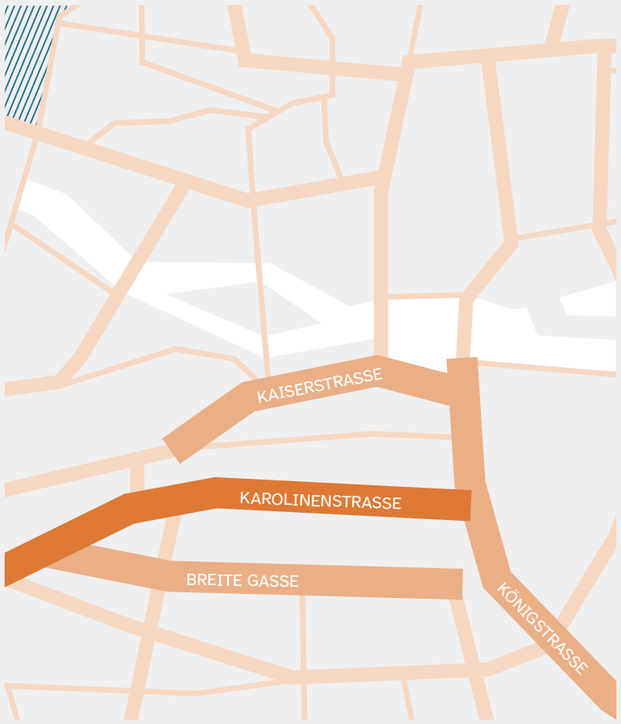
Karolinenstraße
Die High Street mit maximaler Sichtbarkeit, inkl. Ludwigsplatz

Breite Gasse
Die jung-urbane Lifestylemeile

Königstraße
Der Knotenpunkt für Alltag und touristische Attraktionen

Kaiserstraße
Die Adresse für Qualität und Genuss

Karolinenstraße
Die High Street mit maximaler Sichtbarkeit, inkl. Ludwigsplatz



Karolinenstraße
inkl. Ludwigsplatz



Positionierung
Top-1A-Lage mit höchster Frequenz von der Lorenzkirche über den Hefnersplatz bis zum Weißen Turm am Ludwigsplatz

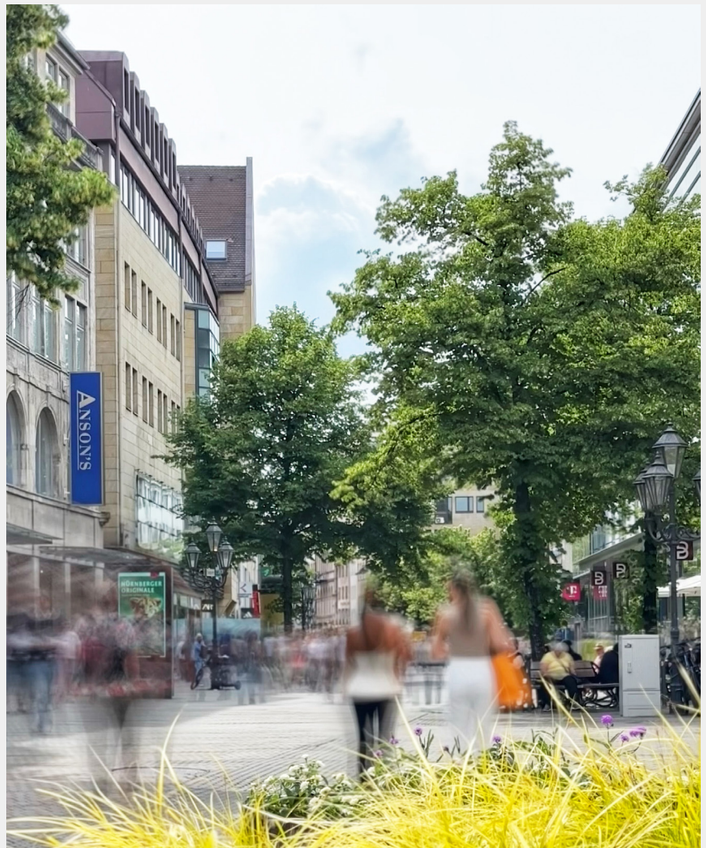
Passantenfrequenz
Rund 14 Mio. Passanten pro Jahr

