

# Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt Ansbach

## Aktualisierung 2015

April 2015



- **STADTENTWICKLUNG**
- **STADTMARKETING**
- **VERKEHR**

- Claus Sperr, Dipl. Geogr.  
Gunter Schramm, M.A.  
Stadtplaner &  
Geographen
- Winzelbürgstraße 3  
90491 Nürnberg
- Tel.: 0911-476404  
Fax: 0911-471632  
www.planwerk.de
- kontakt@planwerk.de

# Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt Ansbach Aktualisierung 2015

Nürnberg, den 13.04.2015

Bearbeitung durch:



**Büro PLANWERK**  
Stadtentwicklung Stadtmarketing Verkehr  
90491 Nürnberg  
Winzelbürgstr. 3  
T. 0911-476404  
F. 0911-471632  
[www.planwerk.de](http://www.planwerk.de)  
[kontakt@planwerk.de](mailto:kontakt@planwerk.de)

- STADTENTWICKLUNG
- STADTMARKETING
- VERKEHR

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Vorgaben.....</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>Weitere städtebauliche Bewertungen.....</b>	<b>66</b>
1.1	Rahmenbedingungen und Ziele .....	4	6.1	Verkehrsströme.....	67
1.2	Vorgehensweise .....	5	6.2	Barrieren .....	68
1.3	Definitionen.....	5	6.3	Erweiterungsflächen .....	69
<b>2</b>	<b>Strukturdaten Stadt Ansbach .....</b>	<b>8</b>	6.4	Standorte im Stadtgebiet.....	70
2.1	Einwohnerentwicklung.....	8	6.5	Einzugsbereiche .....	71
2.2	Bevölkerungsstruktur .....	8	6.6	Unterversorgte Bereiche.....	72
2.3	Bevölkerungsprognose.....	8	6.7	Potenzielle Versorgungsstandorte.....	73
2.4	Wirtschaft.....	8	6.8	Baurechtliche und städtebauliche Steuerungsmöglichkeiten .....	75
<b>3</b>	<b>Ergebnisse von Befragungen.....</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>Versorgungsbereiche .....</b>	<b>77</b>
3.1	Haushaltsbefragung .....	9	7.1	Der zentrale Versorgungsbereich (mit Ergänzungsbereich) .....	79
3.2	Befragung der Passanten .....	9	7.2	Ergänzungsbereiche Nahversorgung im Norden der Stadt Ansbach.....	81
<b>4</b>	<b>Einzelhandelskonzept.....</b>	<b>17</b>	7.3	Ergänzungsbereiche Nahversorgung im Osten der Stadt Ansbach .....	83
4.1	Bestand.....	17	7.4	Ergänzungsbereiche Nahversorgung im Süden der Stadt Ansbach .....	84
4.2	Kaufkraft.....	25	7.5	Versorgungsbereiche im Westen der Stadt Ansbach .....	85
4.3	Einzelhandelsumsatz .....	28	7.6	Sonderbereich Pilipp .....	86
4.4	Bilanzierung Umsatz - Kaufkraft.....	29	7.7	Zusammenfassung der speziellen Einzelbeurteilungen .....	87
4.5	Bindungspotenzial .....	30	7.8	Nicht abgegrenzte Bereiche.....	89
4.6	Wesentliche Veränderungen zum EEK 2010 .....	31	7.9	Weitere flankierende Maßnahmen .....	90
4.7	Ansiedlungspotenziale nach Sortimentsgruppen und -bereichen .....	32	7.10	Entwicklungsperspektiven .....	92
4.8	Stadtteilbewertung Umsatz und Kaufkraft .....	36	<b>8</b>	<b>Ansbacher Sortimentsliste .....</b>	<b>94</b>
<b>5</b>	<b>Stadtteilbewertungen – Versorgung und Ansiedlungen.....</b>	<b>43</b>	8.1	Liste der zentrenrelevanten Sortimente (a1-a14) .....	94
5.1	Innenstadt .....	44	8.2	Liste der Sortimente für Ergänzungsbereiche Nahversorgung .....	94
5.2	Würzburger Landstraße .....	48	8.3	Liste der Sortimente für Sonderbereiche.....	95
5.3	Rügländer Viertel.....	50	8.4	Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente (b1-b6).....	95
5.4	Hennenbach / Schlossvorstadt.....	52	<b>9</b>	<b>Beteiligung der Träger öffentlicher Belange (TÖB) .....</b>	<b>95</b>
5.5	Pfaffengreuth / B14 - Ost .....	54	<b>10</b>	<b>Weitere Schritte.....</b>	<b>96</b>
5.6	Eyb .....	56	<b>11</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>98</b>
5.7	Südstadt.....	58	11.1	Fragebögen Passantenbefragung .....	98
5.8	B14 - West .....	60	11.2	Pläne.....	98
5.9	Schalkhäuser (Land)Straße .....	62	11.3	Beteiligung der Träger öffentlicher Belange (TÖB).....	98
5.10	Ortsteile.....	64			

## 1 VORGABEN

### 1.1 RAHMENBEDINGUNGEN UND ZIELE

Die Stadt Ansbach benötigt für zukünftige Entscheidungen bezüglich der Ansiedlung von Einzelhandel im Stadtgebiet Entscheidungshilfen. Diese Entscheidungshilfen sollen dem Stadtrat und der Verwaltung Anweisungen und Hilfestellungen geben bei folgenden Themen:

- Notwendigkeit von Neuansiedlungen
- zusätzlicher Bedarf an einzelnen Angeboten (Sortimenten)
- mögliche Standorte
- Aussagen zu einzelnen Sortimentsbereichen
- Aussagen zu Dimensionen der Verkaufsfläche
- Empfehlungen für andere Wirtschaftsbereiche (Gastronomie, Dienstleistungen, Gewerbe)
- Integration der wirtschaftlichen Stadtentwicklung in die Ziele und Vorgehensweise der Städtebauförderung
- Möglichkeiten von flankierenden Maßnahmen zur Stärkung des Standorts Ansbach bzw. des Stadtzentrums

Dazu hat die Stadt Ansbach in den Jahren 2009 / 2010 bereits ein Einzelhandelsentwicklungskonzept durch das Nürnberger Büro PLANWERK erarbeiten lassen.

Da die Markt- und Standortbedingungen sich in den vergangenen Jahren wesentlich verändert haben, hat der Stadtrat der Stadt Ansbach beschlossen durch das Büro eine Aktualisierung des Konzepts erarbeiten zu lassen. Diese wurde im Juli 2014 beauftragt und wird mit dem vorliegenden Bericht vorgelegt.

Wesentliche Anlässe für die Beauftragung der Aktualisierung sind die Veränderungen und Ansiedlungspläne an verschiedenen Standorten im Ansbacher Stadtgebiet. Vorrangig sind zu prüfen:

- Die Möglichkeiten der Neunutzung der Fläche des ehemaligen Praktiker-Standortes im Brücken-Center, verbunden mit den weiteren damit verbundenen Auswirkungen für die Standorte Brücken-Center und Altstadt. In diesem Zusammenhang soll die baurechtliche Grundlage (B-Plan) für das Brücken-Center verbindlich neu gefasst werden.
- Die Möglichkeiten und ggfs. Rahmenbedingungen einer geplanten Ansiedlung im Bereich der Rettistraße.

Zielsetzung eines Einzelhandelsentwicklungskonzepts ist es, die Entwicklung der Stadt vor allem hinsichtlich der Ansiedlung von Einzelhandel (dabei vor allem größerflächigem Einzelhandel) zu beschreiben. Der integrierenden Betrachtungsweise unter Berücksichtigung der baulichen und verkehrlichen Entwicklung der Stadt kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu. Dabei sind folgende Aussagen für die weitere Entwicklung ausschlaggebend:

- Welche Verkaufsflächen (Flächengrößen und Sortimente) werden am Standort noch benötigt.
- Welche Standorte sind für die Ansiedlung von Einzelhandel zu bevorzugen, welche sind auszuschließen.
- Welche Stärken und Potenziale sind am Standort besonders zu fördern.
- Welche Defizite und Gefahren bestehen, denen in Zukunft kontinuierlich entgegengewirkt werden muss.
- Welche Auswirkungen ergeben sich für die Altstadt mit ihren Sanierungsgebieten.

Die vorliegende Aktualisierung des Konzepts wurde in der Zeit von Juli bis Dezember 2014 erarbeitet.

## 1.2 VORGEHENSWEISE

Die vorliegende Aktualisierung muss, um den vorgegebenen Ansprüchen und Maßgaben gerecht zu werden, ebenso wie das ursprüngliche EEK von 2010, gesamtörtlich angelegt sein und die Verflechtungen der Stadt Ansbach in ihr Umland mit berücksichtigen.

Im Untersuchungsvorgang werden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Erfassung des Einzelhandelsbestandes im gesamten Stadtgebiet von Ansbach (inkl. Stadtteile). Dabei werden Verkaufsflächen und Sortimente erfasst.
- Erfassung des Bestandes an Einrichtungen der Bereiche Dienstleistungen, Gastronomie und (Laden)Handwerk im gesamten Stadtgebiet (inkl. Stadtteile).
- Durchführen einer Passantenbefragung (rd. 500 Interviews) an Standorten im Zentrum und an der Peripherie, wobei das Einkaufsverhalten und die Herkunft der Passanten bzw. Kunden erfasst werden.
- Analyse der erhobenen Daten. Differenzierung des Angebots nach Verkaufsflächen, Sortimentsbereichen sowie Standorten.
- Durchführen einer Kaufkraftanalyse für die einzelnen Sortimentsbereiche und die jeweils aktuellen Verknüpfungsbereiche des Oberzentrums Ansbach.
- Entwicklung von sortimentsgenauen Aussagen bezüglich der generellen Ansiedlungsmöglichkeit von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet.
- Teilräumliche Differenzierung der Aussagen zur Ansiedlung von Einzelhandel nach den Standorten im Zentrum und an der Peripherie.
- Aussagen zu Standortempfehlungen für den Einzelhandel im Stadtgebiet.
- Abstimmung der Entwicklungsempfehlungen mit den Belangen und Zielen der Städtebauförderung.
- Bearbeiten der gewünschten Präferenz-Urteile zu Brücken-Center und Rettristraße. Beurteilung der Ansiedlungspotenziale unter Berücksichtigung der Verträglichkeit für die Gesamtstadt bzw. die Innenstadt.

## 1.3 DEFINITIONEN

Im weiteren Verlauf der Untersuchung werden verschiedene Begrifflichkeiten benutzt bzw. Differenzierungen des Einzelhandelsortiments verwendet, die im Folgenden kurz abgegrenzt und definiert werden sollen.

### 1.3.1 EINZELHANDEL

Einzelhandel (nach Meyers Lexikon) ist der Absatz von Gütern an Endverbraucher durch spezielle Handelsbetriebe, die die Waren vom Großhandel oder vom Produzenten beziehen und in der Regel ohne Be- und Verarbeitung weitergeben. Weitere wichtige Funktionen des Einzelhandels sind: Warentransport, Lagerhaltung, Sortimentsbildung, Werbung, Verkauf mit persönlicher Beratung, Marktforschung, Vorfinanzierung, Kreditierung.

Zum Einzelhandel gehören außer dem Laden- und dem ambulanten Handel auch Versandhandel und Automatenverkauf. Traditionelle Betriebsformen: Fachgeschäft (branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment), Spezialgeschäft (bestimmter Sortimentsausschnitt in großer Tiefe), Warenhäuser und Kaufhäuser (großflächige Mehrbranchengeschäfte), Discounter (enges, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrig kalkulierten Preisen), Fachmarkt (Sortiment aus einem Waren-, Bedarfs- oder Zielgruppenbereich bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau), Selbstbedienungswarenhäuser (umfassendes Sortiment, ganz oder überwiegend Selbstbedienung, Dauerniedrig- oder Sonderangebotspreispolitik mit hoher Werbeaktivität).

Die Großbetriebe des Einzelhandels genießen die Vorteile des Groß- (Gemeinschafts-) Einkaufs, die mittleren und kleineren sind vielfach in Einkaufsgenossenschaften zusammengeschlossen. Der anhaltende Konzentrationsprozess (v.a. im Lebens- und Genussmittelbereich) führt zu immer größeren Unternehmenseinheiten, abnehmender Beschäftigtenzahl, wachsendem Gewicht von Warenhäusern und Filialbetrieben gegenüber kleineren Fachgeschäften, aber auch zu neuen Formen

der Kooperation. Rechtliche Regelungen, die Standort und Entwicklung des Einzelhandels beeinflussen, sind u.a. Raumordnungsgesetz, Landesplanungsgesetz, Ladenschlussgesetz sowie die im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb fixierten Regelungen bezüglich Werbe- und Preiswettbewerb.

### 1.3.2 KAUFKRAFT

Kaufkraft wird in zwei verschiedenen Arten definiert. Zum einen die allgemeine Kaufkraft und zum anderen die einzelhandelsrelevante Kaufkraft. Für die vorliegende Untersuchung, die sich schwerpunktmäßig mit dem Einzelhandel auseinandersetzt, ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft von Bedeutung.

#### Allgemeine Kaufkraft:

Die allgemeine Kaufkraft umfasst alle Nettoeinkünfte und wird aus der Lohn- und Einkommensteuerstatistik berechnet. Berechnet pro Kopf ergibt es den Wert in €, der dem Einzelnen zur Verfügung steht, um alle seine Kosten zu decken, u.a. Miete, Versicherung, Reisen, Dienstleistungen. Ein Orientierungswert für die allgemeine Kaufkraft liegt bei € 21.879 (z.Vgl. 2009: € 18.957) pro Jahr und Einwohner im Bundesdurchschnitt (Quelle: MB-Research) und damit gut 15% höher als vor 5 Jahren. Spitzenwerte werden weiterhin in Kreisen wie Starnberg (€ 32.017) oder München (€ 30.194) erreicht.

Der Landkreis Ansbach erreicht aktuell eine Kaufkraft von € 20.581 pro Jahr und Einwohner (z.Vgl. 2009: € 18.032) und liegt damit bei einer Kennziffer von 94,1 (z.Vgl. 2009: 95,1). Die Stadt Ansbach erreicht eine Kaufkraft von € **22.374** (z.Vgl. 2009: € 19.546) und damit eine **Kennziffer von 102,3** (z.Vgl. 2009: 103,1). Somit ist die allgemeine Kaufkraft pro Jahr und Einwohner in Ansbach seit 2009 angestiegen. Da die allgemeine Kaufkraft im Bundesdurchschnitt im Verhältnis noch etwas mehr angestiegen ist, ist die Kaufkraft-Kennziffer für Ansbach seit 2009 leicht gesunken. Im Vergleich der kreisfreien Städte in Mittelfranken liegt Ansbach grob in der Größenordnung von Nürnberg (104,8) und deutlicher hinter Fürth (108,3), Schwabach (111,3) und Erlangen (121,4).

#### Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der verbleibende Rest, wenn von der allgemeinen Kaufkraft alle nicht einzelhandelsrelevanten Leistungen (wie Miete, Auto, Versicherungen, Urlaub etc.) bezahlt wurden. Diese einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt aktuell (Stand 2013; GfK) in der Dimension von € 5.500 (z.Vgl. 2009: € 5.474) pro Jahr und Einwohner für den Bundesdurchschnitt. Die Stadt Ansbach erreicht derzeit eine **Kaufkraft-Kennziffer von 103,4** (z.Vgl. 2009: 106,1), was einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von € **5.687** (z.Vgl. 2009: € 5.807) entspricht.

### 1.3.3 SORTIMENTSBEREICHE

Die Definition der Sortimentsbereiche wurde in Anlehnung an die Definition der Sortimentsgruppen der Firma GfK gewählt. Diese definieren sich wie folgt:

- Nahrungs- und Genussmittel: Nahrungs- und Genussmittel, auch bei Fleischer, Bäcker, Konditor, für Getränke, Tabakwaren und Reformwaren; keine Gaststätten.
- Körperpflege, Reinigung: Apotheken, Drogerieartikel, medizinische und orthopädische Artikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Parfümerien.
- Einrichtungsbedarf: Möbel, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche, Kunst und Antiquitäten, Holz-, Korb-, Korkwaren, Kinderwagen, Teppiche, Bodenbeläge, Gardinen.
- Elektrogeräte, Leuchten: Öfen, Herde, Kühlschränke, Leuchten, sonstige elektrotechnische Erzeugnisse.
- Baumarktsortimente: Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Holz- und Eisenwaren, Tapeten, Lacke, Farben, Werkzeuge, Kfz-Zubehör, Fahrräder, Gartengeräte, Blumen, Pflanzen, Sämereien, zoologischer Bedarf.
- Bekleidung: Herren-, Damen-, Kinder-, Lederbekleidung, Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren.
- Schuhe, Lederwaren: Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile).
- Uhren, Schmuck: Uhren, Schmuck.
- Bücher, Schreibwaren: Schreib-, Papierwaren, Schul-, Büroartikel, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Kalender.

- Hausrat, Glas, Porzellan: Hausrat, Schneidwaren, Bestecke, Feinkeramik, Glaswaren, Geschenkartikel, Näh- und Strickmaschinen.
- Unterhaltungselektronik: Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Videokameras, Camcorder, Videorecorder, unbespielte Tonträger, Audio-CD, Videospiele.
- Spielwaren, Hobby: Musikinstrumente, Waffen, Sammlerbriefmarken, Spielwaren, Spiele, Spielzeug.
- Foto, Optik: Fotokameras, Fotofilme, Projektoren, Objektive etc., Brillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mikroskope etc.).
- Telekommunikation: Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte etc.
- Informationstechnik: Personal Computer, Peripheriegeräte etc., Software.
- Sport, Camping: Sportgeräte und -artikel, Sportbekleidung und -schuhe, Campingartikel.
- Baby-, Kinderartikel (diese waren 2009 noch nicht als Sortiment enthalten und wurden entsprechend als sehr kleines Sortiment den anderen Sortimenten (Drogerie, Textilien) zugeordnet).

#### 1.3.4 SORTIMENTSGRUPPEN

Bei kleineren Kommunen oder bei teilräumlichen Betrachtungen mit einem z.T. relativ geringen Angebot im Bereich Einzelhandel führt die Analyse im Bereich der Sortimentsbereiche mit seiner Aufgliederung in 16 Abteilungen zu datenschutzrechtlich eingeschränkten Darstellungen. Damit können für einzelne Sortimentsbereiche keine Aussagen mehr getroffen werden. Für diese Situation wird auf die gröbere Einteilung nach Sortimentsgruppen zurückgegriffen:

- Güter des periodischen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel; Körperpflege, Reinigung)
- Güter des aperiodischen Bedarfs unterschieden nach:
  - Textilien, Schuhe (Bekleidung, Schuhe und Lederwaren)
  - Technik (Elektrogeräte und Leuchten, Unterhaltungselektronik, Foto und Optik, Telekommunikation, Informationstechnik)

- Haushalts- und persönlicher Bedarf (Uhren und Schmuck, Bücher und Schreibwaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Spielwaren und Hobby, Sport und Camping)
- Heimwerker- und Gartenbedarf (Baumarktsortimente)
- Möbel, Einrichtungsbedarf

#### 1.3.5 DATENQUELLEN

Das vorliegende Gutachten arbeitet mit einer Vielzahl von Daten. Die Datenquellen sind nicht an allen Stellen permanent genannt, sondern werden hier einmalig aufgelistet:

- Strukturdaten zu Ansbach und Vergleichskommunen etc. wurden den Veröffentlichungen des Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung (Datenbank Genesis-Online) entnommen.
- Verkaufsflächen wurde von PLANWERK im Sommer 2014 selbst erhoben.
- Umsatzzahlen wurden aus den Flächen und den bekannten und geschätzten Flächenumsätzen (Basis: BBE-Marktdaten 2013) errechnet.
- Sortimentsspezifische Kaufkraftzahlen wurden aus den Datenbanken der GfK-Geomarketing käuflich erworben.
- Die allgemeine Kaufkraft wurde dem herunterladbaren Auszug der Kaufkraft-Studie 2014 von MB-Research entnommen.
- Alle Bewertungen und Einschätzungen von Passanten bzw. Kunden wurden in den im Sommer 2014 von PLANWERK durchgeführten Befragungen erhoben.

## 2 STRUKTURDATEN STADT ANSBACH

Für das Kapitel "Strukturdaten" wird auf das vorliegende Kapitel im EEK von 2010 verwiesen. Dort wurden bereits die Strukturen der Stadt Ansbach verdeutlicht.

### 2.1 EINWOHNERENTWICKLUNG

Bezüglich der Einwohnerzahl darf darauf hingewiesen werden, dass diese sich nach Einarbeitung der Ergebnisse des Zensus von 2011 im Vergleich zu den für das EEK 2010 vorliegenden Zahlen leicht reduziert hat. Die vorliegenden Berechnungen gehen von einer Einwohnerzahl zum 31.12.2013 von 39.839 Einwohnern (Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung; Quelle: Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung) aus.

### 2.2 BEVÖLKERUNGSSTRUKTUR

Von grundlegendem Interesse für die Stadtentwicklung, aber auch als Grundlage für zukünftiges Verhalten hinsichtlich der Versorgung der Bevölkerung sind die Strukturen der Bewohnerschaft bezüglich der Verteilung der Altersklassen und hierbei vor allem der Anteile von junger und alter Bevölkerung. Am Trend zu einer älter werdenden Bevölkerung hat sich auch seit dem EEK von 2010 nichts geändert.

Für die Thematik der Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen sowie die spezielle Fragestellung der Nahversorgung bildet diese Entwicklung eine der zentralen Fragestellungen für die langfristigen Zukunftsperspektiven, vor allem hinsichtlich der zunehmenden Überalterung der Gesellschaft.

### 2.3 BEVÖLKERUNGSPROGNOSE

Seit dem Vorliegen von Prognosen für kreisfreie Städte durch die bayerische Statistik kann auf diese als Bewertungsgrundlage zurückgegriffen werden.

Für die Stadt Ansbach zeigt diese Prognose folgende Kernaussagen:

- Bis etwa 2020 wird von einem Bevölkerungsanstieg auf ca. 40.300 Einwohner ausgegangen, im Anschluss bis 2032 von einem leichten Rückgang bis auf dann 39.700 Einwohner.
- Die Struktur zeigt eine deutliche Entwicklung hin zu einer älter werdenden Bevölkerung.
- Die Zahl der unter 18-Jährigen wird bis 2032 um gut 10% auf knapp 5.800 (2012: 6.700) zurückgehen.
- Die Zahl der älteren Personen mit 65 Jahren und darüber wird sich bis 2032 um gut ein Drittel erhöhen, von 11.100 im Jahr 2012 auf 14.500 im Jahr 2032.
- Im Prognosezeitraum wird sich das Durchschnittsalter in Ansbach von 44,5 Jahren (2012) auf 48,0 Jahre erhöhen.

### 2.4 WIRTSCHAFT

Die Analyse im EEK von 2010 hat bereits belegt, dass sich die Stadt Ansbach in den vergangenen Jahren / Jahrzehnten als stabiler Wachstumsstandort dargestellt hat. Bis zum Jahr 2013 hat sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Ansbach weiter auf 24.541 erhöht. Zum Vergleich lag dieser Wert 2009 bei 23.111. Damit verbunden ist ein positiver Pendlersaldo in der Größenordnung von über 9.000 Pendlern pro Tag.

Die Stadt Ansbach zeichnet sich weiterhin durch ihren beträchtlichen Anteil an Beschäftigten im Dienstleistungsbereich aus. 2007 lag dieser Anteil bereits bei 50% und hat sich bis 2013 auf knapp 54% erhöht.

### 3 ERGEBNISSE VON BEFRAGUNGEN

Im Rahmen der Erhebungen und Analysen zur Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts wurde vor allem eine neuerliche Passanten- / Kundenbefragung durchgeführt.

#### 3.1 HAUSHALTSBEFRAGUNG

Bezüglich der Daten aus der Haushaltsbefragung wird auf die Daten aus der Haushaltsbefragung von 2009 verwiesen.

#### 3.2 BEFRAGUNG DER PASSANTEN

Ein wesentlicher Baustein der Datenerhebung ist eine Passanten- / Kundenbefragung, die an verschiedenen Standorten im Stadtgebiet durchgeführt wurde. Insgesamt wurden 489 Interviews durchgeführt, verteilt auf folgende Standorte:

- Altstadt
- Brücken-Center
- Ritter-von-Lang-Allee (Kaufland)
- Meinhardswindener Straße (Rewe etc.)
- Rothenburger Straße (Aldi, Media Markt)
- Rettistraße (Lidl, Norma, Friso)
- Welsersstraße (Aldi, Netto, dm, Bio-Witt)
- Eyb (Aldi, Norma)

In diesem Befragungsbaustein wurden zum einen Einschätzungen der Passanten bzw. Kunden bezüglich des Standortes Ansbach abgefragt, zum anderen die Verhaltensweisen hinsichtlich ihres Einkaufs. Nur den Befragten an den beiden Standorten Altstadt und Brücken-Center wurden darüber hinaus weitere Fragen gestellt, wie etwa nach den Gründen und der Dauer ihres Besuchs, nach der Attraktivität der Geschäfte der Ansbacher Altstadt sowie des Brücken-Centers usw.

#### 3.2.1 HERKUNFT DER PASSANTEN / KUNDEN UND GENUTZTES VERKEHRSMITTEL

Von den befragten Passanten bzw. Kunden wohnen knapp drei Viertel im Stadtgebiet von Ansbach. 19% haben ihren Wohnort im engeren Umland von Ansbach bis etwa 20 km. Außerdem kommen 5% aus dem weiteren Umland, abgegrenzt als Westmittelfranken und etwas darüber hinaus. Der Verdichtungsraum Nürnberg, Fürth, Erlangen sowie andere Orte in Bayern und Orte außerhalb Bayerns machen jeweils 1% der Befragten aus.

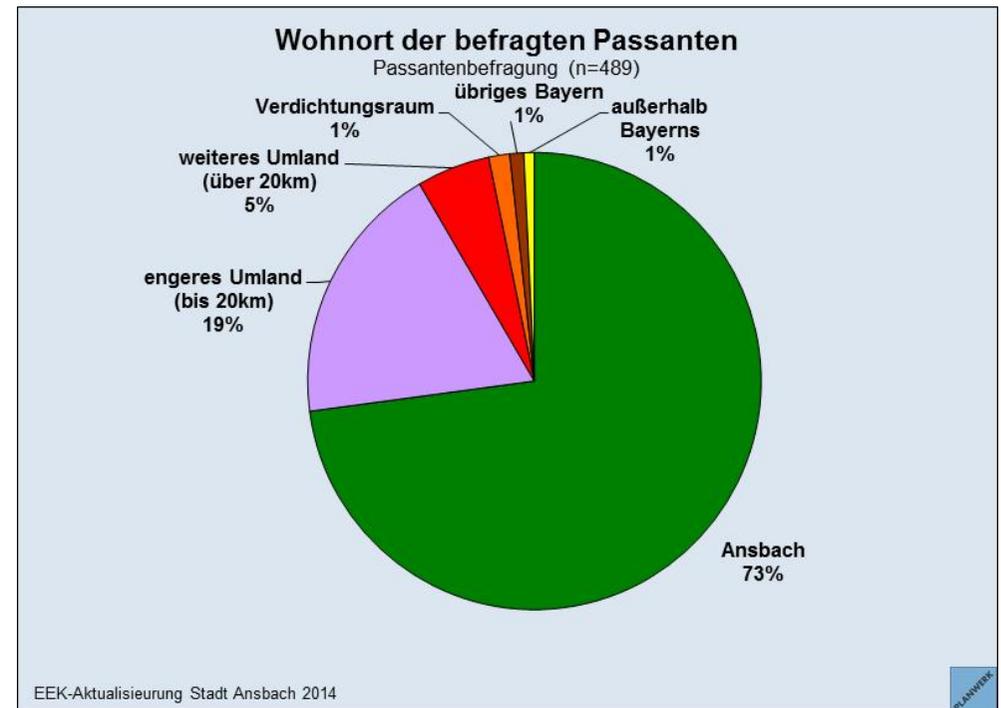


Abbildung 1

(Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

Entsprechend der zentralen Lage erreicht der Standort Altstadt von allen Befragungs-Standorten die höchsten Anteile der zu Fuß und mit öffentlichen Verkehrsmitteln gekommenen Passanten bzw. Kunden. Auffällig ist am Standort Meinhardswindener Straße der hohe Anteil an Personen, die mit dem Pkw kommen.

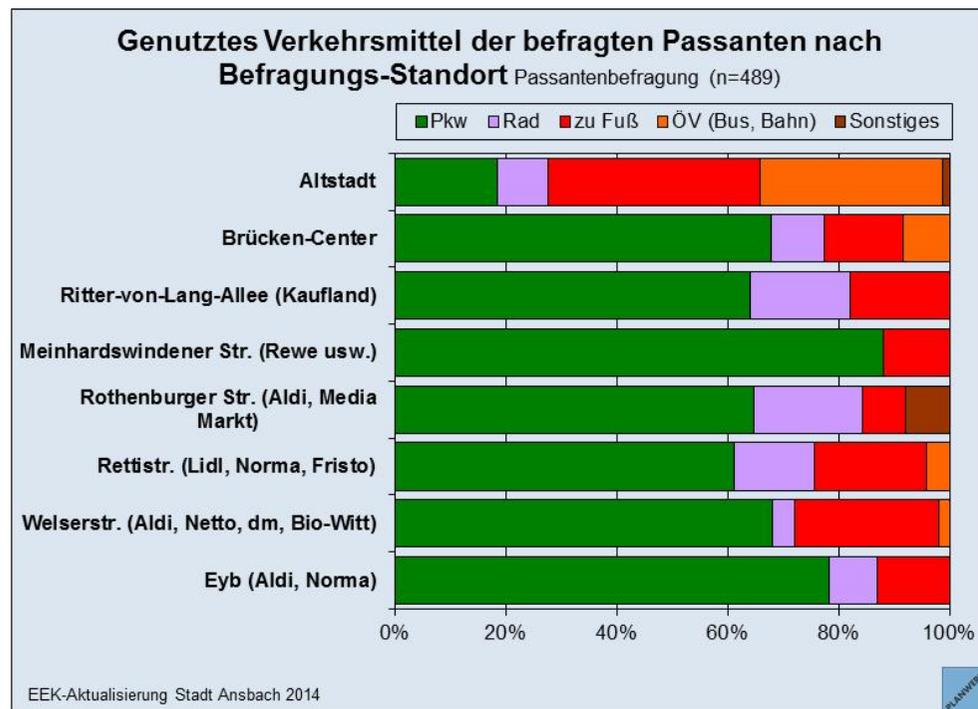


Abbildung 2 (Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

### 3.2.2 BEWERTUNG DES STANDORTES ANSBACH

Einen zentralen Bestandteil der Passantenbefragung bildete die Bewertung des Standortes Ansbach. Dabei galt es, negative und positive Eigenschaften der Stadt sowie fehlende Einrichtungen und Betriebe zu nennen.

Die folgende Abbildung zeigt die von den Passanten bzw. Kunden genannten Schwächen von Ansbach. Von insgesamt 401 Nennungen entfallen 49 auf eine schlechte Parksituation; z.T. ganz allgemein, z.T. in Bezug auf Innenstadt / Altstadt oder aber in der Form, dass es zu wenige Parkmöglichkeiten gibt bzw. die vorhandenen zu teuer sind. 45 Befragte nannten die Baustellen im Stadtgebiet – zur Zeit der Befragung war die Großbaustelle Promenade. Weitere häufige Nennungen beziehen sich darauf, dass zu wenige Ausgehmöglichkeiten vorhanden sind (34 Nennungen), dass mit den Einkaufsmöglichkeiten in Ansbach oder den Öffnungszeiten der Geschäfte Unzufriedenheit besteht (32 Nennungen) und das ÖPNV-Angebot (30 Nennungen) einschließlich Nennungen bezüglich des Bahnhofs) sowie das Kultur- und Freizeitangebot (29 Nennungen) als ungenügend angesehen werden. 27 Befragte bedauerten speziell die Situation, dass in der Altstadt ein zu geringes Angebot vorhanden ist bzw. dieses immer geringer wird. Allgemein die Verkehrssituation in Ansbach bzw. die Ampelschaltungen werden noch von 24 Personen als negativ eingestuft.

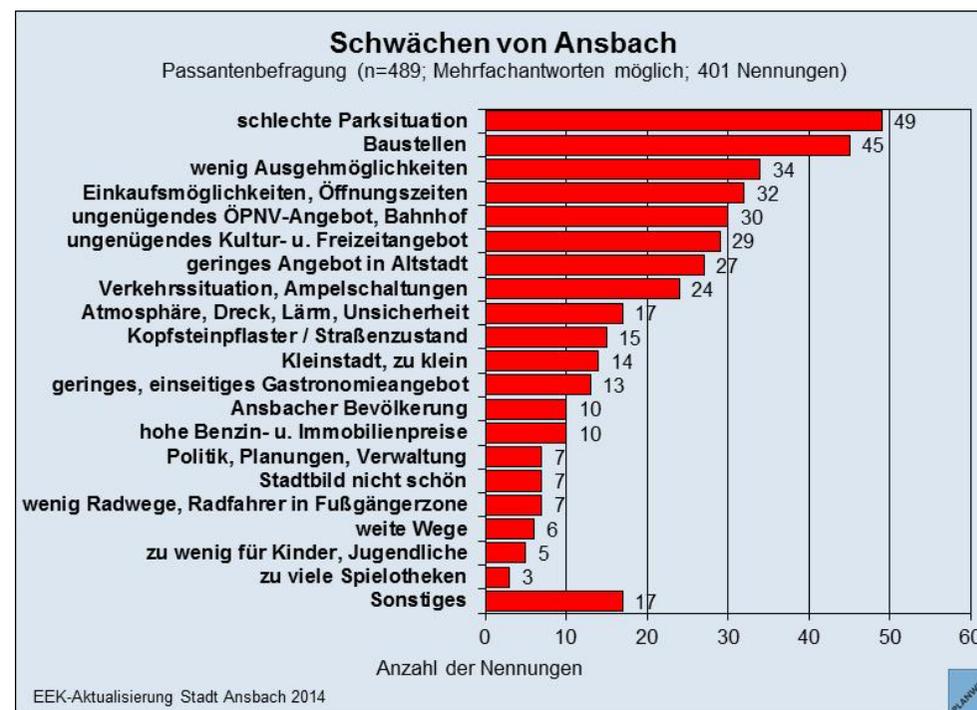


Abbildung 3 (Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014) 10

Mit fast 500 Nennungen fielen den Passanten bzw. Kunden etwas mehr Stärken als Schwächen der Stadt Ansbach ein. Häufig wurden die Altstadt bzw. Innenstadt oder einzelne Details davon, wie etwa die Fußgängerzone, als Stärke hervorgehoben (75 Nennungen). Aber auch die Tatsache, dass es sich bei Ansbach um eine Stadt mit überschaubarer Größe und kurzen Wegen handelt, wurde, wie auch bereits bei der Passantenbefragung 2009, als besonders positiv aufgeführt (62 Nennungen). 55 Nennungen entfielen auf das gute Kultur- und Freizeitangebot in Ansbach, das auch 2009 oft genannt wurde. Darauf folgen als nächstes die Atmosphäre bzw. das Flair und die Ruhe (49 Nennungen), außerdem allgemein die gute Versorgung (47 Nennungen), der Hofgarten bzw. allgemein die Grünanlagen in Ansbach (40 Nennungen) sowie die vorhandenen Cafés und Restaurants (38 Nennungen).

Auf die Frage nach fehlenden Geschäften, Dienstleistungen und sonstigen Einrichtungen wurden von den befragten Passanten bzw. Kunden häufig bestimmte Spezial- bzw. Fachgeschäfte oder auch allgemein Fachgeschäfte genannt (50 Nennungen). Mit allein 44 Nennungen wird v.a. ein größeres Angebot an Bekleidungsgeschäften vermisst, weitere 29 Nennungen entfielen auf einen weiteren Baumarkt und 27 auf ein Lebensmittelgeschäft im Bereich der Altstadt. Auch mehr Kultur- und Freizeitangebote werden gewünscht (47 Nennungen). 30 Nennungen entfallen auf den Bereich Gastronomie und Bars.

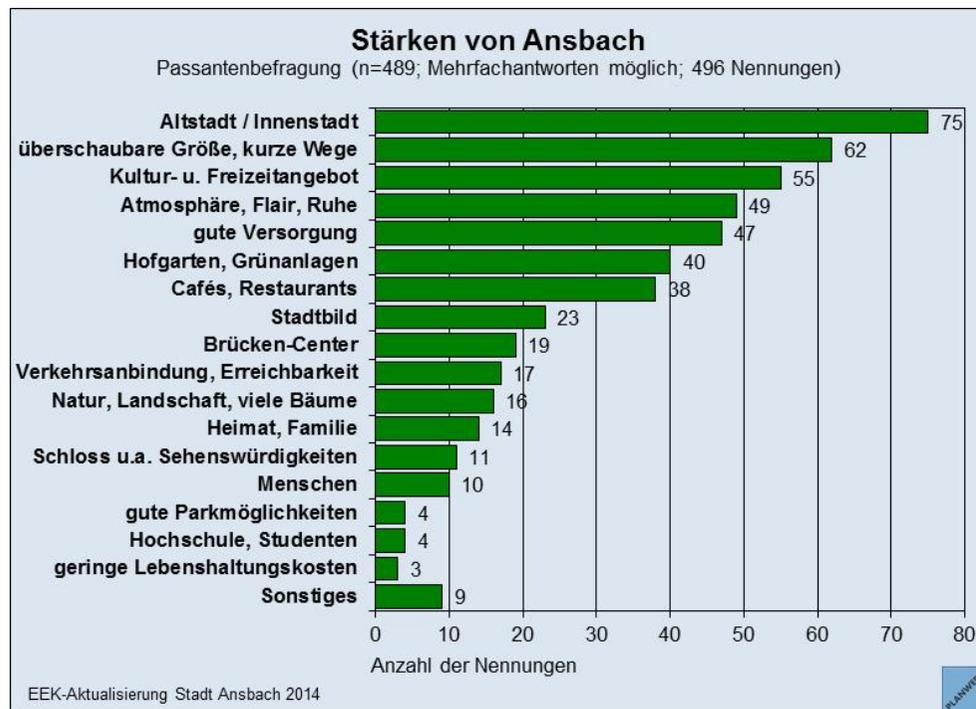


Abbildung 4 (Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

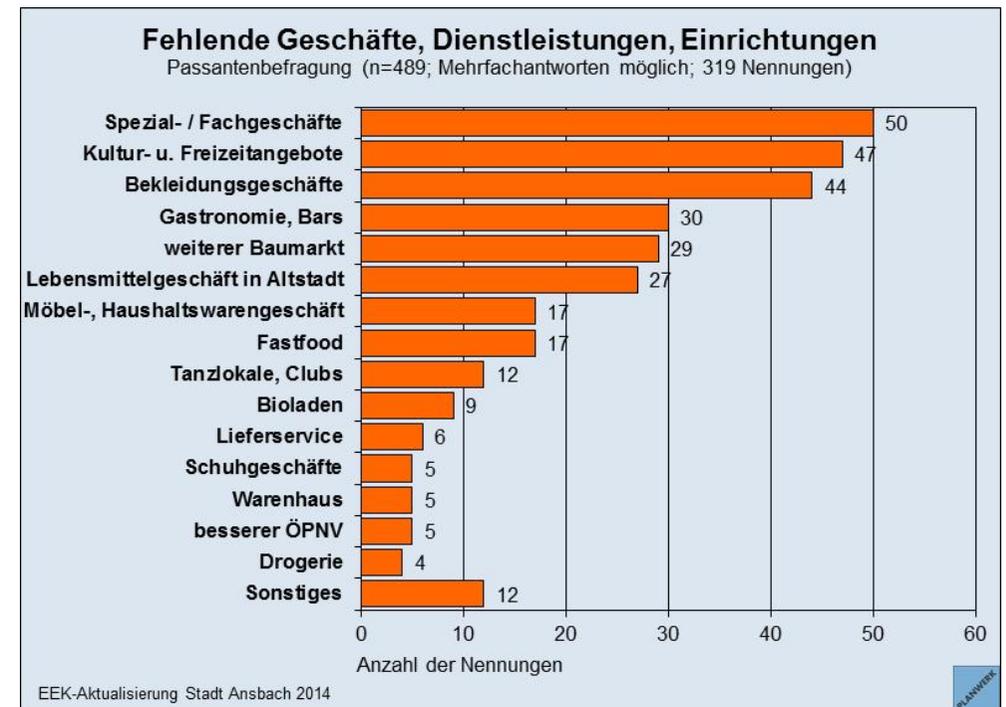


Abbildung 5 (Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

### 3.2.3 EINKAUFsverhalten

Alle Passanten bzw. Kunden wurden bezüglich ihres Einkaufsverhaltens danach gefragt, wo sie bestimmte Sortimentsgruppen überwiegend einkaufen.

Die folgende Abbildung zeigt das v.a. relevante Einkaufsverhalten der befragten Passanten bzw. Kunden, die in Ansbach wohnen. Dargestellt ist für jede der 6 abgefragten Sortimentsgruppen, welcher Anteil der Befragten die Produkte überwiegend in der Ansbacher Altstadt, im Brücken-Center, an anderen Ansbacher Standorten oder in anderen Städten bzw. Gemeinden einschließlich Internet und Versand einkauft.

Es zeigt sich, dass bei allen Sortimentsgruppen mit jeweils über 80%, häufig sogar über 90% ein großer Anteil der Ansbacher die Produkte überwiegend in Ansbach einkauft. Mit 84% erreicht der Einrichtungsbedarf den geringsten Anteil überwiegender Einkäufe in Ansbach und somit den höchsten Anteil in anderen Städten bzw. Gemeinden.

Bei der Differenzierung der Ansbacher Standorte lassen sich die beiden flächenintensiven Sortimentsgruppen Baumarktprodukte, Gartenbedarf mit einem Anteil von 91% und Einrichtungsbedarf mit einem Anteil von 76% deutlich den restlichen Ansbacher Standorten ohne Altstadt und Brücken-Center zuordnen. Auch der tägliche Bedarf wird mit einem Anteil von 80% von den meisten Befragten überwiegend an den übrigen Ansbacher Standorten eingekauft, außerdem von 17% überwiegend im Brücken-Center. Bei den technischen Produkten, dem Haushalts- und persönlichen Bedarf sowie der Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe kaufen jeweils zwischen 40% und 50% der Befragten aus Ansbach überwiegend im Brücken-Center ein. Die Altstadt erreicht ihre höchsten Anteile bei der Bekleidung einschließlich Schuhen mit 39% und beim Haushalts- und persönlichen Bedarf mit 37%.

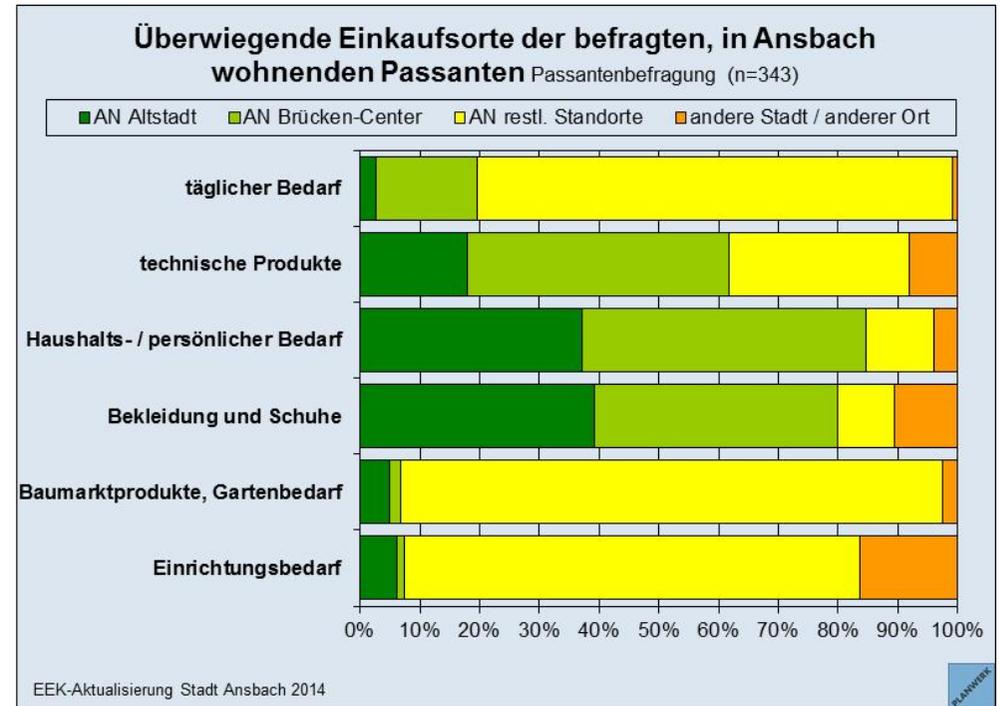


Abbildung 6

(Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

Damit wird im Wesentlichen das räumliche Einkaufsverhalten aus der Haushaltsbefragung von 2009 bestätigt. Im Bereich des täglichen Bedarfs hat die Altstadt jedoch auf Kosten der übrigen Ansbacher Standorte (nicht Brücken-Center) etwas an Bedeutung verloren. Auch im Bereich von Bekleidung und Schuhen musste die Ansbacher Altstadt Anteile abgeben. Bei den Baumarktprodukten und Gartenbedarf erzielte das Brücken-Center in der Haushaltsbefragung von 2009 noch einen höheren Anteil als heute. Hier macht sich der Wegfall des Praktiker-Marktes im Brücken-Center bemerkbar.