Charakter
Rückgrat des Nürnberger Einzelhandels, maximale Sichtbarkeit und starke Markenpräsenz

Zielgruppen
- Junge Erwachsene
- Urbane Alltagskäufer/Familien
- Regionale und überregionale Besucher

Geeignete Konzepte
- Mode, Schuhe, Sport, Accessoires
- Elektronik und Telekommunikation
- Coffee, Snack, Fast Casual, Cosmetics, Drogerie

Typische Flächen
- Ca. 150–1000 m²
- Größere Filialisten, mehrstöckig, Erdgeschoss und Obergeschosse mit Zugang und Fenstern zur Karolinenstraße
- Große Schaufensterfronten





Typische Marken
Breuninger · H&M · adidas · ZARA
SNIPES · Thalia · JACK & JONES
ONLY · Telekom · o2 · Vodafone
Douglas · Wöhrl · Decathlon · Sport Scheck · Levi's · Calzedonia · Urban Outfitters · New Yorker · Guess

Breite Gasse
Die jung-urbane Lifestylemeile



Breite Gasse

Positionierung
Trend- und Lifestylestraße mit jungem Publikum und hohen Impulskäufen

Charakter
Dynamische Shoppingmeile, offen und experimentierfreudig, weiterer Anziehungspunkt für Touristen mit gastronomischen Elementen

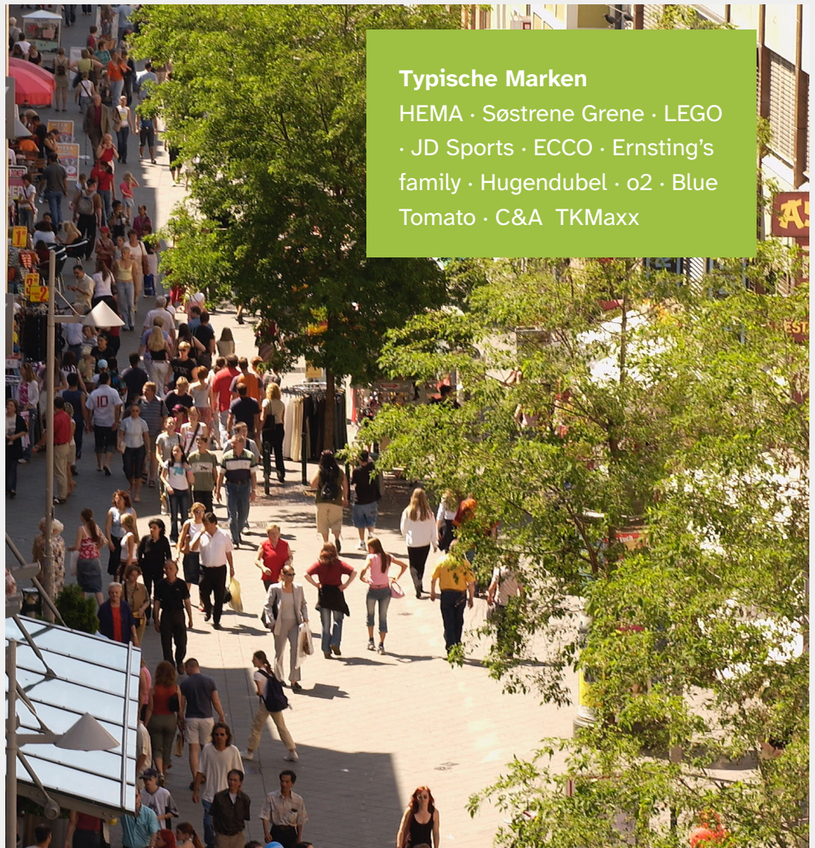
Zielgruppen
- Besucher: 15–35 Jahre
- Junge Familien
- Touristen