### 3.2.4 VERHALTEN AN DEN STANDORTEN ALTSTADT UND BRÜCKEN-CENTER

Nur die Befragten an den beiden Standorten Altstadt und Brücken-Center wurden nach den Gründen für ihren Besuch, nach der Aufenthaltsdauer und nach ihrem Koppelungsverhalten bezüglich der beiden Standorte gefragt.

Die folgende Abbildung macht Unterschiede zwischen Altstadt und Brücken-Center hinsichtlich ihrer Schwerpunkte und ihrer Bandbreite von Nutzungen deutlich. Während gut die Hälfte aller im Brücken-Center Befragten die Erledigung von konkreten Einkäufen als Grund bzw. einen der Gründe für den Besuch angab, gilt dies nur für 5% der in der Altstadt befragten Passanten. Dafür gab gut die Hälfte der in der Altstadt Befragten Freizeitaktivitäten (Gaststättenbesuch, Treffen mit Freunden usw.) als Grund an, was wiederum nur für 16% der im Brücken-Center Befragten gilt. Mit 37% bzw. 40% ist an beiden Standorten das Bummeln bzw. Schaufenster Schauen jeweils der zweithäufigste Grund für den Aufenthalt. Damit wird deutlich, dass die Altstadt nicht in erster Linie als Einkaufsstandort gesehen und genutzt wird.

Alle weiteren Gründe wurden jeweils von deutlich weniger Befragten als Grund für den Aufenthalt am jeweiligen Befragungs-Standort genannt.

Interessant, dass immerhin 11% der in der Altstadt Befragten diese durchquerten, weil sie auf dem Weg zu ihrem eigentlichen Ziel, dem Brücken-Center liegt. Weitere 10% der befragten Passanten in der Altstadt wurden dort angetroffen, weil sie diese ebenfalls nur durchquerten und weder Altstadt noch Brücken-Center ihr Ziel waren.

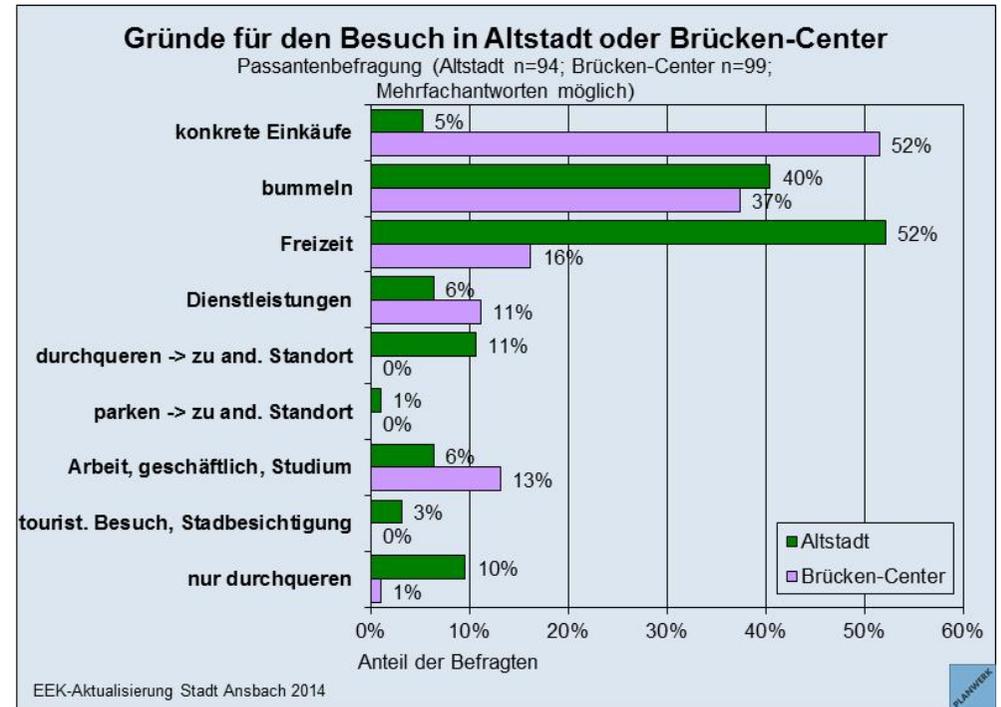


Abbildung 7

(Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

Während fast die Hälfte (46%) der befragten Passanten in der Altstadt sich dort nach eigenen Angaben schätzungsweise 1 bis 2 Stunden und noch 30% sich dort 2 bis 3 Stunden aufhalten wollten, sind dies im Brücken-Center mit 29% bei 1 bis 2 Stunden und 23% bei 2 bis 3 Stunden geringere Anteile.

Dafür liegen im Brücken-Center die Anteile der Befragten, die sich nur bis 30 Minuten dort aufhalten wollten (Altstadt 13%; Brücken-Center 20%) und die sich etwa eine halbe bis ganze Stunde dort aufhalten wollten (Altstadt 8%; Brücken-Center 19%), höher als in der Altstadt, interessanterweise ebenso der Anteil derer, die sich länger als 3 Stunden am Standort aufhalten wollten (Altstadt 1%; Brücken-Center 8%).

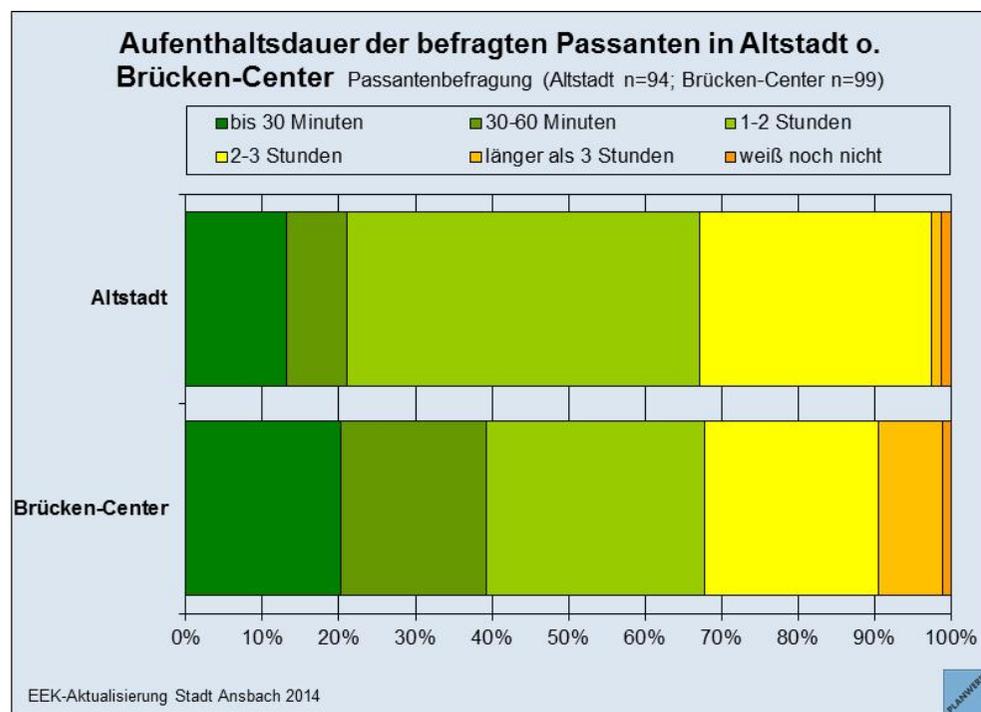


Abbildung 8

(Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

Was das Koppelungsverhalten bezüglich der Standorte Altstadt und Brücken-Center angeht, gaben insgesamt 35% der Befragten an den Standorten an, dass sie am Befragungstag am jeweils anderen Standort ebenfalls bereits gewesen sind oder dies noch geplant war.

Bei den befragten Passanten in der Altstadt sind insgesamt nur 29% am gleichen Tag bereits im Brücken-Center gewesen oder hatten dies noch vor, dafür wusste rd. ein Drittel noch nicht, ob es noch ins Brücken-Center gehen würde. Im Brücken-Center sind insgesamt sogar 55% der Befragten am gleichen Tag bereits auch in der Altstadt gewesen oder hatten dies noch vor.

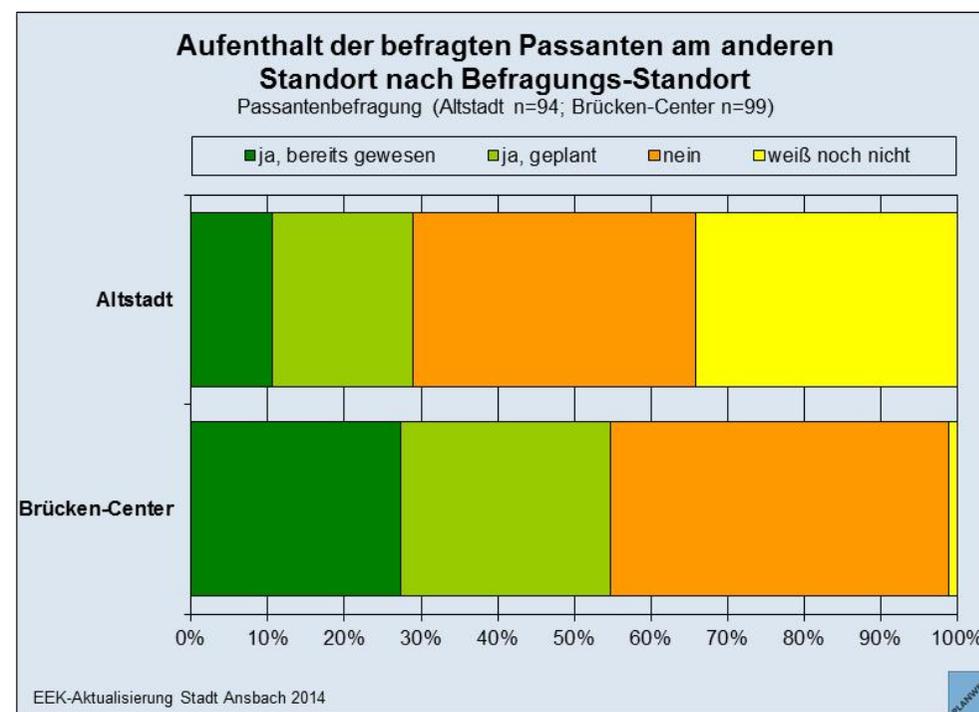


Abbildung 9

(Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

Insgesamt 31% der in Altstadt und Brücken-Center Befragten gaben an, dass das Brücken-Center für sie ein Teil der Innenstadt sei.

Von den befragten Passanten in der Altstadt vertraten nur 20% diese Meinung, von den Befragten im Brücken-Center dafür 42%.

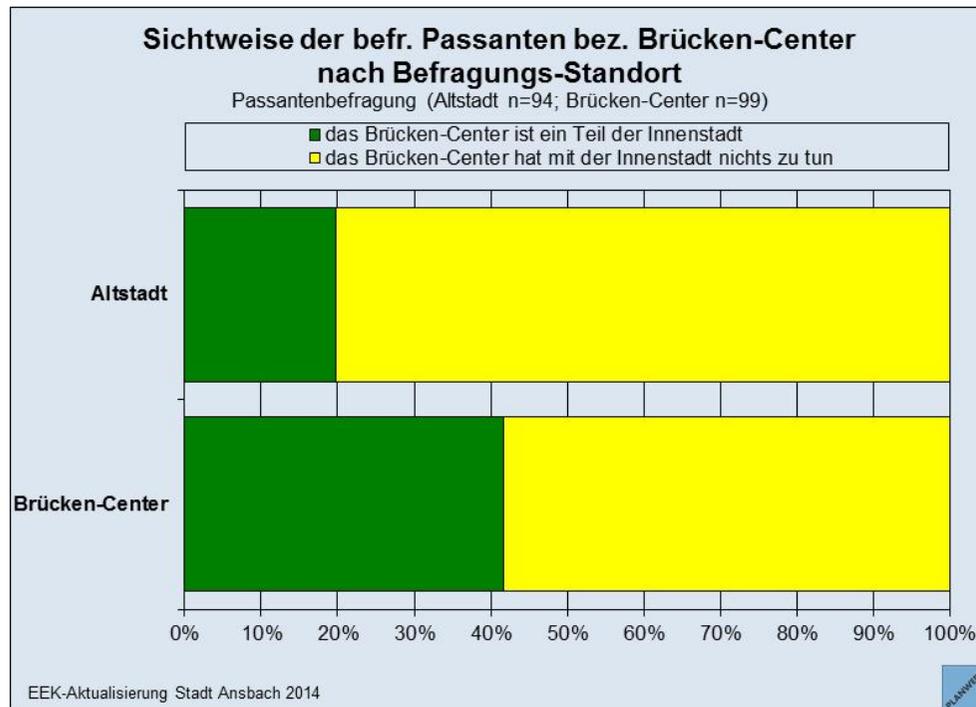


Abbildung 10 (Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

### 3.2.5 BEWERTUNG DER STANDORTE ALTSTADT UND BRÜCKEN-CENTER

Die Befragten an den beiden Standorten Altstadt und Brücken-Center wurden außerdem gebeten, jeweils die Attraktivität der Geschäfte der beiden Standorte zu benoten und ihre Benotung zu begründen.

Mit der Durchschnittsnote von 2,3 schnitten die Geschäfte der Ansbacher Altstadt etwas schlechter ab als die des Brücken-Centers, die im Durchschnitt mit 1,9 benotet wurden. Die Note 6 wurde für beide Standorte nicht vergeben.

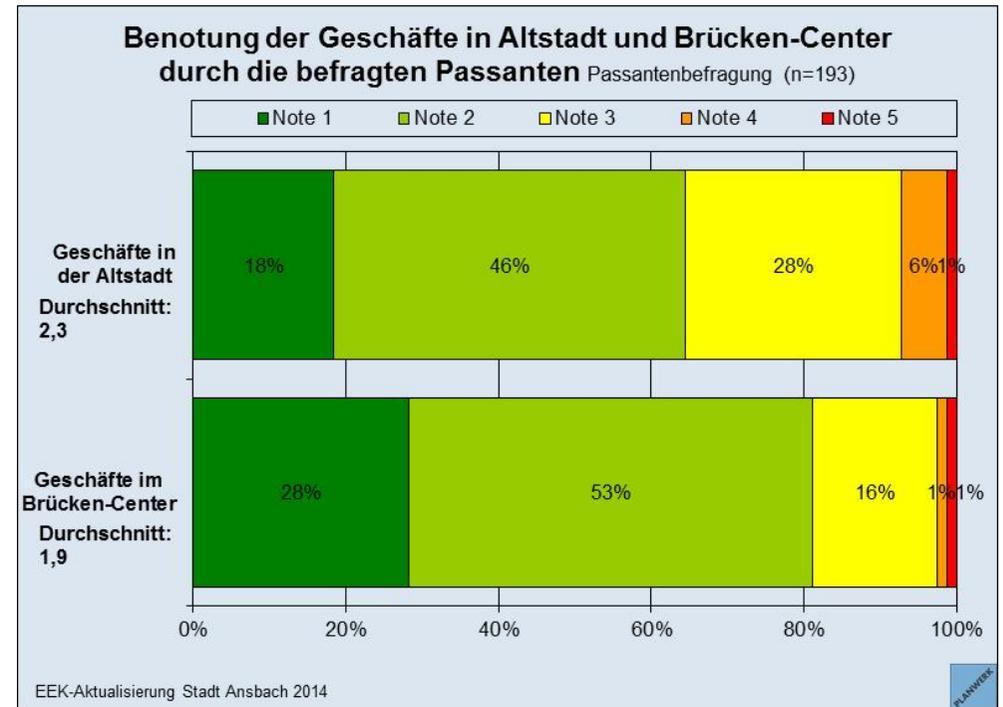


Abbildung 11 (Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

In der Passantenbefragung 2009 ist ebenfalls die Attraktivität der Geschäfte der Ansbacher Innenstadt abgefragt worden. Hier hat sich eine Durchschnittsnote von 2,8 ergeben. Die Noten 1 und 2 wurden bei der jetzigen Befragung 2014 entsprechend häufiger vergeben und die Noten 3 und schlechter entsprechend seltener als 2009.

Zu einer guten Benotung der Geschäfte der Ansbacher Altstadt führt nach Aussage der Passanten bzw. Kunden v.a. das Angebot, d.h. eine gute Auswahl an Geschäften, ein großes Sortiment sowie die Vielfalt der Geschäfte. Es wurden aber auch das

Stadtbild, das Flair, Cafés, der zur Verfügung stehende Platz, die Möglichkeit zu bummeln usw., zusammengefasst zu einer angenehmen Altstadtatmosphäre, genannt. Auch die Freundlichkeit, Serviceorientierung und Beratung des Personals wurden gelobt.

Für eine eher schlechtere Benotung der Geschäfte der Ansbacher Altstadt wird häufig eine fehlende Modernität und Anziehungskraft der Geschäfte einschließlich unattraktiver bzw. altbackener (Schaufenster)Gestaltung verantwortlich gemacht. Andere kritisierten, dass es eine schlechte bzw. zu wenig Auswahl an Geschäften in der Altstadt gibt. Weitere negative Begründungen sind unübersichtlich gelegene Geschäfte in der Altstadt, die verschiedenen Öffnungszeiten sowie immer mehr Schließungen von Läden.

Bezüglich der Geschäfte des Brücken-Centers überwiegt als Grund für eine gute Benotung ganz deutlich die gute Auswahl an Geschäften, das große und vielseitige Angebot oder einfach, dass „alles vorhanden“ ist. Darüber hinaus wurde die Kompaktheit positiv erwähnt, also dass die Geschäfte nah zusammen und zwischen den Geschäften nur kurze Wege nötig sind. Weitere Gründe sind die typischen Vorzüge eines Shoppingcenters, wie Unabhängigkeit vom Wetter, moderne Gestaltung usw., außerdem die Nähe zur Hochschule und die vorhandenen Cafés.

Als Grund für eine eher schlechtere Benotung des Brücken-Centers wurde in erster Linie angeführt, dass dieses oft zu voll bzw. überlaufen ist und es folglich als hektisch, stressig, laut und unpersönlich empfunden wird. Außerdem wurde angeführt, dass die Auswahl an Geschäften schlecht bzw. zu gering ist und z.B. Fachgeschäfte oder mehr Geschäfte mit hochwertiger Bekleidung im Brücken-Center fehlen. Für manche liegt das Brücken-Center ganz einfach ungünstig.

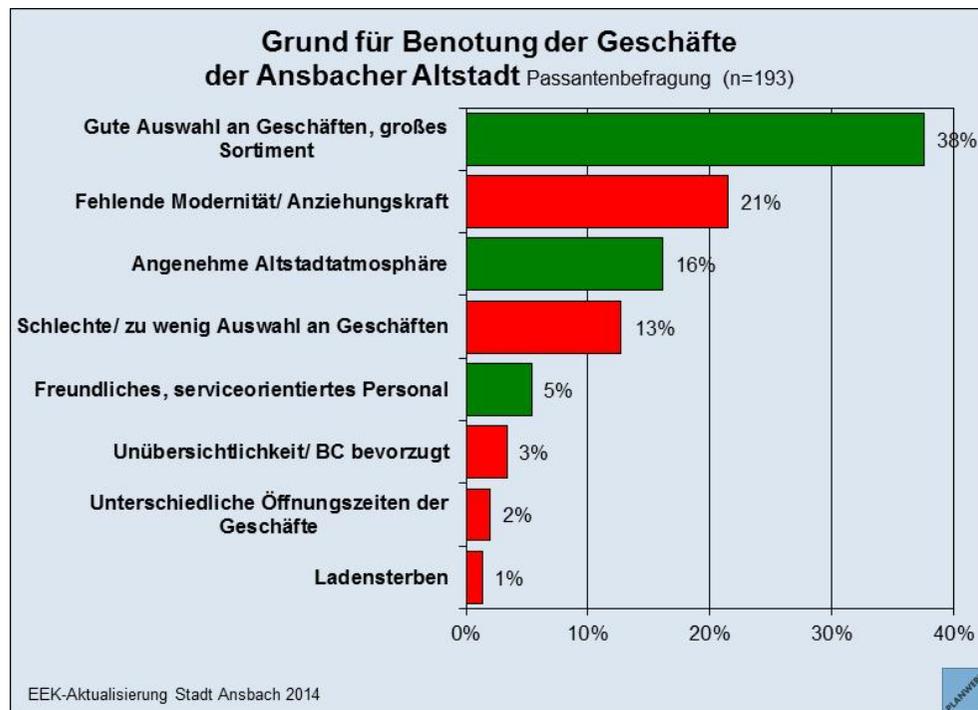


Abbildung 12 (Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

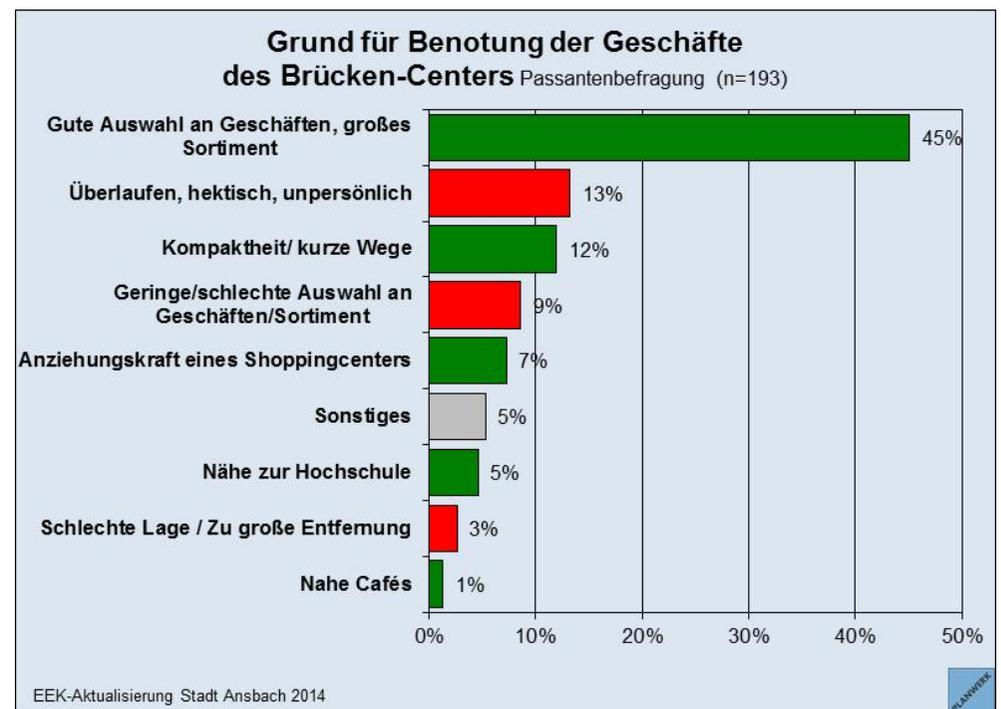


Abbildung 13 (Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Ansbach 2014)

## 4 EINZELHANDELSKONZEPT

### 4.1 BESTAND

#### 4.1.1 LADENSTANDORTE

Die Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Ansbach basiert vor allem auf der gesamtstädtischen Erhebung aller Unternehmen der Branchen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und (Laden-)Handwerk.

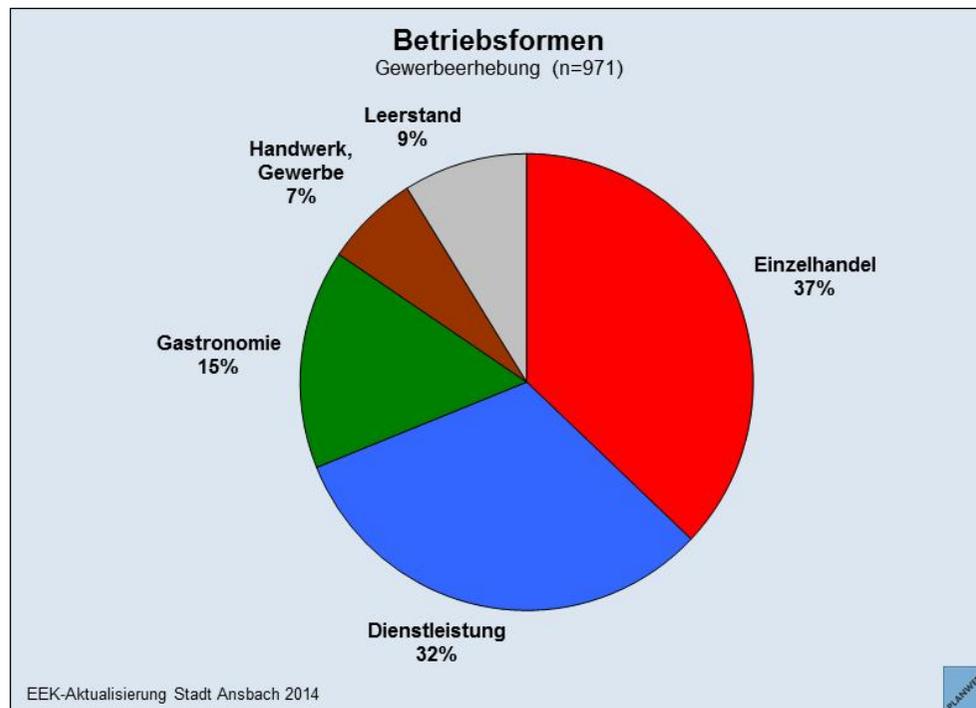


Abbildung 14

(Quelle: Büro PLANWERK – Gewerbeerhebung Ansbach 2014)

Insgesamt wurden 971 Betriebe erfasst. Die Erhebungen wurden im Zeitraum von Juli bis August 2014 durchgeführt.

Die insgesamt 971 (2009: 750) erfassten Einheiten gehören zu folgenden Branchen:

- 360 Einzelhandel (2009: 365)
- 309 Dienstleistung (2009: 169)
- 151 Gastronomie (2009: 156)
- 65 (Laden-)Handwerk (2009: 18)
- 86 Leerstand (2009: 42)

Ladengeschäfte, die vor allem im Verkauf tätig sind, wie Bäckereien und Metzgereien, aber per Definition eigentlich dem Handwerk zugerechnet werden, wurden dabei unter dem Bereich Einzelhandel subsumiert. Dies erklärt die geringe Anzahl von (Laden)Handwerksbetrieben, bei denen es sich um reine Handwerker mit vorhandenem Ladengeschäft (z.B. Schauraum einer Schreinerei, Goldschmied etc.) handelt, die allerdings großzügiger als 2009 erfasst wurden.

Die Erhebung der Ladenstandorte fand gesamtstädtisch statt. Somit wurden auch alle Standorte in peripheren Ortsteilen der Stadt Ansbach mit erfasst. Die Analyse hat allerdings ergeben, dass die Standorte in den Ortsteilen für die Beurteilung der gesamtstädtischen Entwicklung mit dem Schwerpunkt Einzelhandel kaum eine Rolle spielen. Deshalb wurde im Weiteren darauf verzichtet gesamtstädtische Darstellungen zu wählen. Die thematischen Darstellungen konzentrieren sich auf das geschlossene Stadtgebiet der Stadt Ansbach.

Um auch auf der Ebene von Teilräumen Aussagen treffen zu können wurde das Stadtgebiet von Ansbach in Teilräume untergliedert, für die jeweils entsprechende Auswertungen und Analysen durchgeführt wurden.

Die Verteilung der Ladenstandorte auf das geschlossene Stadtgebiet der Stadt Ansbach zeigt auf, dass eine deutliche Konzentration der Geschäfte auf die Altstadt bzw. die gesamte Innenstadt inkl. des Brücken-Centers zu erkennen ist. Im Vergleich zum EEK von 2010 sind keine wesentlichen Veränderungen zu erkennen.

Weitere teilräumliche Konzentrationen ergeben sich um die Standorte mit größten Einzelhandelsbetrieben, wie Kaufland an der Nürnberger Straße sowie die Bereiche Rettiststraße, Welslerstraße oder Meinhardswindener Straße um den REWE-Markt

Dass viele Wohnbereiche (z.B. Hennenbach / Schlossvorstadt, Eyb etc.) keine direkte Versorgung aufweisen, ist nicht weiter ungewöhnlich. Wichtig ist, dass in erreichbarer Entfernung ein Nahversorgungsstandort besteht, der die Versorgung des Quartiers übernehmen kann. Dies wird in der späteren Konzeption eine wichtige Rolle spielen.

Auffällig ist der Zuwachs bei den leer stehenden Ladengeschäften bei gleicher Erhebungsmethode wie 2009. 38 der erfassten Leerstände liegen im Bereich der Innenstadt, dort vor allem im westlichen (westlich der Uzstraße) und südlichen Bereich (Karlstraße). Ein Hinterfragen der Situation sollte im Rahmen des Flächenmanagements betrieben werden.

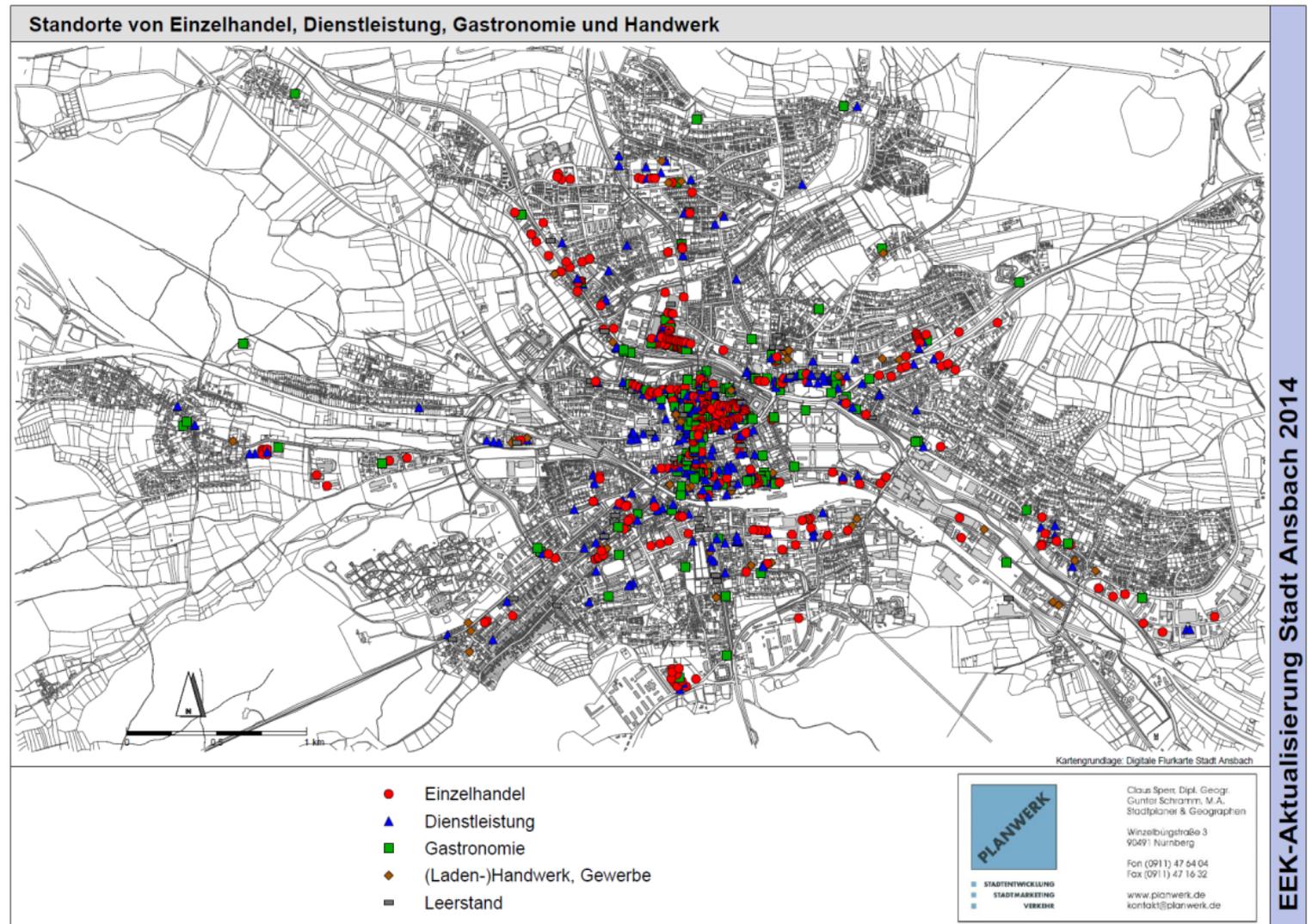


Abbildung 15

(Quelle: Büro PLANWERK – Gewerbeerhebung Ansbach 2014)

Auf der folgenden Seite befindet sich ein Kartenausschnitt von der Innenstadt von der obigen Karte mit den einzelnen Standorten.

Standorte von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, Handwerk, Leerstand      Ausschnitt Innenstadt

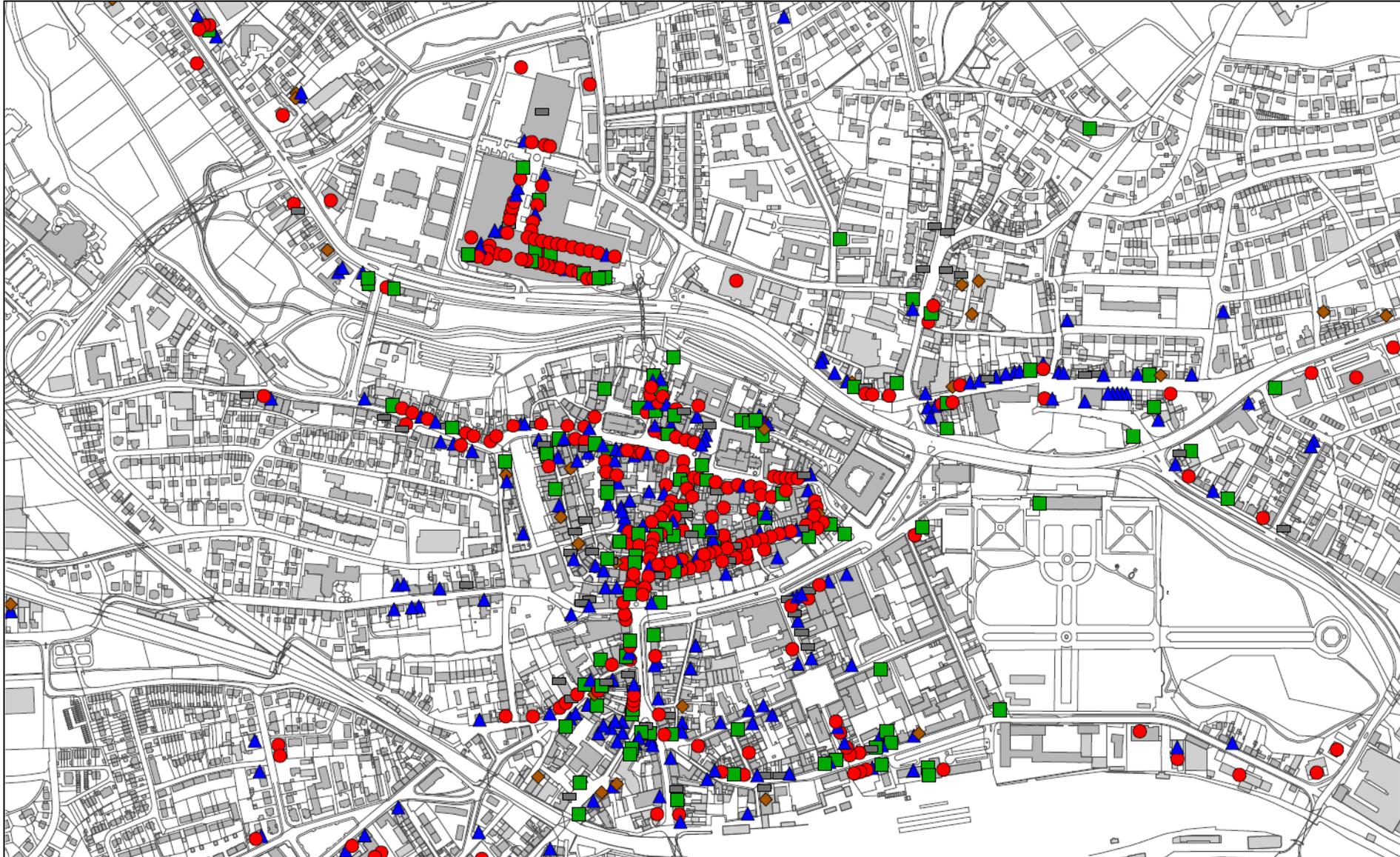


Abbildung 16

(Quelle: Büro PLANWERK – Gewerbeerhebung Ansbach 2014)

#### 4.1.2 TEILRÄUMLICHE EINTEILUNG

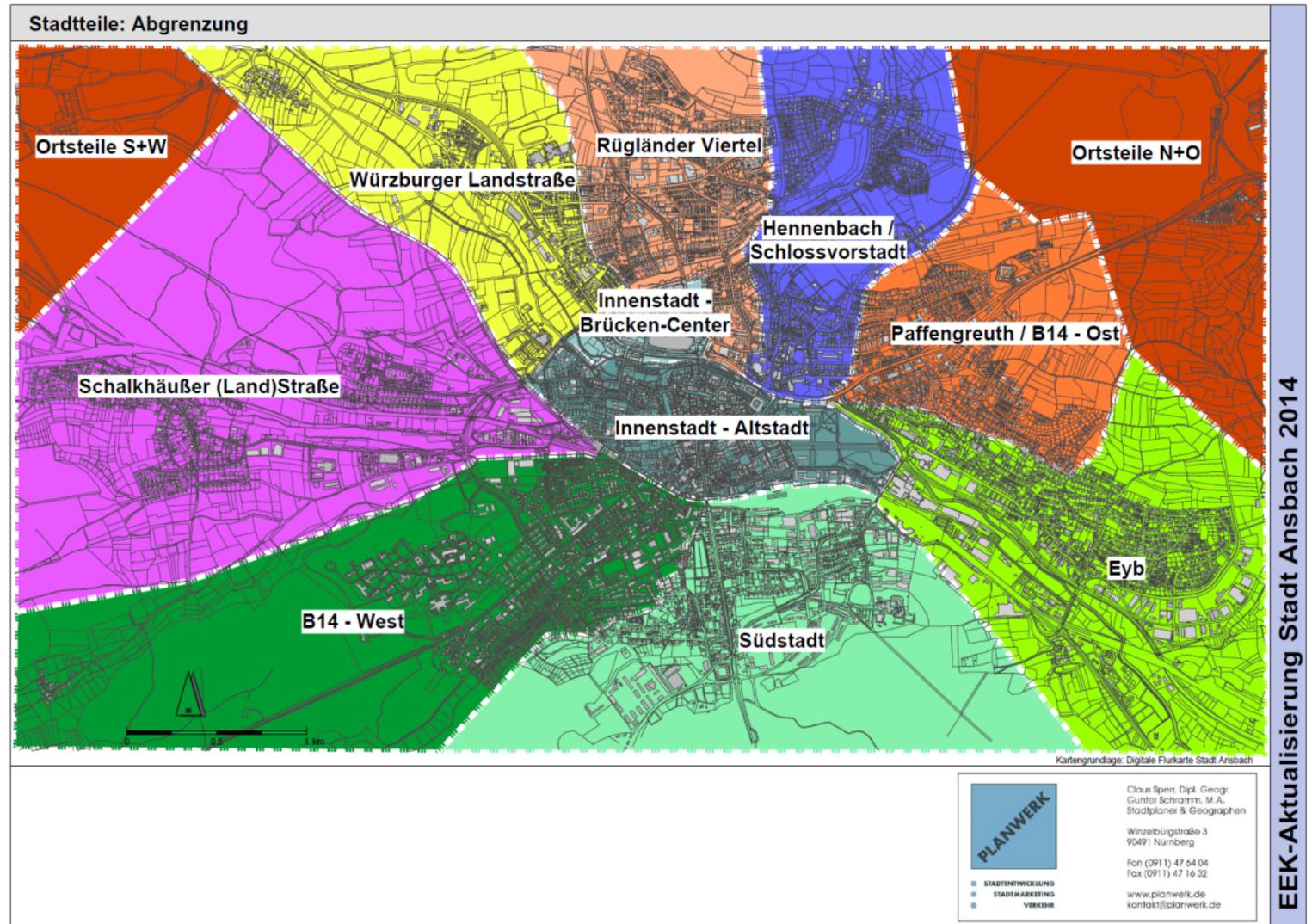
Zur weiteren teilräumlichen Bearbeitung wurde das Ansbacher Stadtgebiet in Stadtteile untergliedert. Es wurde die gleiche teilräumliche Einteilung wie im EEK von 2010 beibehalten.

Dabei wurde der Bereich des Stadtzentrums in die Stadtteile Innenstadt - Altstadt (ohne Brücken-Center) und Innenstadt - Brücken-Center untergliedert, mit der Bahnlinie als südliche Innenstadtbegrenzung.

Alle weiteren Stadtteile wurden jeweils entlang der Hauptaussfallstraßen gebildet. Somit entstanden die Stadtteile:

- Würzburger Landstraße
- Rügländer Viertel
- Hennenbach / Schlossvorstadt
- Pfaffengreuth / B14 - Ost
- Eyb
- Südstadt
- B14 - West
- Schalkhäuser (Land)Straße

Die verbleibenden peripheren Ortsteile wurden als Bereiche Ortsteile Süd + West und Ortsteile Nord + Ost zusammengefasst.



EEK-Aktualisierung Stadt Ansbach 2014

Abbildung 17

(Quelle: Büro PLANWERK)

### 4.1.3 EINZELHANDELSSTANDORTE

Die nebenstehende Abbildung zeigt die Verteilung aller Betriebe des Einzelhandels auf das Stadtgebiet der Stadt Ansbach.

Jeder abgebildete Kreis symbolisiert einen Einzelhandelsbetrieb, wobei die Kreisgröße entsprechend der dargestellten Legende die vorhandene Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebs darstellt.

Die dargestellte Verteilung der Betriebe macht deutlich, dass im Vergleich zum EEK von 2010 unverändert

- im Bereich der Altstadt eine Vielzahl von kleinen Betrieben dominiert,
- im Bereich des Brücken-Centers eine Mischung aus kleinen und großen Betrieben besteht,
- weitere große Betriebe sich auf Standorte an den Ausfallstraßen konzentrieren.

Auf der folgenden Seite ist ein Kartenausschnitt von der Innenstadt mit den Verkaufsflächen im Einzelhandel dargestellt. Für eine bessere Erkennbarkeit wurde für die Darstellung der Verkaufsfläche ein anderer Maßstab als in der Gesamtkarte gewählt. Die Legende der Gesamtkarte bezüglich des Maßstabs der Symbolgröße ist nicht für den Ausschnitt von der Innenstadt gültig.