Geeignete Konzepte
- Young Fashion und Sneaker
- Sport und Lifestyle
- Pop-Up Stores und neue Konzepte
- To-Go und Casual Dining

Typische Flächen
- Ca. 100–500 m²
- Erdgeschoss und Split-Level



Umbau mit mehr Grünflächen und Sitzmöglichkeiten bis 2027 abgeschlossen.



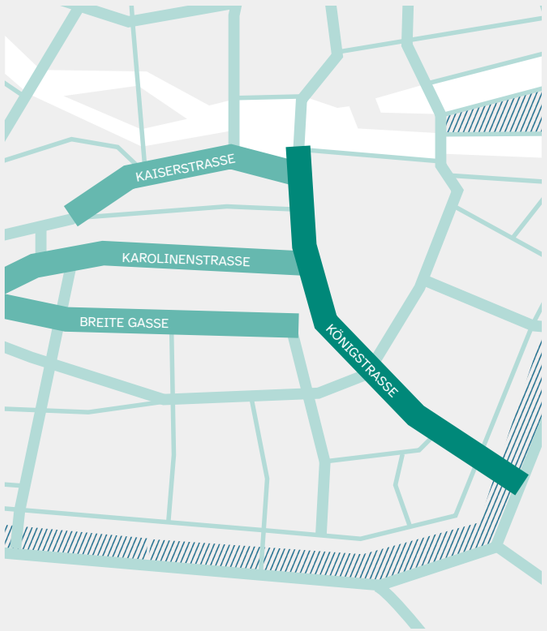
Typische Marken
HEMA · Søstrene Grene · LEGO · JD Sports · ECCO · Ernsting's family · Hugendubel · o2 · Blue Tomato · C&A TKMaxx



© Visualisierungen: Alexander Tschopoff – www.tschopoff.de
https://www.nuernberg.de/imperia/md/zentral/bilder/shopping/fussgaenger-zone/fittosize_1296_864_7fa8821b45facfdbfe857d9b12bdfe6d_breite_gasse_visualisierung_2.jpg

Königstraße

Eingangstor zur Innenstadt zwischen Hauptbahnhof und Hauptmarkt



Königstraße

Positionierung
Hauptbewegungsachse, sehr hohe Ganzjahresfrequenz – in den Top 20 der belebtesten Einkaufsstraßen Deutschlands, breite Zielgruppe

Passantenfrequenz
Über 14 Mio. Passanten pro Jahr

Charakter
Zwischen Hauptbahnhof, Lorenzkirche und Hauptmarkt/Burg, Mischung aus lokalem Fachhandel und Alltagsmarken, Gastronomie, Kino und Erlebnis

Zielgruppen
- Pendler
- Tagesgäste und Touristen
- Familien und Alltagskäufer

Geeignete Konzepte
- Alltagsbedarf und Volumenformate
- Warenhausnahe Sortimente
- Cafés und familienfreundliche Gastronomie

Typische Flächen
- Ca. 120–600 m²
- Sehr gute Sichtlagen



Typische Marken
GALERIA · COS · Müller · dm · Deichmann
Thomas Sabo · Swarovski · Lindt · Schöffel
Vom Fass · Lush · WEMPE



Umbau mit mehr Grünflächen und Sitzmöglichkeiten.