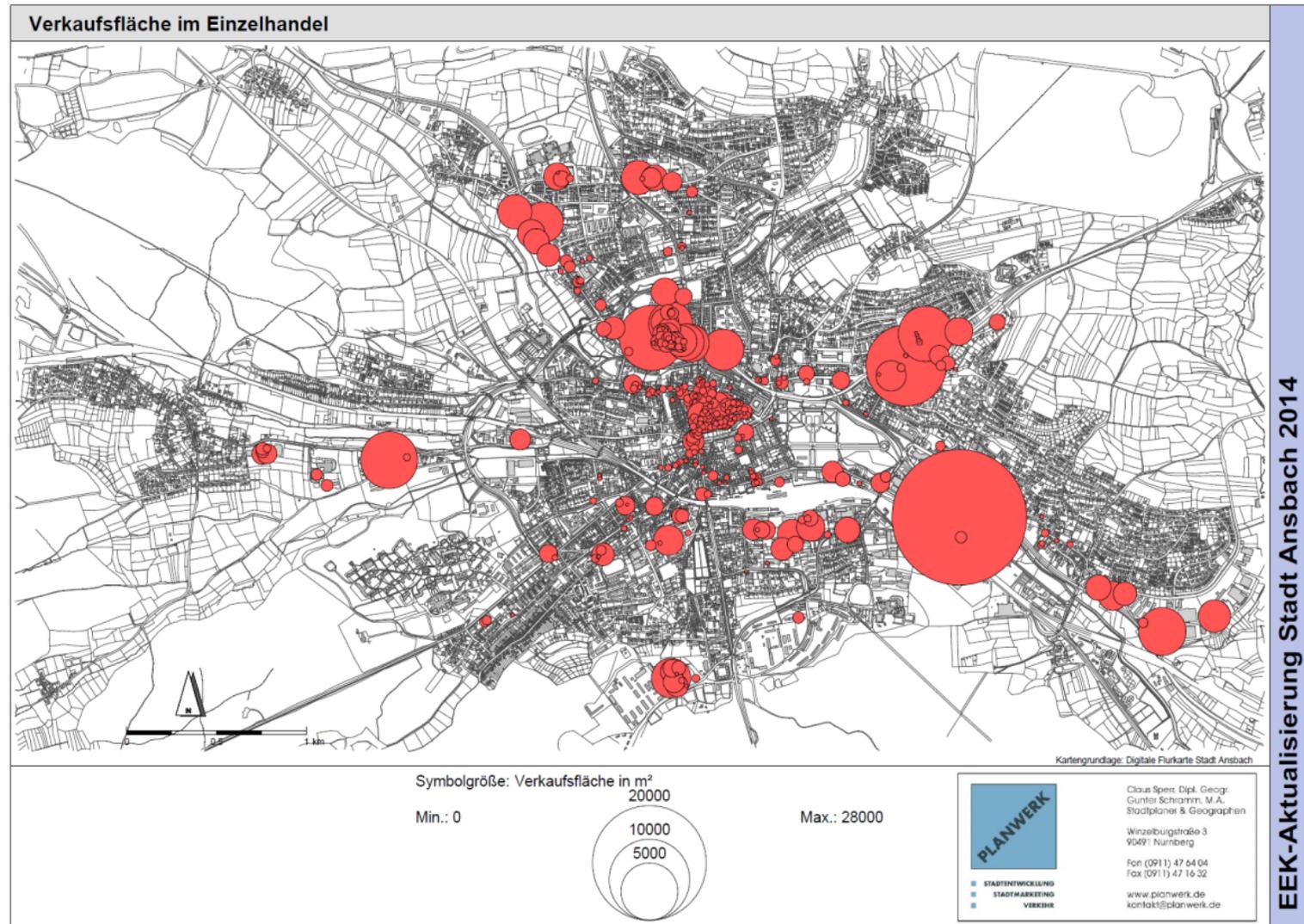


Abbildung 18

(Quelle: Büro PLANWERK – Einzelhandelserhebung Ansbach 2014)

Verkaufsfläche im Einzelhandel

Ausschnitt Innenstadt



Abbildung 19

(Quelle: Büro PLANWERK – Einzelhandelserhebung Ansbach 2014)

#### 4.1.4 VERKAUFSFLÄCHE NACH SORTIMENTSBEREICHEN (BESTAND)

Die folgende Abbildung zeigt die Summe der Verkaufsflächen, die in der Stadt Ansbach im Rahmen der Erhebungen im Juli bis August 2014 erfasst wurden. Insgesamt wurden in der Stadt Ansbach 145.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in den 16 unterschiedlichen Sortimentsbereichen ohne den sonstigen Einzelhandel erfasst. Es wurden 360 (EEK 2010: 365) Einzelhandelsbetriebe erfasst.

Im Vergleich zum EEK von 2010 lässt sich ein Zuwachs der Verkaufsfläche um über 10.000 m<sup>2</sup> feststellen (EEK 2010: 133.500 m<sup>2</sup>).

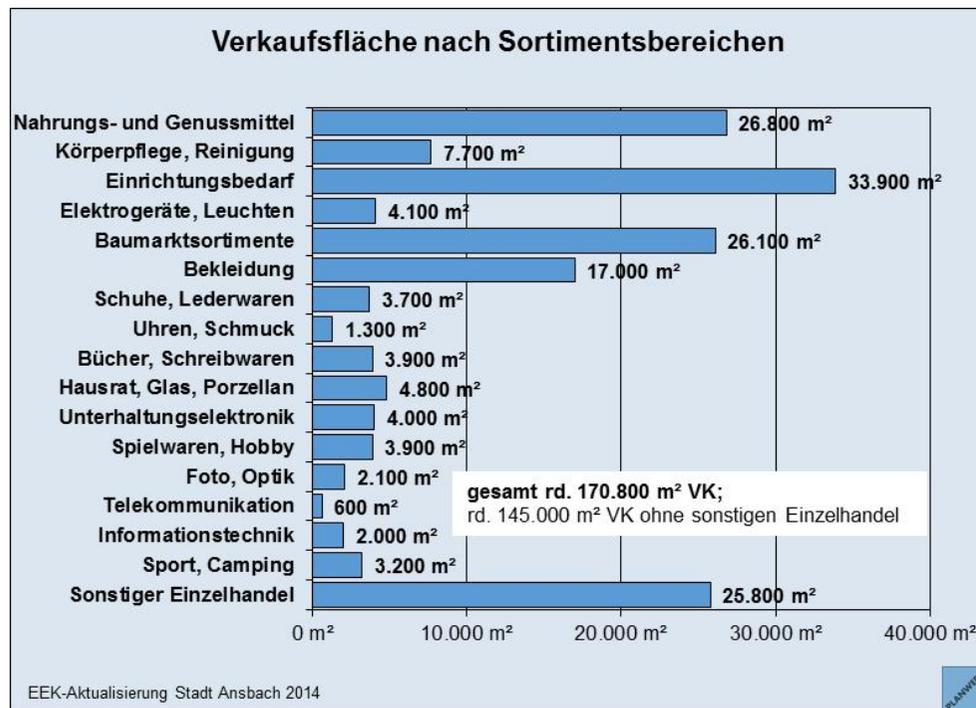


Abbildung 20

(Quelle: Büro PLANWERK – Einzelhandelserhebung Ansbach 2014)

Die Verteilung der Verkaufsfläche im Einzelhandel nach den Sortimentsbereichen zeigt weiterhin folgende Auffälligkeiten:

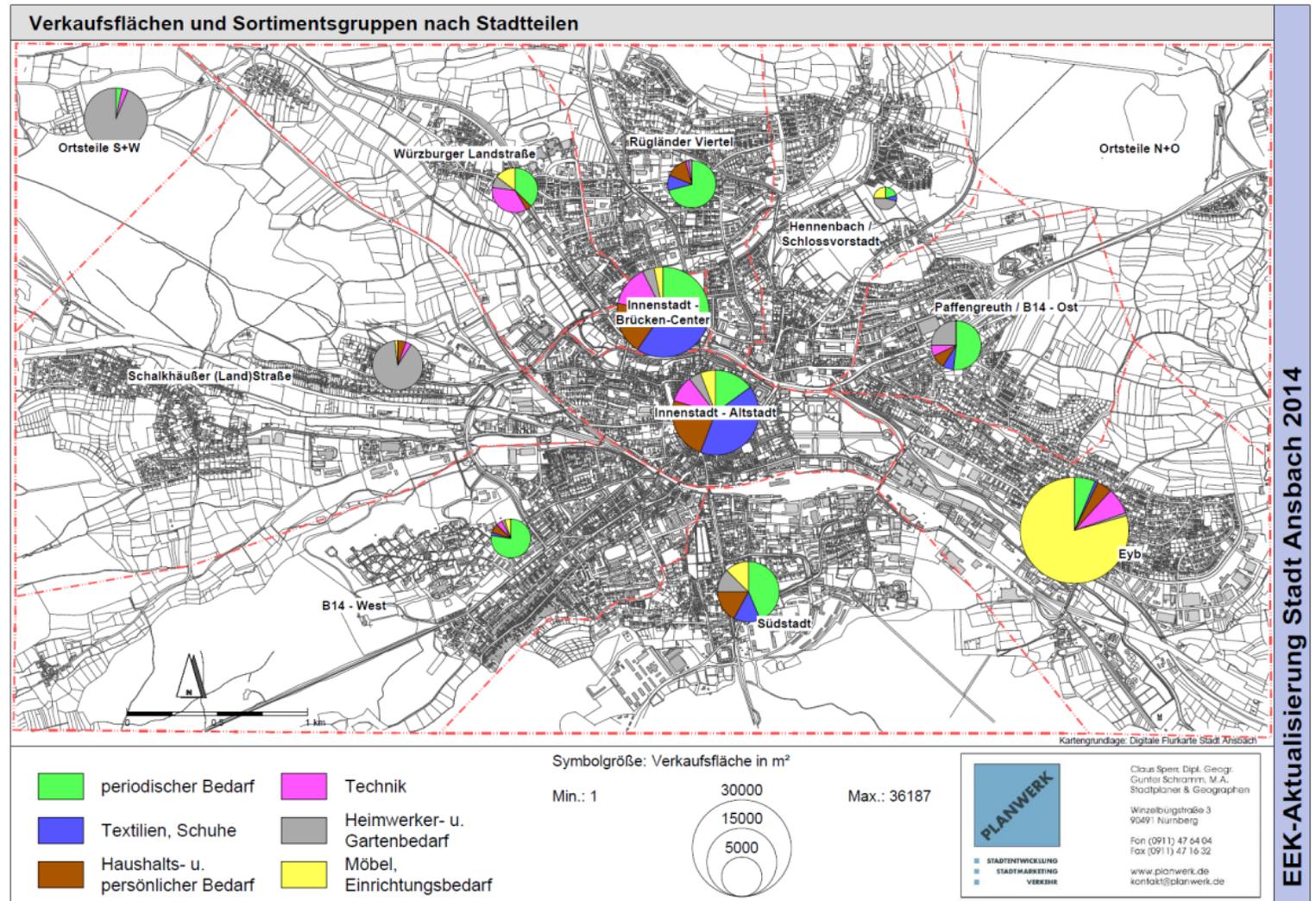
- Großes Flächenangebot im Bereich Einrichtungsbedarf durch einen großen Möbelanbieter (Pilipp).
- Umfangreiches Angebot im Sortiment der periodischen Güter (Nahrungs- und Genussmittel, Körperpflege, Reinigung). Im Vergleich zum EEK von 2010 sind ein leichter Zuwachs im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und ein leichter Rückgang bei den Drogeriesortimenten (Schlecker-Pleite) feststellbar.
- Das große Angebot an Verkaufsflächen bei den Textilien (Bekleidung, Schuhe) macht die Bedeutung des Standortes Ansbach nach wie vor für sein direktes Umland deutlich. Der Bereich Textilien und Schuhe bildet auch 2014 das Rückgrat der Ansbacher Innenstadt.
- Auch im Bereich der Baumarktsortimente übernimmt die Stadt Ansbach offensichtlich eine nennenswerte Umlandversorgung, obwohl mit dem Praktiker-Standort im Brücken-Center ein Angebot verloren gegangen ist, parallel aber Standorte wie BGU sich erweitert haben.
- In allen anderen Sortimentsbereichen muss die Bewertung des Flächenangebots der Einzelanalyse überlassen werden.

Die Analyse hat im Vergleich zum EEK 2010 ergeben, dass sich eine sehr große Zahl von Veränderungen an den verschiedensten Einzelhandelsstandorten ergeben hat. In einer Vielzahl von kleineren Geschäften haben sich Sortimentsverschiebungen ergeben, wurden Standorte neu besetzt oder mit anderen Nutzungen belegt. Wesentliche größere Veränderungen liegen im Wegfall von Standorten durch Insolvenzen (Schlecker, Praktiker), während gleichzeitig neue Standorte eröffnet oder erweitert wurden bzw. werden (z.B. BGU, Valtin, EDEKA - Brauhausstraße).

#### 4.1.5 VERTEILUNG DER EINZELHANDELSAN- GEBOTE

Die Verteilung der Einzelhandelsangebote auf die Stadtteile lässt folgende Beschreibung der aktuellen Situation zu:

- Die Altstadt Ansbachs zeichnet sich auch 2014 noch als der dominierende Standort von Textilien, Schuhen sowie Gütern des Haushalts- und persönlichen Bedarfs aus.
- Der Schwerpunkt des Brücken-Centers liegt in den Bereichen des periodischen Bedarfs sowie Textilien, Schuhe. Die Stärke liegt jedoch in der Angebotsmischung auf alle Sortimentsgruppen, wobei der Verlust des Sortiments der Baumarktsortimente zu verkraften ist.
- Die Bereiche Südstadt und Paffengreuth / B14 - Ost weisen ein gutes Gesamtangebot mit dem Schwerpunkt im periodischen Bedarf auf.
- Der südwestliche Bereich der Stadt an der westlichen B14 (B14 – West) ist generell unterversorgt.
- Noch deutlicher unterversorgt ist nach wie vor der Bereich Schalkhausen, der nur im Baumarktbereich Versorgungsqualität aufweist.



Damit hat sich die grundlegende Situation im Vergleich zum EEK von 2010 nur marginal verändert.

## 4.2 KAUFKRAFT

Dem Angebot im Einzelhandel steht differenziert nach den einzelnen Sortimentsbereichen eine vorhandene Kaufkraft der Ansbacher Bevölkerung gegenüber. Für die Beurteilung dieser Kaufkraft wurden die aktuellen Werte (2013) aus der Statistik der GfK herangezogen. Wie bereits im Kapitel 1 dargestellt beläuft sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Ansbach auf € 5.687 (EEK 2010: € 5.807) pro Kopf der Bevölkerung. Damit erreicht die Stadt Ansbach einen Pro-Kopf-Kaufkraftwert, der gut 3% über dem bundesweiten Durchschnitt rangiert. Gerechnet auf die gesamte Bevölkerung summiert sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Ansbacher Bevölkerung auf insgesamt € 226,6 Mio.

### 4.2.1 SORTIMENTSSPEZIFISCHE KAUFKRAFT

Über die Hälfte der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zielt auf die Sortimente der Güter des periodischen Bedarfs: € 90,0 Mio. (EEK 2010: € 83,4 Mio.) auf den Sortimentsbereich der Nahrungs- und Genussmittel sowie € 18,3 Mio. (EEK 2010: € 34,1 Mio.) auf den Sortimentsbereich Körperpflege, Reinigung. Jeweils über eine Kaufkraft von etwa € 20 Mio. oder mehr verfügt die Ansbacher Bevölkerung für die Sortimentsbereiche Baumarktsortimente (€ 26,4 Mio.; EEK 2010: € 23,4 Mio.), Bekleidung (€ 19,2 Mio.; EEK 2010: € 20,6 Mio.) und Einrichtungsbedarf (€ 19,2 Mio.; EEK 2010: € 19,1 Mio.). Alle weiteren Sortimentsbereiche weisen Kaufkraftsummen von jeweils unter € 10 Mio. auf, am geringsten im Bereich Telekommunikation mit € 1,6 Mio. (EEK 2010: € 1,3 Mio.).

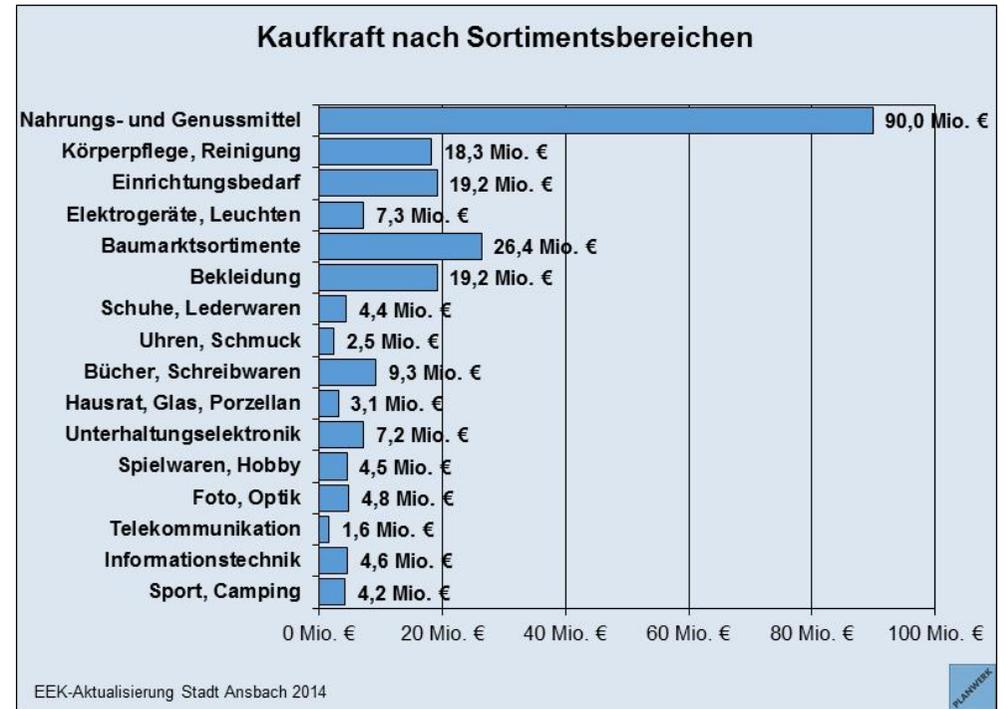


Abbildung 22

(Quelle: GfK Nürnberg; Kaufkraftdaten Stadt Ansbach 2013)

### 4.2.2 KAUFKRAFTBINDUNG

Wichtig für die Beurteilung der Wirtschaftsstärke des Standortes Ansbach ist die Kaufkraftbindung, die durch den Einzelhandel am Standort Ansbach verursacht wird.

Insgesamt sind am Standort Ansbach € 197,9 Mio. (EEK 2010: € 198,1 Mio.) der vorhandenen Kaufkraft der Ansbacher Bevölkerung gebunden. Damit wird eine Bindungsquote von 87,4% (EEK 2010: 84,6%) erreicht.

In den einzelnen Sortimentsbereichen schwanken die Quoten der Kaufkraftbindung zwischen 64% im Bereich des Einrichtungsbedarf (€ 12,3 Mio. von € 19,2 Mio.) und rd. 90% in den Sortimentsbereichen der Güter des periodischen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel: € 84,5 Mio. von € 90,0 Mio. und Körperpflege, Reinigung: € 16,3 Mio. von € 18,3 Mio.) sowie der Elektrogeräte und Leuchten (€ 7,0 Mio. von € 7,3 Mio.).

Die folgende Abbildung stellt die Bindungsquoten in allen 16 Sortimentsbereichen dar. Die Darstellung verdeutlicht, dass der Großteil der Sortimentsbereiche bei einer Bindungsquote zwischen 80% und 90% rangiert. Insgesamt haben sich die Bindungsquoten im Vergleich zum EEK von 2010 weitestgehend leicht erhöht.

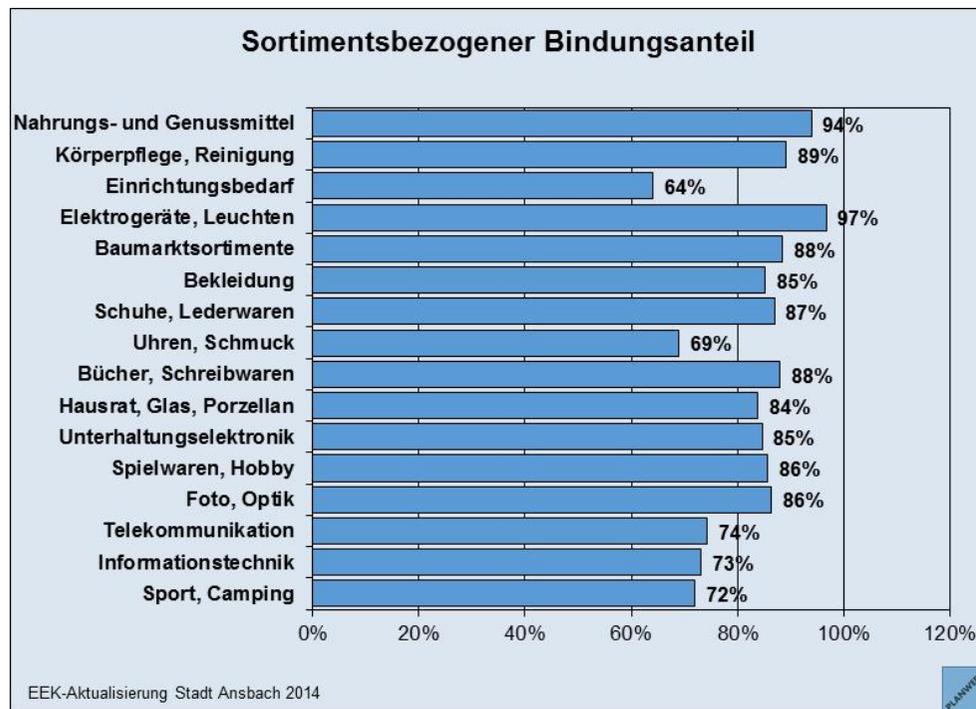


Abbildung 23

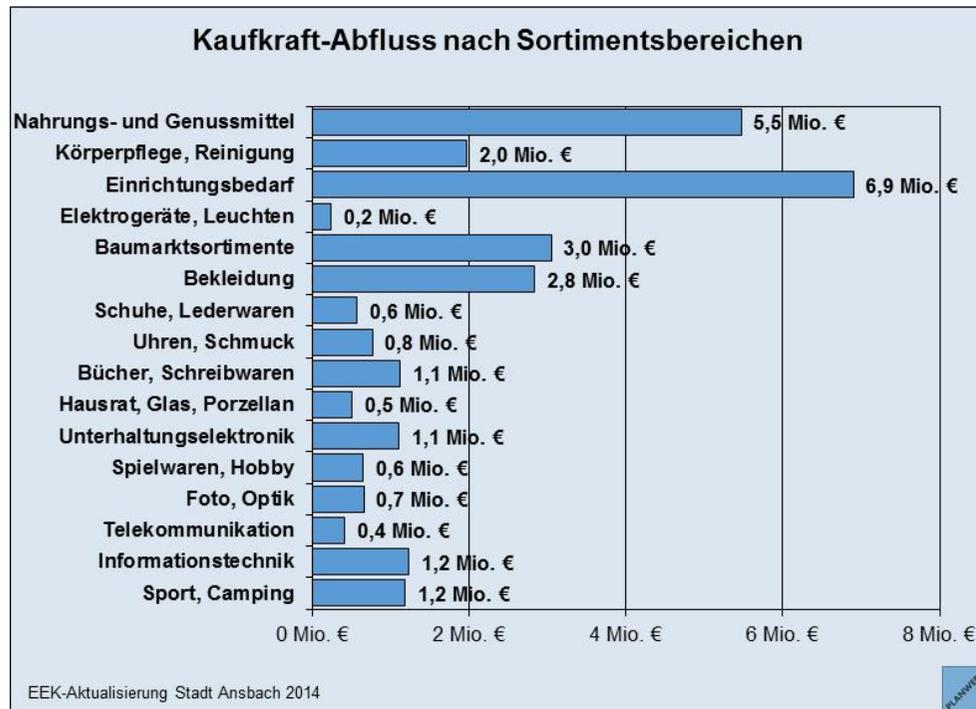
(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

### 4.2.3 KAUFKRAFTFLÜSSE

Aus dem beschriebenen Faktor der Kaufkraftbindung ergibt sich automatisch die Größe des Kaufkraftabflusses. Die vorhandene Kaufkraft der Ansbacher Bevölkerung abzüglich der am Standort gebundenen Kaufkraft ergibt somit den resultierenden Kaufkraftabfluss. Dieser umfasst am Standort Ansbach eine Größenordnung von € 28,6 Mio. (EEK 2010: € 36,1 Mio.) und damit rd. 13% (EEK 2010: gut 15%) der gesamten vorhandenen Ansbacher Kaufkraft.