© Visualisierung: Alexander Tschopoff – www.tschopoff.de

Zeughausquartier bietet großes Entwicklungspotenzial

Positionierung

- Optimale Lage an den Hauptachsen der Innenstadt fördert Frequenz
- Quartier liegt zwischen Königstraße und Breite Gasse – im Herzen eines neuen Stadterneuerungsgebietes

Charakter

- Dynamischer Transformationsprozess mit dem angestrebten Ziel einer Quartiersentwicklung rund um die ehem. Kaufhof und City-Point Immobilien
- Neues Stadterneuerungsprogramm beschleunigt geförderte Quartierentwicklung

Zielgruppen

Verzahnung von Handel, Kultur, Bildung und Aufenthaltsqualität schafft Synergien für verschiedene Besuchergruppen

Konzepte

- Konzeptauswahlverfahren zur Gewinnung und Auswahl geeigneter Investoren
- Planungen sehen einen Nutzungsmix aus Handel, Gastronomie, Bildung und Kongress-Center mit Hotel vor





Kaiserstraße
Die Adresse für Qualität und Genuss





Kaiserstraße

Positionierung
High-level, Luxusmarken

Charakter
Hochwertige Einkaufsstraße mit Schwerpunkt auf Beratung, Design und Einkaufserlebnis, nahe dem Trödelmarkt und der Oberen Wörthstraße mit kleinen Boutiquen.

Zielgruppen
- Kaufkräftige Erwachsene
- Design- und qualitätsorientierte Kunden
- Genießer und Kulturbesucher

Geeignete Konzepte
- Premium- und Spezialhandel
- Boutique-Formate
- Feinkost, Wein- und Champagnerbars, hochwertige Cafés
- Galerien

Typische Flächen
- Ca. 80–300 m²
- Hochwertige Zuschnitte





Typische Marken
Bucherer · Steiff · Cairo Designstore
The North Face · Fissler · Mode- und Designboutiquen · Bang & Olufsen
Aston Martin · Maserati · Löwe
Rolex · Galerien · Mey · Emerson
Renaldi · Patrizia Pepe

Nürnberg bietet Flächen für unterschiedliche Nutzungen





Flächenangebot

- Spektrum von ca. 80 m² bis über 1.500 m²
- Unterschiedliche Miet- und Nutzungstypologien
- Optionen für Pop-Up Stores und Shop-in-Shop-Konzepte

Chancen für Retail

- Starke Schaufensterwirkung
- Frequenz- und zielgruppenindividuelle Straßen
- Professionelle Warenpräsentation
- Hochwertige Architektur und Fassaden für attraktive Handelskonzepte

Chancen für Gastronomie

- Effiziente Grundrisse für „To-Go“ und Aufenthaltsgastronomie
- Spezifisches Angebot: individuelles Umfeld von Alltag bis Luxus
- Hochwertige Architektur für eine hohe Aufenthaltsqualität

Die Innenstadt: Das ganze Jahr sichtbar und lebendig



Christkindlesmarkt

Fazit für Mieterinnen und Mieter: Die Innenstadt erzeugt nicht nur Grundfrequenz, sondern regelmäßig zusätzliche Besuchsspitzen, von denen Handel und Gastronomie direkt profitieren.

Große Events und Besuchermagnete

1. Christkindlesmarkt: Der bekannteste Weihnachtsmarkt weltweit, jährlich mehrere Millionen Besucher, internationale Strahlkraft, massive Frequenzsteigerung in der gesamten Innenstadt

2. Bardentreffen: Eines der größten kostenlosen Open-Air-Musikfestivals Europas, mehrtägiges Event in der Altstadt, sehr hohe Besucherzahlen

3. Stadtfeste: Altstadtfest, Bierfest, Weinfest, Trempelmarkt.

4. Regelmäßige saisonale Veranstaltungen: Hohe lokale und regionale Anziehungskraft, Kombination aus Kultur, Genuss und Shopping – z. B. Ostermarkt, Herbstmarkt