Die folgende Abbildung stellt die Kaufkraftabflüsse in allen Sortimentsbereichen dar. Die Quoten des Abflusses (die sich aus den oben genannten Bindungsquoten ergeben) liegen in den meisten Fällen zwischen 10% und 20%. Aufgrund des unterschiedlichen Kaufkraftvolumens in den einzelnen Sortimentsbereichen ergeben sich daraus die dargestellten Kaufkraftabflüsse.

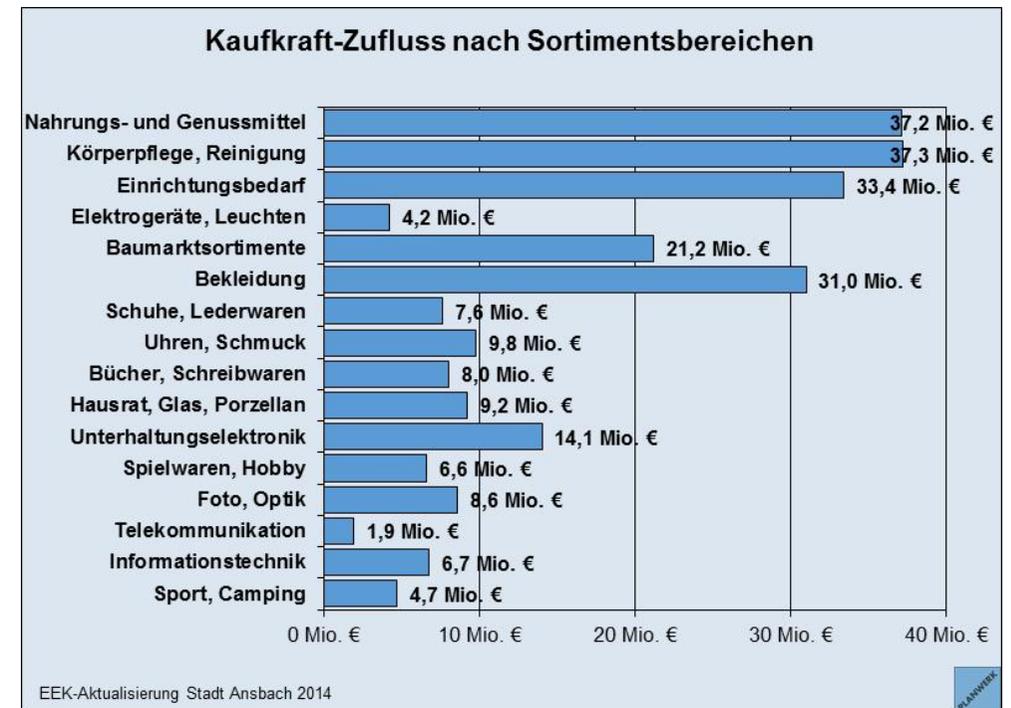
Obwohl die Sortimentsbereiche der Güter des periodischen Bedarfs prozentual die geringsten Kaufkraftabflüsse verkraften müssen, erreichen diese aufgrund des insgesamt sehr hohen Kaufkraftaufkommens Werte von € 5,5 Mio. (Nahrungs- und Genussmittel) und € 2,0 Mio. (Körperpflege, Reinigung). Hohe Abflusswerte verzeichnen auch der Einrichtungsbedarf (€ 6,9 Mio.), die Baumarktsortimente (€ 3,0 Mio.) und die Bekleidung (€ 2,8 Mio.). Alle übrigen Sortimentsbereiche rangieren bei Werten von knapp über bis zu deutlich unter € 1 Mio. Die Kaufkraftabflüsse haben sich insgesamt im Vergleich zum EEK von 2010 leicht reduziert.



**Abbildung 24** (Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Durch die Zuflüsse an Kaufkraft, die von Einwohnern außerhalb der Stadt Ansbach an den Standort Ansbach fließen, wird neben der eigenen Kaufkraftbindung vor allen Dingen die Wirtschaftsstärke und Zentralität des Einzelhandelsstandortes Ansbach definiert.

Die höchsten Kaufkraftzuflüsse verzeichnen die Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel (€ 37,2 Mio.), Körperpflege, Reinigung (€ 37,3 Mio.), Einrichtungsbedarf (€ 33,4 Mio.), Bekleidung (€ 31,0 Mio.) und Baumarktsortimente (€ 21,2 Mio.). Der Sortimentsbereich Unterhaltungselektronik erreicht noch einen Zuflusswert von € 14,1 Mio., während alle übrigen Sortimentsbereiche bei unter € 10 Mio. rangieren, mit den geringsten Werten in den Sortimentsbereichen Telekommunikation (€ 1,9 Mio.) und Elektrogeräte, Leuchten (€ 4,2 Mio.).



**Abbildung 25** (Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

#### 4.2.4 EINZELHANDELSZENTRALITÄT

Entscheidend für die Bestimmung der Zentralität des Standortes Ansbach sind jedoch nicht die absoluten Werte an Kaufkraftzufluss, wie oben dargestellt, sondern das Verhältnis der Größenordnung zwischen eigener Wirtschaftskraft, also interner Kaufkraftbindung, und zusätzlich von außen angezogenen Kaufkraftwerten.

Insgesamt erreicht der Einzelhandelsstandort dabei einen Faktor von 1,94 (EEK 2010: 1,81), d.h. der örtliche Umsatz im Einzelhandel insgesamt liegt um 94% höher als das gesamte Kaufkraftpotenzial der Ansbacher Bevölkerung und hat sich damit seit dem EEK von 2010 leicht erhöht.

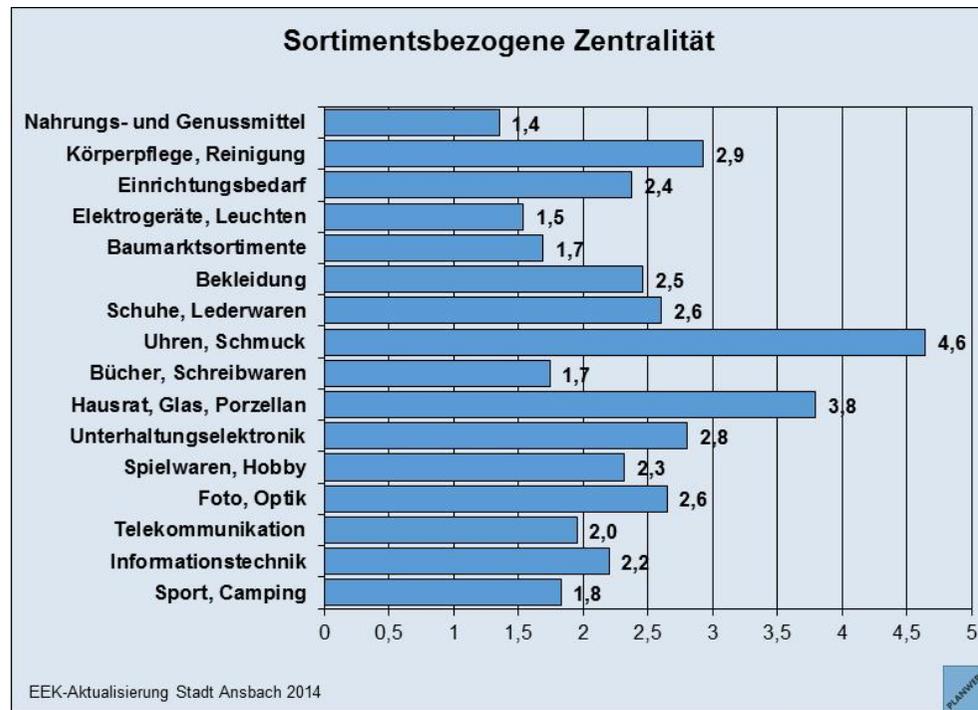


Abbildung 26

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Differenziert nach einzelnen Sortimentsbereichen ergeben sich sehr unterschiedliche Werte für die einzelnen Sortimentsbereiche, die zwischen 1,4 im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel und 4,6 im Bereich Uhren, Schmuck rangieren.

Hausrat, Glas, Porzellan rangiert bei 3,8, Drogerieprodukte bei 2,9 und Unterhaltungselektronik bei 2,8. Die meisten Sortimentsbereiche rangieren zwischen Werten von 1,5 und 2,5.

Insgesamt zeigt die Einzelhandelszentralität, dass der Standort Ansbach das Einkaufszentrum für Textilien und Schuhe, für technische Güter, für Möbel sowie für Hausrat, Glas, Porzellan, für Uhren und Schmuck und für einen kleineren Umlandbereich für die Güter des periodischen Bedarfs ist. Diese Erkenntnisse fließen in die späteren Bewertungen ein.

#### 4.3 EINZELHANDELSUMSATZ

Neben der Verkaufsfläche, der Kaufkraft und den damit in Verbindung stehen Größen wie Kaufkraftflüssen und Kaufkraftbindung spielt der Einzelhandelsumsatz als weitere Größe eine Rolle bei der Beurteilung der Situation des Einzelhandelsstandortes Ansbach.

Insgesamt beläuft sich der Einzelhandelsumsatz am Standort Ansbach nach den im Sommer 2014 durchgeführten Erhebungen auf hochgerechnet € 439,4 Mio. (EEK 2010: € 423,2 Mio.). 28% dieses Umsatzes werden im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit € 121,7 Mio. erwirtschaftet. Weitere 44% steuern zusammen die Sortimentsbereiche Körperpflege, Reinigung (€ 53,6 Mio.), Bekleidung (€ 47,4 Mio.), Einrichtungsbedarf (€ 45,8 Mio.) und Baumarktsortimente (€ 44,6 Mio.) bei. Die verbleibenden 28% oder rd. € 125 Mio. verteilen sich auf die übrigen 11 Sortimentsbereiche, wobei die aperiodischen Güter aus dem Bereich Technik hier einen beträchtlichen Anteil ausmachen.

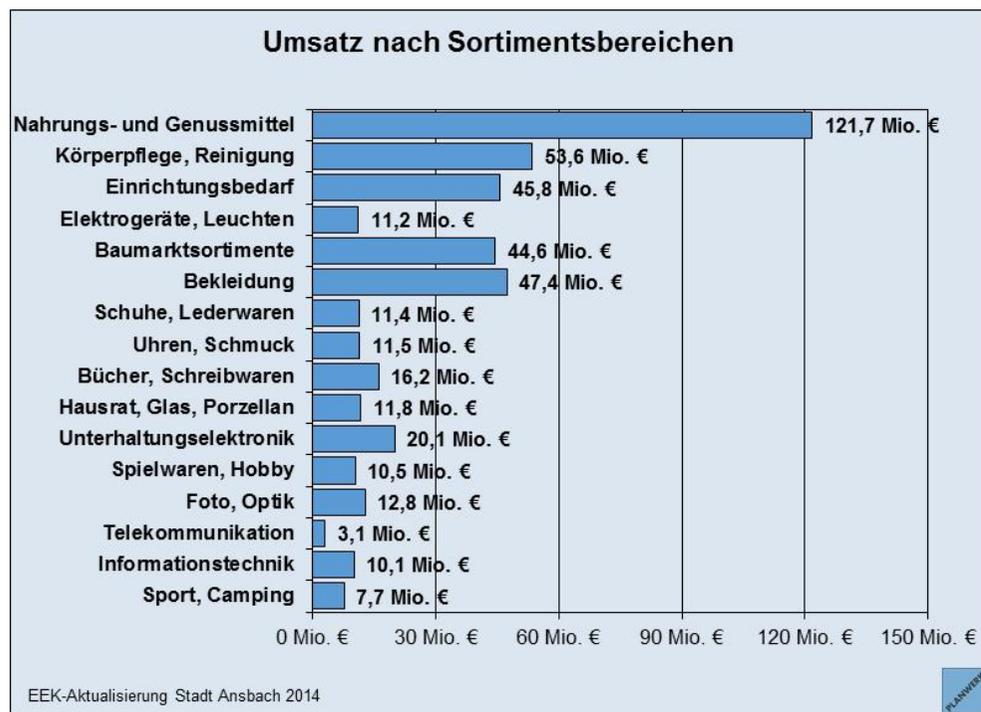


Abbildung 27

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

#### 4.4 BILANZIERUNG UMSATZ - KAUFKRAFT

In der nachfolgenden Abbildung sind zusammenfassend die gesamtstädtischen Werte der genannten Größen nochmals nebeneinander gestellt.

Von insgesamt € 227 Mio. Kaufkraft sind € 198 Mio. am Standort Ansbach gebunden. Dies bedeutet einen Kaufkraftabfluss von insgesamt € 29 Mio. Die gebundene Kaufkraft (€ 198 Mio.) zusammen mit dem Kaufkraftzufluss von insgesamt € 241 Mio. ergibt summarisch einen Einzelhandelsumsatz am Standort Ansbach von € 439 Mio.

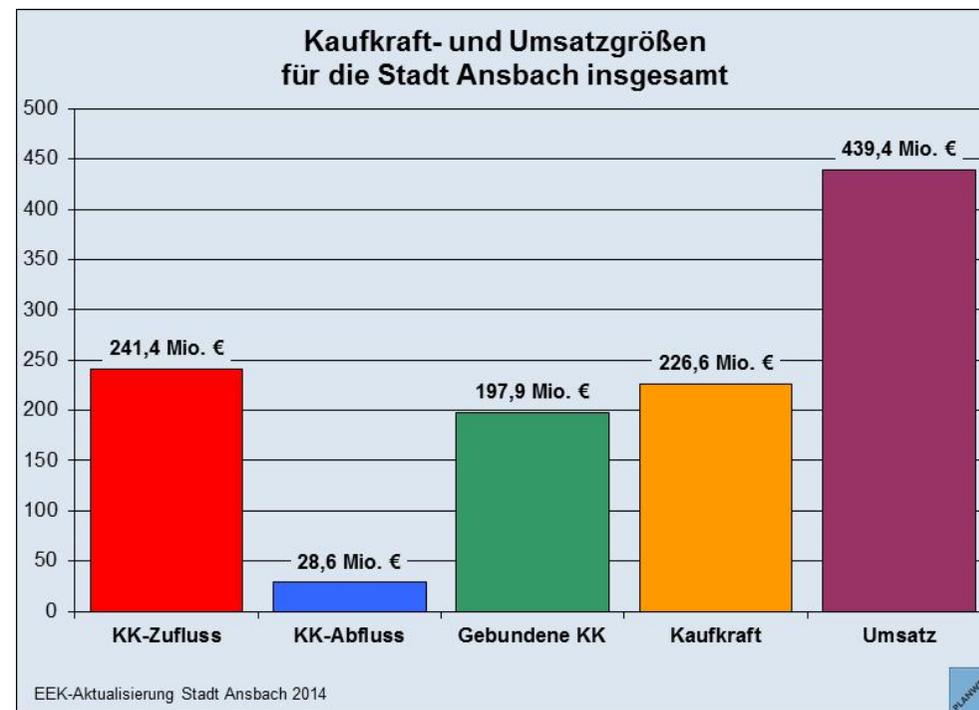


Abbildung 28

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Die nachfolgende Abbildung zeigt diese Größen nochmals in schematischer Flussdiagrammdarstellung.

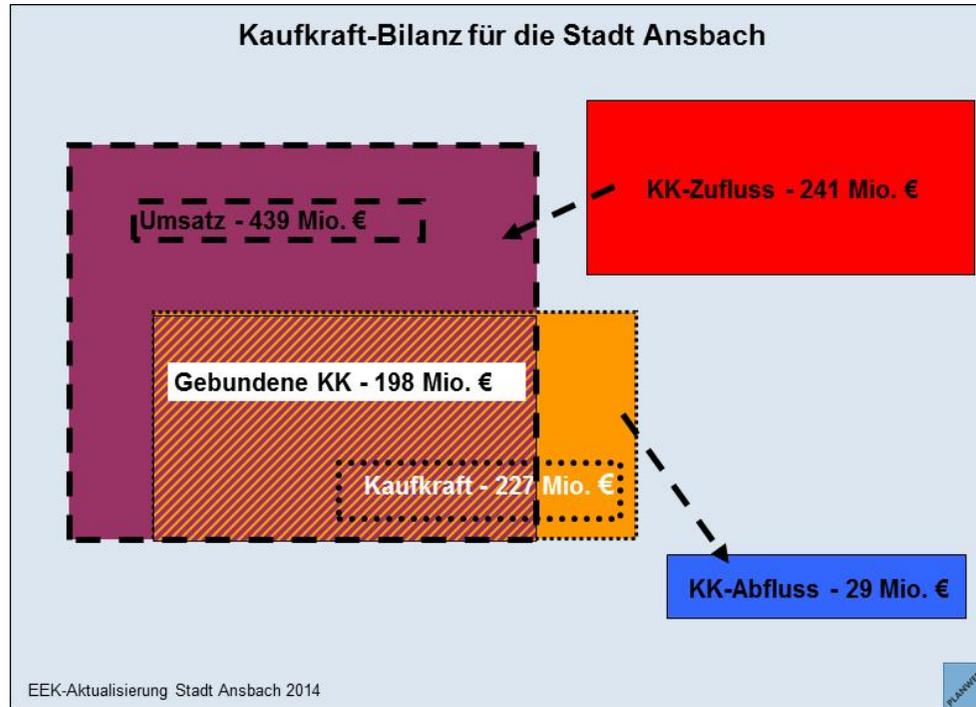


Abbildung 29 (Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

#### 4.5 BINDUNGSPOTENZIAL

Aus den verschiedenen genannten Werten an Kaufkraft, Bindung, Abfluss und Zufluss sowie dem vorhandenen Einzelhandelspotenzial am Standort Ansbach lässt sich das Bindungspotenzial insgesamt sowie für die einzelnen Sortimentsbereiche ermitteln.

Die folgende Abbildung weist die Bindungspotenziale in den einzelnen Sortimentsbereichen aus. Insgesamt ermittelt die Analyse einen möglichen Gesamtumsatz für Ansbach von € 486,8 Mio., was einem zusätzlichen Potenzial von € 47,5 Mio. entspricht. In den einzelnen Sortimentsbereichen ergibt dies Bindungspotenziale von € 11,6 Mio. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, € 7,2 Mio. im Bereich des Einrichtungsbedarfs, € 5,8 Mio. bei der Bekleidung und € 4,5 Mio. im Bereich der Drogerieprodukte. Alle weiteren Werte sind der Abbildung zu entnehmen.

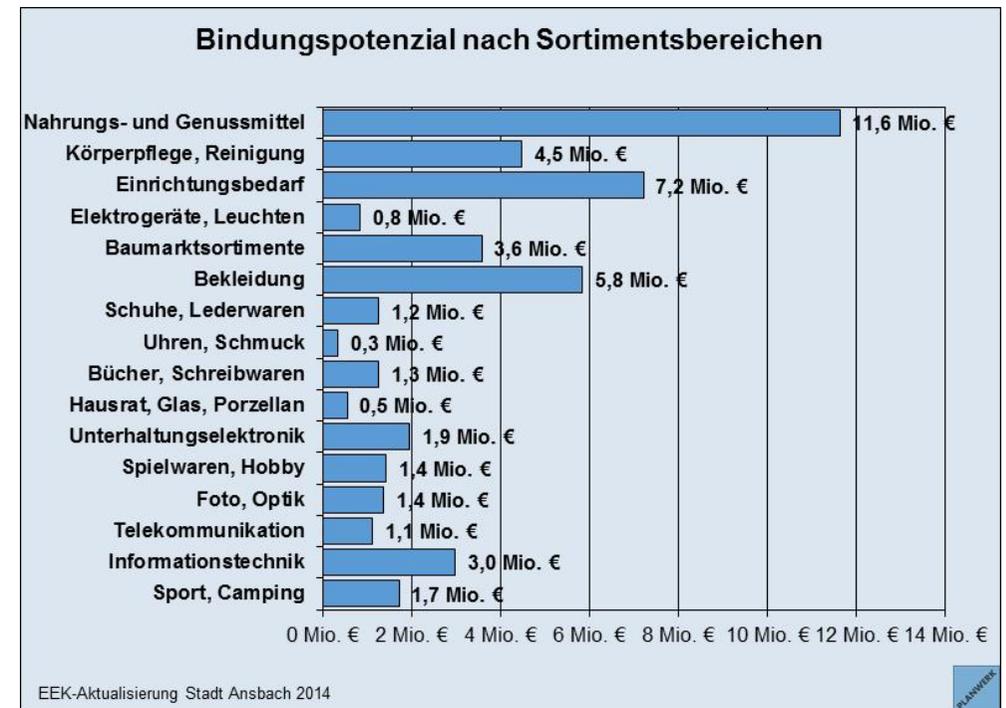


Abbildung 30 (Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Rechnet man die ermittelten Bindungspotenziale in €-Werten über durchschnittlich erwirtschaftete Quadratmetererlöse auf die damit verbundene zusätzlich mögliche Verkaufsfläche, ergeben sich für jeden der Sortimentsbereiche die zusätzlichen Ansiedlungspotenziale, die am Standort Ansbach möglich und verträglich sind.