5. Sport- und Kulturereignisse: Wie Blaue Nacht, RedBull District Ride, Chorfest, Kirchentag, Sonderaktionen ...

Unterstützendes Stadtmarketing und Kooperationen

Ganzjährige Innenstadtkampagnen, saisonale Themenschwerpunkte, gemeinsame Aktionen von Stadt, Handel und Gastronomie (Winterdorf, Flaniermeile), stimmungsvolle Weihnachtsbeleuchtung

Nürnberg investiert in Aufenthaltsqualität und Sicherheit



Hohe Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum

- Aufwertung von Plätzen und Straßenräumen
- Förderung von Verweilen statt Durchgangsverkehr
- Stärkere Verzahnung von Handel, Gastronomie und Stadtraum
- Längere Aufenthaltsdauer = höhere Konsumwahrscheinlichkeit

Sicherheit und Sauberkeit

- Hohe Präsenz von Ordnungs- und Sicherheitsdiensten
- Niedrige Kriminalitätsrate
- Gepflegter öffentlicher Raum als Standortfaktor

Mehr Grün und Klimaresilienz

- Ausbau von Grünflächen und Begrünung im Stadtraum
- Entsiegelung ausgewählter Flächen
- Verbesserung des Mikroklimas
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität in den Sommermonaten

Diese Maßnahmen unterstützen nicht nur das Stadtbild, sondern auch die wirtschaftliche Nutzbarkeit der Innenstadt.



ZUKUNFTSINITIATIVE INNENSTADT

Gemeinsam für eine lebendige und zukunftsfähige Innenstadt

Schwerpunkte

- Attraktive öffentliche Räume
- Stärkung des innerstädtischen Handels
  - Ausbau von Netzwerken
  - Aktives Baustellenmanagement
- Gezieltes Leerstands- und Ansiedlungsmanagement
- Verbesserung der Mobilität
- Projekte zur Klimaanpassung

Bedeutung für Filialisten und Konzepte

- Planungssicherheit durch langfristige Stadtstrategie
- Investitionen in den Standort sichern Frequenzen
- Positive Wahrnehmung bei Kunden

Stab Innenstadt als zentraler Ansprechpartner für alle Innenstadt-Themen

ERFOLGSFAKTOREN & REFERENZEN

Nürnberg ist offen für neue Konzepte, stabil und erfolgs-erprobt

Revitalisierungsprojekte großflächiger Immobilien, z. B. Kaufhof, City Point, Wormland

Erfolgreiche Filialisten in allen 1A-Lagen, z. B. Decathlon, H&M und TK Maxx

>70

Neueröffnungen in 2025

Regelmäßige Integration von innovativen Konzepten unter anderem auch als Pop-Up Stores, z. B. Ikea, Fackelmann

Aktuelle Flächen zur Anmietung
digitaler Ansiedlungs- und Gesuchsmelder unter
www.innenstadt.nuernberg.de

KONTAKT

Ihr Weg in die Nürnberger Innenstadt

Ihre Ansprechpartner:
Stab Innenstadt im Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat der Stadt Nürnberg

Theresienstraße 9
90403 Nürnberg

Tel.: +49 911 231 5791 / - 5794
innenstadt@stadt.nuernberg.de
www.innenstadt.nuernberg.de



INNENSTADT NÜRNBERG

Der Erfolgs-standort für Handel & Gastronomie

Impressum

Auftraggeber/Herausgeber:
Stadt Nürnberg
Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat
Theresienstraße 9
90403 Nürnberg

Projektbearbeitung und Redaktion:
Theresa Schleicher, Handels-Zukunftsforscherin

Grafische Gestaltung und Layout:
Sibylle Egelkamp, Grafikdesignerin

Bildnachweise und Bildrechte:
Bilder in den Collagen wurden mithilfe von KI erstellt und individuell weiterbearbeitet.

Die Bildrechte der verwendeten Stadtbilder liegen bei:
Florian Trykowski, Kristof Goettling, Christine Dierenbach
Alexander Tschopoff www.tschopoff.de

Nürnberg, Mai 2026