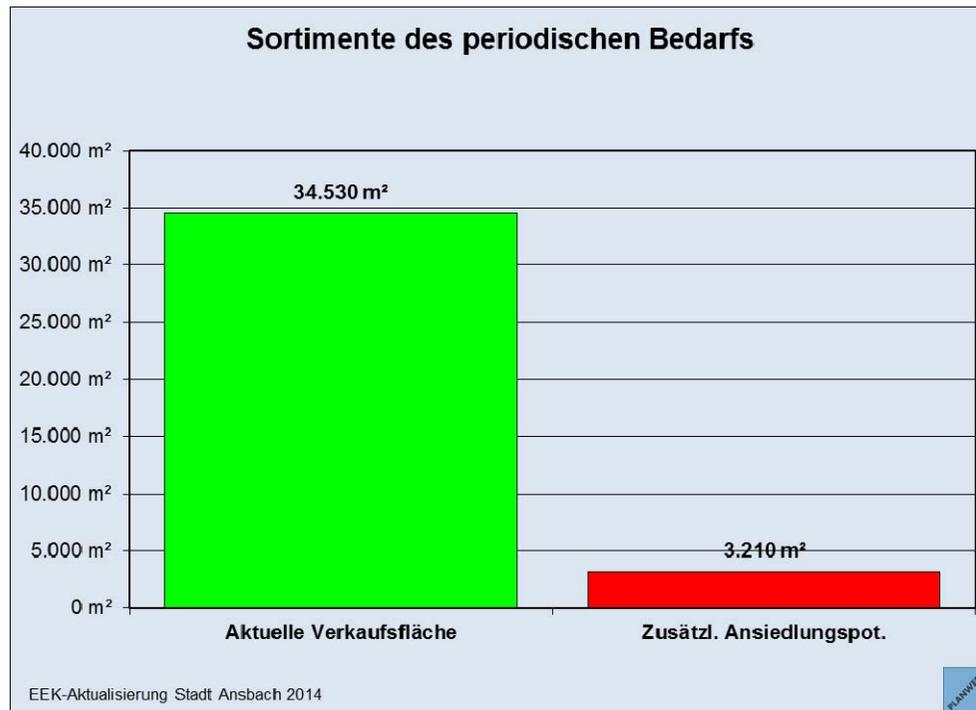
#### 4.6 WESENTLICHE VERÄNDERUNGEN ZUM EEK 2010

Welche Veränderungen hinsichtlich der Grundlagendaten und Erhebungsergebnisse zwischen 2010 und 2014 zu erkennen sind, wird im Folgenden zusammengestellt:

- Anstieg der allgemeinen Kaufkraft in Ansbach von € 19.546 auf € 22.374. Damit reduziert sich die Kennziffer leicht von 103,1 auf 102,3, da die bundesweite Kaufkraft im Verhältnis etwas stärker angestiegen ist.
  - Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Ansbach ging von € 5.807 auf € 5.687 zurück, verbunden mit einem Rückgang der Kennziffer von 106,1 auf 103,4.
  - Die zugrundeliegende Einwohnerzahl reduziert sich leicht auf 39.839 Einwohner (31.12.2013), unter anderem bedingt durch die Korrekturen des Zensus von 2011.
  - Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Ansbach erhöhte sich leicht von 23.111 auf 24.541.
  - Die Zahl der erfassten (Laden-)Standorte liegt 2014 mit 971 deutlich höher als 2009 mit 750. Hauptursache ist eine detaillierte Erfassung der Dienstleistungs- und Handwerksbetriebe. Im Bereich Handel und Gastronomie sind nur geringfügige Veränderungen feststellbar.
  - Die Zahl der erfassten Leerstände liegt aktuell mit 86 mehr als doppelt so hoch wie im Jahr 2009 (42).
  - Die Verkaufsfläche im Einzelhandel stieg von 133.500 m<sup>2</sup> im Jahr 2009 auf aktuell 145.000 m<sup>2</sup>.
  - Die einzelnen Sortimentsbereiche und Sortimentsgruppen lassen sich nicht stringent miteinander vergleichen, da es Verschiebungen hinsichtlich der Sortimentsstruktur gegeben hat.
  - Die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Ansbach ging leicht von € 234,2 Mio. auf € 226,6 Mio. zurück.
  - Die Kaufkraftbindung am Standort blieb mit € 197,9 Mio. (EEK 2010: € 198,1 Mio.) nahezu unverändert. Aufgrund der leicht rückläufigen Gesamtkaufkraft erhöhte sich damit die Bindungsquote von 84,6% auf 87,4%.
  - Die Einzelhandelszentralität des Standortes Ansbach hat sich von 1,81 im EEK 2010 auf aktuell 1,94 erhöht.
- Der gesamte Einzelhandelsumsatz liegt 2014 mit € 439,4 Mio. um rd. € 16 Mio. höher als 2010 (€ 423,2 Mio.).
  - Die Erhöhung des Umsatzes lässt sich vor allem auf den gestiegenen Zufluss zurückführen (€ 241,4 Mio. statt € 225,1 Mio.).
  - Auf der Basis neuer Marktanalysen wurden für nahezu alle Sortimentsbereiche und Branchen neue Flächenleistungen (= Umsatz pro m<sup>2</sup>) ermittelt. Deshalb sind Detailwerte von Umsätzen für einzelne Sortimente und Branchen nicht direkt miteinander vergleichbar.
  - Eine Klassifizierung durch nicht standortgebundene Einkaufsmöglichkeiten (Internet, Versand) wurde im Konzept nicht speziell ausgearbeitet. Die damit verbundenen Verluste an Umsatz im örtlichen Einzelhandel sind in den Kennwerten, die für die Flächenleistungen in den einzelnen Branchen zugrunde gelegt wurden, bereits berücksichtigt.

## 4.7 ANSIEDLUNGSPOTENZIALE NACH SORTIMENTSGRUPPEN UND -BEREICHEN

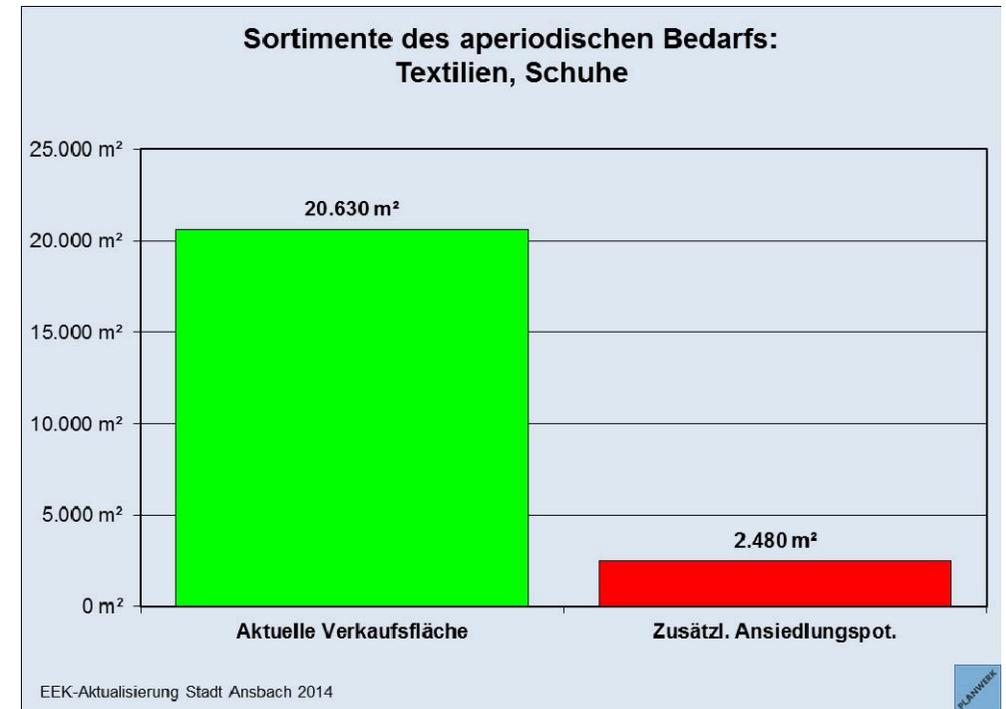
### 4.7.1 SORTIMENTE DES PERIODISCHEN BEDARFS



**Abbildung 31** (Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Der Bereich des periodischen Bedarfs macht mit einer Verkaufsfläche von über 34.000 m<sup>2</sup> einen Großteil des örtlichen Einzelhandelsangebots aus. Die Potenzialermittlung hat für die Sortimente des periodischen Bedarfs insgesamt rd. 3.200 m<sup>2</sup> zusätzlich wünschenswerter Verkaufsfläche ermittelt, wobei hier der gerade in Bau befindliche EDEKA-Standort in der Brauhausstraße bereits berücksichtigt ist. Die rd. 3.200 m<sup>2</sup> zusätzlicher Verkaufsfläche teilen sich zwischen den beiden Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel (2.560 m<sup>2</sup>) und Körperpflege, Reinigung (650 m<sup>2</sup>) auf.

### 4.7.2 APERIODISCHER BEDARF: TEXTILIEN, SCHUHE

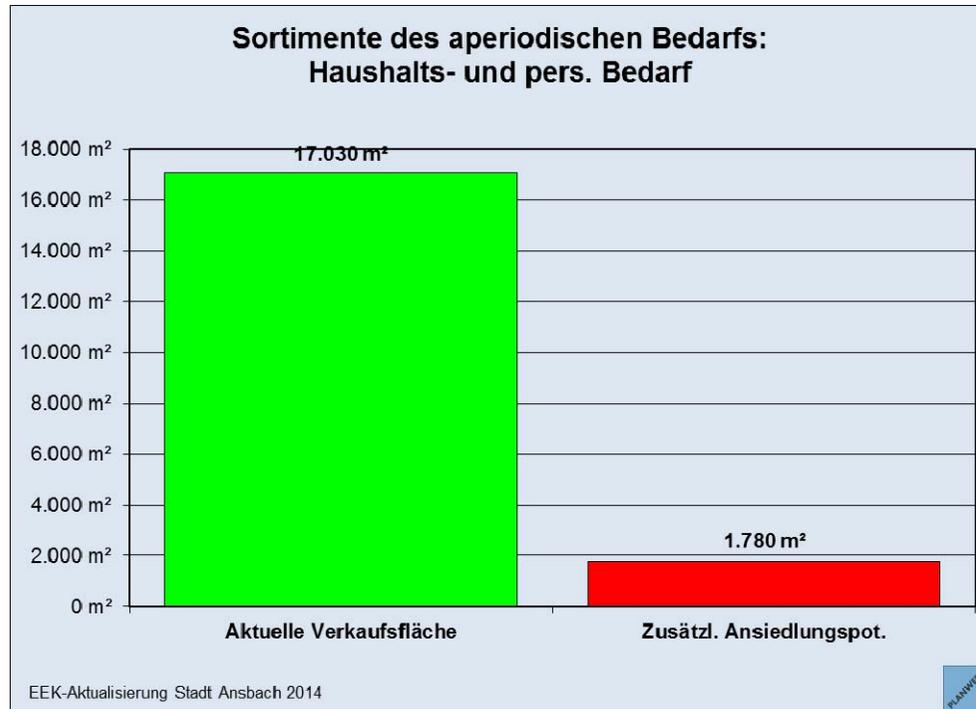


**Abbildung 32** (Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Im Bereich des aperiodischen Bedarfs spielt der Bereich der Textilien und Schuhe als wichtigste zentrenrelevante Sortimentsgruppe eine wichtige Rolle. Mit über 20.000 m<sup>2</sup> vorhandener Verkaufsfläche weist dieser Bereich eine durchaus nennenswerte Dimension auf.

Die Ansiedlungsempfehlung von knapp 2.500 m<sup>2</sup> würde eine Erweiterung des Bestandes um gut 10% bedeuten, was der Standortqualität des Standortes Ansbach zuträglich wäre, ohne den Bestand am Standort in Mitleidenschaft zu ziehen.

#### 4.7.3 APERIODISCHER BEDARF: HAUSHALTS- UND PERSÖNLICHER BEDARF

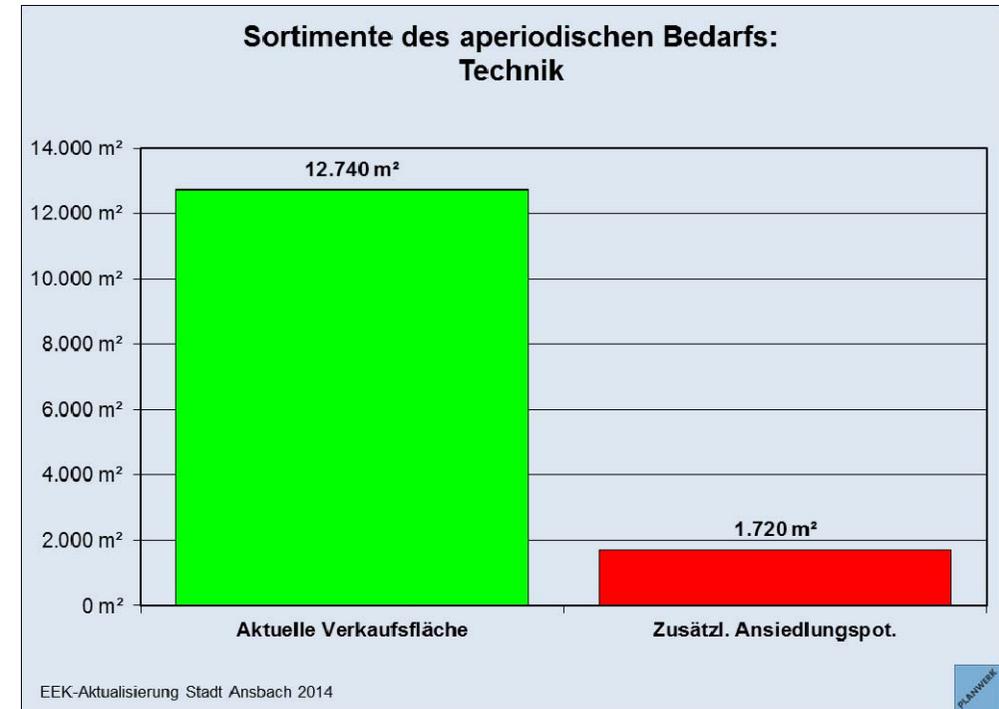


**Abbildung 33** (Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Die Sortimentsgruppe des Haushalts- und persönlichen Bedarfs setzt sich aus den Sortimentsbereichen Uhren und Schmuck, Bücher und Schreibwaren, Hausrat, Glas und Porzellan, Spielwaren und Hobby sowie Sport und Camping zusammen. Im Bereich dieser Sortimente besteht ein Einzelhandelsangebot von rd. 17.000 m² Verkaufsfläche.

Die Berechnung der möglichen Ansiedlungs- und Erweiterungsflächen hat ergeben, dass für den Bereich des Haushalts- und persönlichen Bedarfs eine zusätzliche Verkaufsfläche von knapp 1.800 m² möglich wäre ohne den Bestand am Standort Ansbach entscheidend zu schädigen.

#### 4.7.4 APERIODISCHER BEDARF: TECHNIK



**Abbildung 34** (Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Im Bereich Technik weist der Standort Ansbach, wie die obigen Ausführungen belegt haben, eine hohe Einzelhandelszentralität auf. Fast 13.000 m² Verkaufsfläche verursachen eine hohe Bedeutung für das Ansbacher Umland.

Die Berechnung der verträglichen Ansiedlungsdimension ergibt nur eine Größenordnung von rd. 1.700 m². Alles was diese Größenordnung übersteigt, würde dem Bestand am Standort Ansbach die Existenzgrundlage entziehen.

#### 4.7.5 APERIODISCHER BEDARF: HEIMWERKER- UND GARTENBEDARF

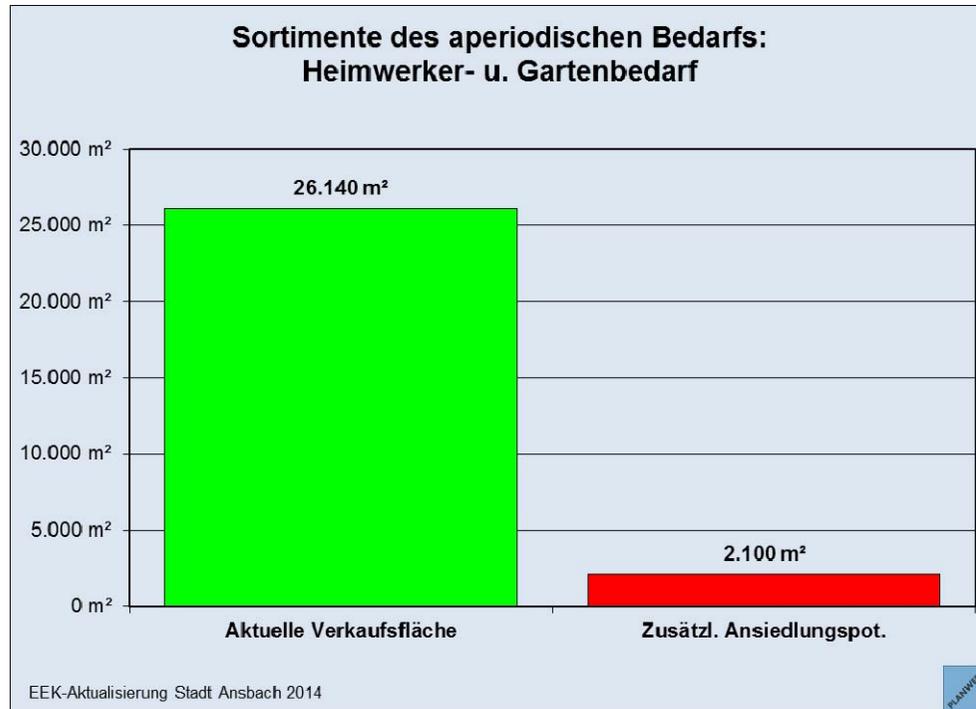


Abbildung 35

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Das Angebot in Ansbach im Bereich des Heimwerker- und Gartenbedarfs ist mit einer Verkaufsfläche von über 26.000 m² als sehr gut zu bezeichnen. Aufgrund der guten Versorgungslage (trotz Wegfall des Praktiker-Marktes) ergibt die Berechnung der potenziellen Ansiedlungs- und Erweiterungsflächen nur eine Größenordnung von 2.100 m², was keine Ansiedlung eines weiteren Marktes in diesem Bereich erlaubt. Für den Bereich des Heimwerker- und Gartenbedarfs besteht maximal das Ansiedlungspotenzial von Ergänzungsstandorten mit Nischenprodukten.

#### 4.7.6 APERIODISCHER BEDARF: MÖBEL, EINRICHTUNGSBEDARF

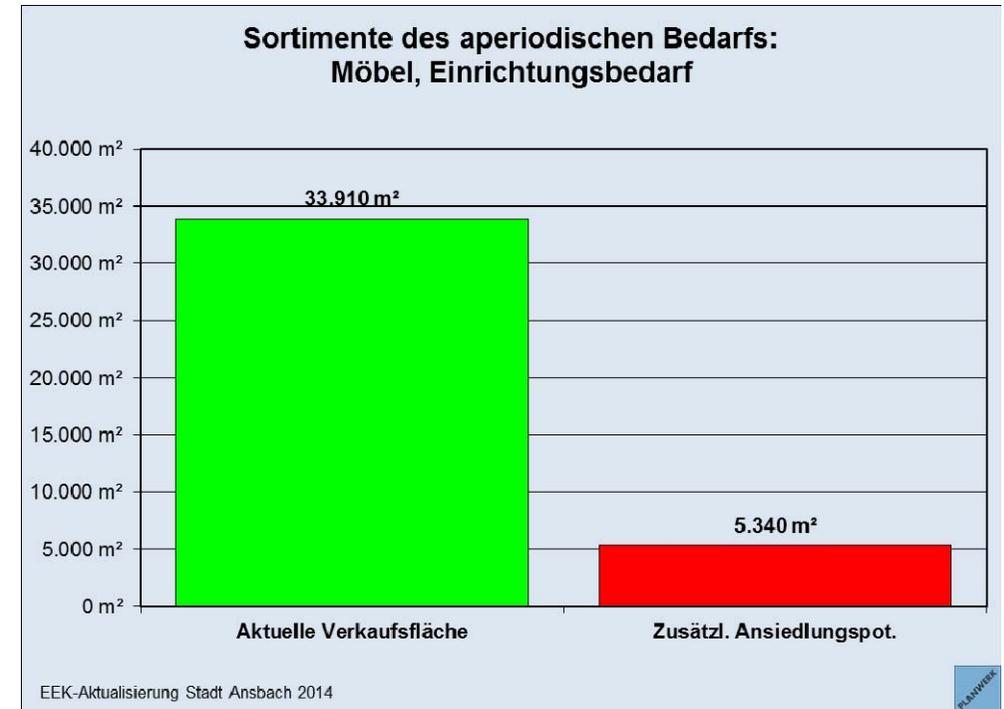


Abbildung 36

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Durch den Bestand eines großen Möbelanbieters am Standort Ansbach (Pilipp) besteht für diesen Bereich nur in begrenztem Umfang Ergänzungsbedarf. Mit insgesamt fast 34.000 m² Verkaufsfläche in Ansbach muss die Versorgungssituation als sehr gut bezeichnet werden. Da trotzdem erkennbare Kaufkraftabflüsse bestehen, ergibt die Analyse einen Ansiedlungsbedarf, der bei rd. 5.300 m² rangiert.

#### 4.7.7 SORTIMENTSSPEZIFISCHE GESAMTDARSTELLUNG

Zusätzlich zu den Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzialen, die am Standort Ansbach insgesamt möglich und verträglich sind, kann über die im Landesentwicklungsprogramm (LEP) festgelegten Abschöpfungsquoten (Grundlage: LEP 2013) berechnet werden, welche zusätzlichen Ansiedlungen im Rahmen der Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel am Standort Ansbach möglich sind.

Die möglichen Flächendimensionen der Ansiedlungs- und Erweiterungsbedarfe sowie der nach LEP genehmigungsfähigen Flächen im Bereich des großflächigen Einzelhandels sind für die einzelnen Sortimentsbereiche als Übersicht in der nachfolgenden Tabelle dargestellt.

<b>Tabelle: Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen</b>			
<b>Sortimentsbereich</b>	<b>Verkaufsfläche Bestand</b>	<b>Verkaufsfläche Ansiedlung</b>	<b>Verkaufsfläche nach LEP</b>
Nahrungs- und Genussmittel	26.790 m <sup>2</sup>	2.560 m <sup>2</sup>	6.700 m <sup>2</sup>
Körperpflege, Reinigung	7.740 m <sup>2</sup>	650 m <sup>2</sup>	4.000 m <sup>2</sup>
Einrichtungsbedarf	33.910 m <sup>2</sup>	5.340 m <sup>2</sup>	k.A.
Elektrogeräte, Leuchten	4.080 m <sup>2</sup>	310 m <sup>2</sup>	4.010 m <sup>2</sup>
Baumarktsortimente	26.140 m <sup>2</sup>	2.100 m <sup>2</sup>	k.A.
Bekleidung	16.960 m <sup>2</sup>	2.080 m <sup>2</sup>	10.430 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	3.670 m <sup>2</sup>	400 m <sup>2</sup>	2.140 m <sup>2</sup>
Uhren Schmuck	1.310 m <sup>2</sup>	40 m <sup>2</sup>	430 m <sup>2</sup>
Bücher, Schreibwaren	3.920 m <sup>2</sup>	300 m <sup>2</sup>	3.410 m <sup>2</sup>
Hausrat, Glas, Porzellan	4.790 m <sup>2</sup>	220 m <sup>2</sup>	1.910 m <sup>2</sup>
Unterhaltungselektronik	3.990 m <sup>2</sup>	380 m <sup>2</sup>	2.160 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobby	3.850 m <sup>2</sup>	520 m <sup>2</sup>	2.510 m <sup>2</sup>
Foto, Optik	2.070 m <sup>2</sup>	220 m <sup>2</sup>	1.190 m <sup>2</sup>
Telekommunikation	620 m <sup>2</sup>	220 m <sup>2</sup>	480 m <sup>2</sup>
Informationstechnik	1.980 m <sup>2</sup>	590 m <sup>2</sup>	1.370 m <sup>2</sup>
Sport, Camping	3.160 m <sup>2</sup>	700 m <sup>2</sup>	2.670 m <sup>2</sup>

Die Tabelle stellt noch einmal folgende Werte nach einzelnen Sortimentsbereichen differenziert dar:

- Bestand an Verkaufsfläche als summiertes Ergebnis aller erhobenen Verkaufsflächen im Einzelhandel, wobei im Bestand auch alle kleinteiligen sortimentspezifischen Verkaufsflächen mit Berücksichtigung gefunden haben.
- Die als mögliche Ansiedlungs- und Erweiterungsfläche ermittelte zusätzliche Verkaufsfläche für den Gesamtstandort Stadt Ansbach, ebenfalls für die einzelnen Sortimentsbereiche. Hier muss darauf verwiesen werden, dass Einzelhandelsstandorte in der Regel Produkte aus mehreren Sortimentsbereichen im Angebot haben.
- Als dritter Punkt (letzte Spalte) die Berechnung der möglichen Verkaufsfläche laut LEP (Landesentwicklungsprogramm 2013). Hierzu muss allerdings ergänzt werden, dass die landesplanerisch maximal zulässigen Ansiedlungspotenziale immer vorhabenbezogen sind und auch nur für Einzelhandelsgroßprojekte gelten. Anders als nach der Idee der Bedarfsermittlung gibt es landesplanerisch keinen „Deckel“ für die (sortimentspezifische) Gesamtverkaufsfläche. Die Angabe der LEP-Richtwerte muss insoweit relativiert werden, dass die landesplanerische Beurteilung unterschiedliche Raumleistungen in Abhängigkeit vom Betriebstyp zugrunde legt und diese auch laufend fortgeschrieben werden. Die sortimentsbezogenen Angaben können daher unabhängig von einem konkreten Vorhaben nur als Näherungswerte angesehen werden.

## 4.8 STADTEILBEWERTUNG UMSATZ UND KAUFKRAFT

### 4.8.1 EINZELHANDEL GESAMT

In der weiteren Bearbeitung wurden die erhobenen Verkaufsflächen den einzelnen Stadtteilen zugeordnet und der jeweils dort verfügbaren Kaufkraft gegenübergestellt. Daraus ergab sich eine jeweils teilräumliche und nach Sortimentsgruppen festgestellte Versorgungssituation. Diese wird herangezogen, um für die einzelnen Teilräume Aussagen abzuleiten, welche Ansiedlungen dort zu unterstützen und welche zu vermeiden sind.

Für den Einzelhandel insgesamt betrachtet ergibt sich nebenstehendes Bild der teilräumlichen Versorgung. Ungünstig zeigt sich die Versorgungssituation im Bereich Hennenbach / Schlossvorstadt, im als B14 – West bezeichneten Teilraum und in peripheren Stadtbereichen. V.a. im Zentrum (Altstadt und Brücken-Center) sind zentralörtliche Überversorgungen gegeben, in den übrigen Stadtteilen besteht meist eine ausgeglichene Situation mit ausreichender Nahversorgung.

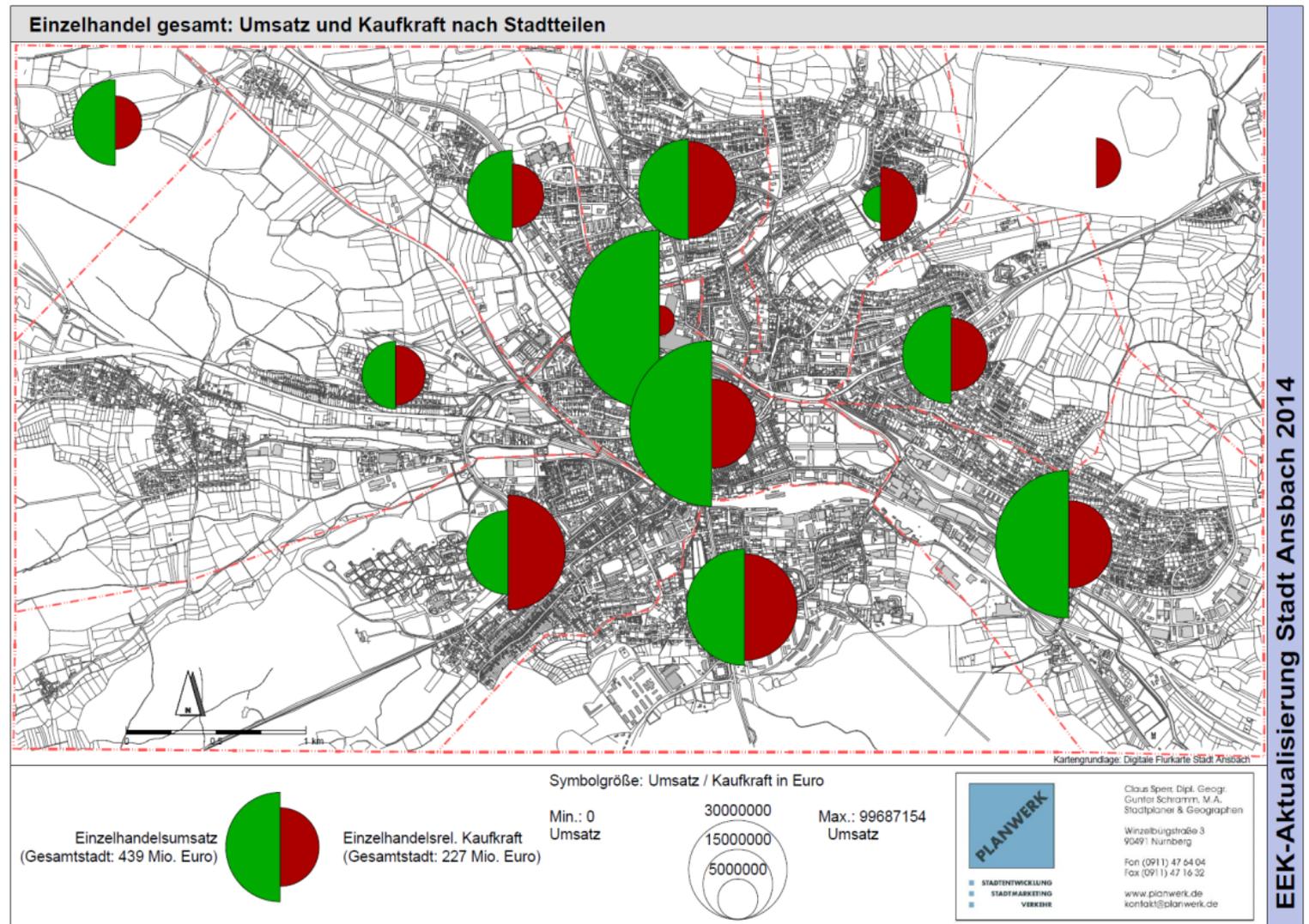


Abbildung 37

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

#### 4.8.2 PERIODISCHER BEDARF

Im Bereich des periodischen Bedarfs sind eindeutige räumliche Differenzierungen erkennbar.

Gute Versorgung besteht in der Südstadt, im Brücken-Center, im Bereich der Altstadt und im Bereich Pfaffengreuth / B14 – Ost entlang der Nürnberger Straße. Durch den Standort Rettistraße ist auch der Ansbacher Norden in diesem Bereich gut versorgt.

Noch ausreichend ist die Versorgung an der Würzburger Landstraße, in Eyb und auch im Südwesten der Stadt.

Versorgungsdefizite bestehen in Hennenbach / Schlossvorstadt (s. Kap. 5.4) und ganz deutlich im Bereich der Schalkhäuser (Land)Straße und in den peripheren Ortsteilen.

Grundsätzlich haben sich seit 2010 keine wesentlichen Veränderungen der Versorgungssituation ergeben. Der Standort Brauhausstraße (EDEKA) wurde dem Teilbereich Rügländer Viertel zugeordnet, muss allerdings als gesamtstädtisch bedeutsam eingeordnet werden.

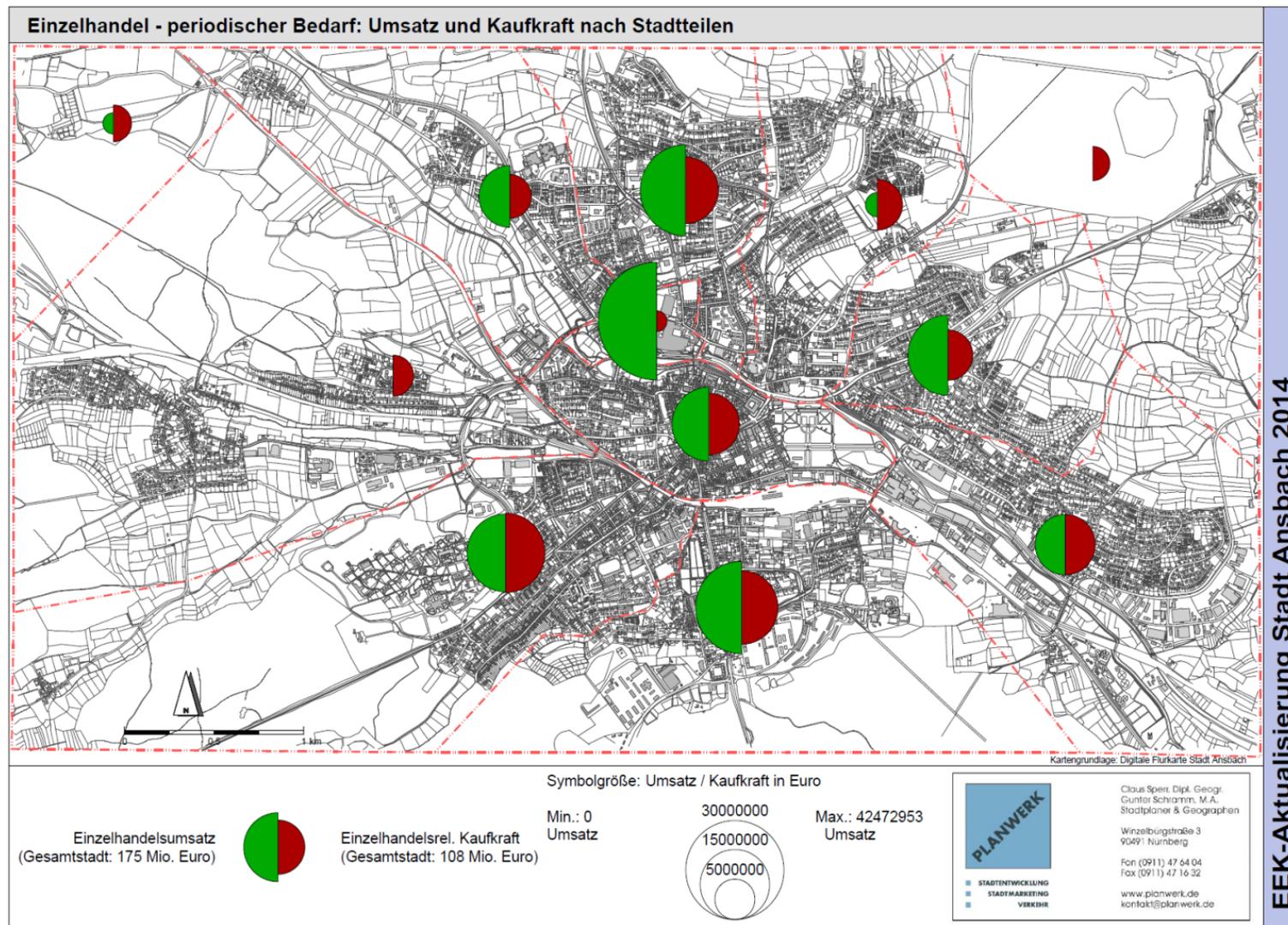


Abbildung 38

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

EEK-Aktualisierung Stadt Ansbach 2014

### 4.8.3 BEREICH TECHNIK

Im Bereich Technik (dazu gehören die Sortimentsbereiche Elektrogeräte und Leuchten, Unterhaltungselektronik, Foto und Optik, Telekommunikation sowie Informationstechnik) leisten das Brücken-Center (Saturn) und der Bereich Würzburger Landstraße (Media Markt) sowie der Bereich Eyb und sogar die Innenstadt - Altstadt am meisten für die gesamtstädtische Versorgung.

Die übrigen Stadtteile, v.a. die Südstadt, das Rügländer Viertel, Hennenbach / Schlossvorstadt, der Schalkhäuser Bereich und jetzt auch der Bereich B14 - West sind hier deutlich unterversorgt.

Im Bereich der Technik ist es jedoch nicht unbedingt notwendig für alle Stadtteile eine komplette Nachfragedeckung zu realisieren, entscheidend ist hier die gesamtstädtische Versorgung.

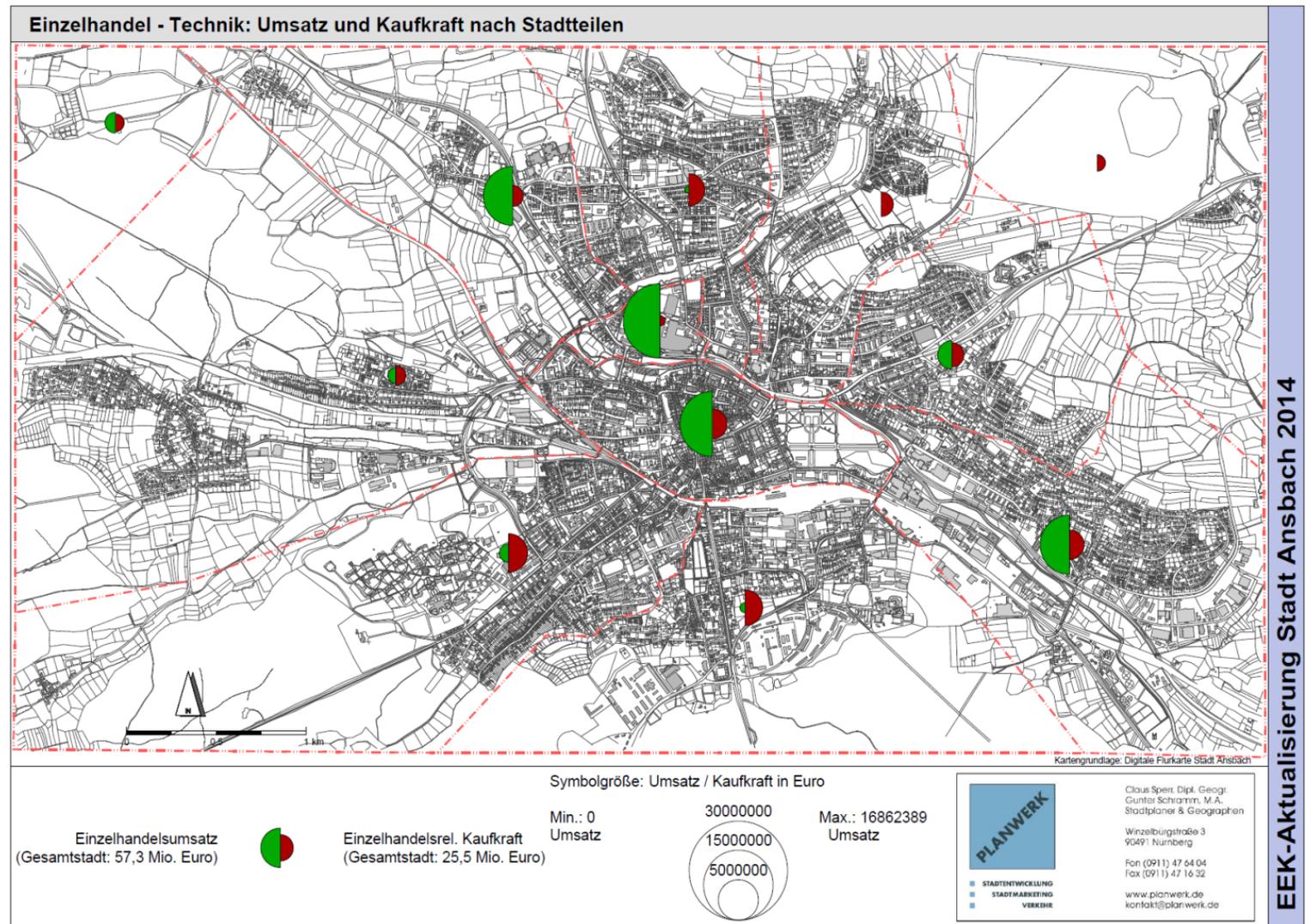


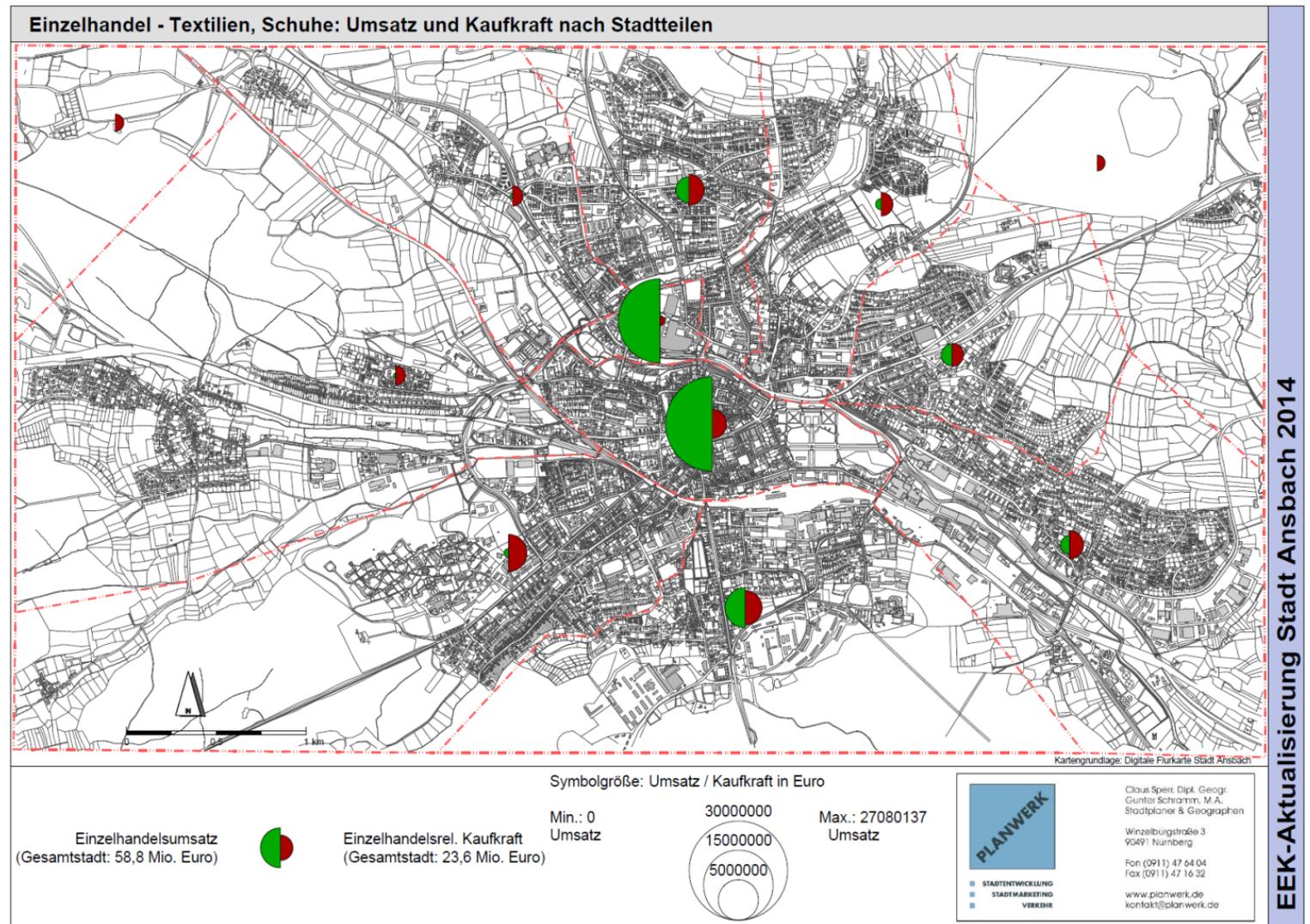
Abbildung 39

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

#### 4.8.4 BEREICH TEXTILIEN, SCHUHE

Im Bereich der Sortimentsgruppe Textilien, Schuhe zeichnet sich die Innenstadt - Altstadt als überragender Versorgungsstandort für die Gesamtstadt aus, ebenso spielt das Brücken-Center als Bestandteil der Innenstadt eine sehr große Rolle und in untergeordnetem Maße die Bereiche Süd-stadt und Pfaffengreuth / B14 – Ost sowie das Rügländer Viertel. Die dargestellte Stärke von Innenstadt mit Altstadt und Brücken-Center belegt die Versorgungsqualität der zentralen Bereiche und verdeutlicht die Versorgungsqualität der Ansbacher Innenstadt. Diese Situation ist seit 2010 unverändert.

Damit wird deutlich, dass dieser Sortimentsgruppe für die Standortqualität des Ansbacher Zentrums weiterhin besondere Bedeutung zukommt. Auf weitere Konkurrenzstandorte in anderen Stadtteilen sollte deshalb grundsätzlich verzichtet werden.



EEK-Aktualisierung Stadt Ansbach 2014

Abbildung 40

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

#### 4.8.5 HAUSHALTS- UND PERSÖNLICHER BEDARF

Ähnlich wie der Bereich Textilien, Schuhe zeichnet sich die Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf (Bücher und Schreibwaren, Uhren und Schmuck, Hausrat, Glas und Porzellan, Spielwaren und Hobby, Sport und Camping) als eine der wichtigsten zentrenrelevanten Produktgruppen aus. Und ähnlich wie im Bereich Textilien, Schuhe lässt sich auch hier eine klare Versorgungsdominanz der Ansbacher Innenstadt von Altstadt zusammen mit dem Brücken-Center erkennen.

Weitere, aber unbedeutendere Versorgungsstandorte sind in der Südstadt und im Bereich Pfaffengreuth / B14 – Ost sowie im Teilraum Eyb und im Rügländer Viertel erkennbar. Somit bildet auch diese Sortimentsgruppe einen bedeutenden Bestandteil der Versorgungsqualität der Ansbacher Innenstadt.

Auch für diese Sortimentsgruppe sind Ansiedlungen außerhalb des Stadtzentrums zu vermeiden.

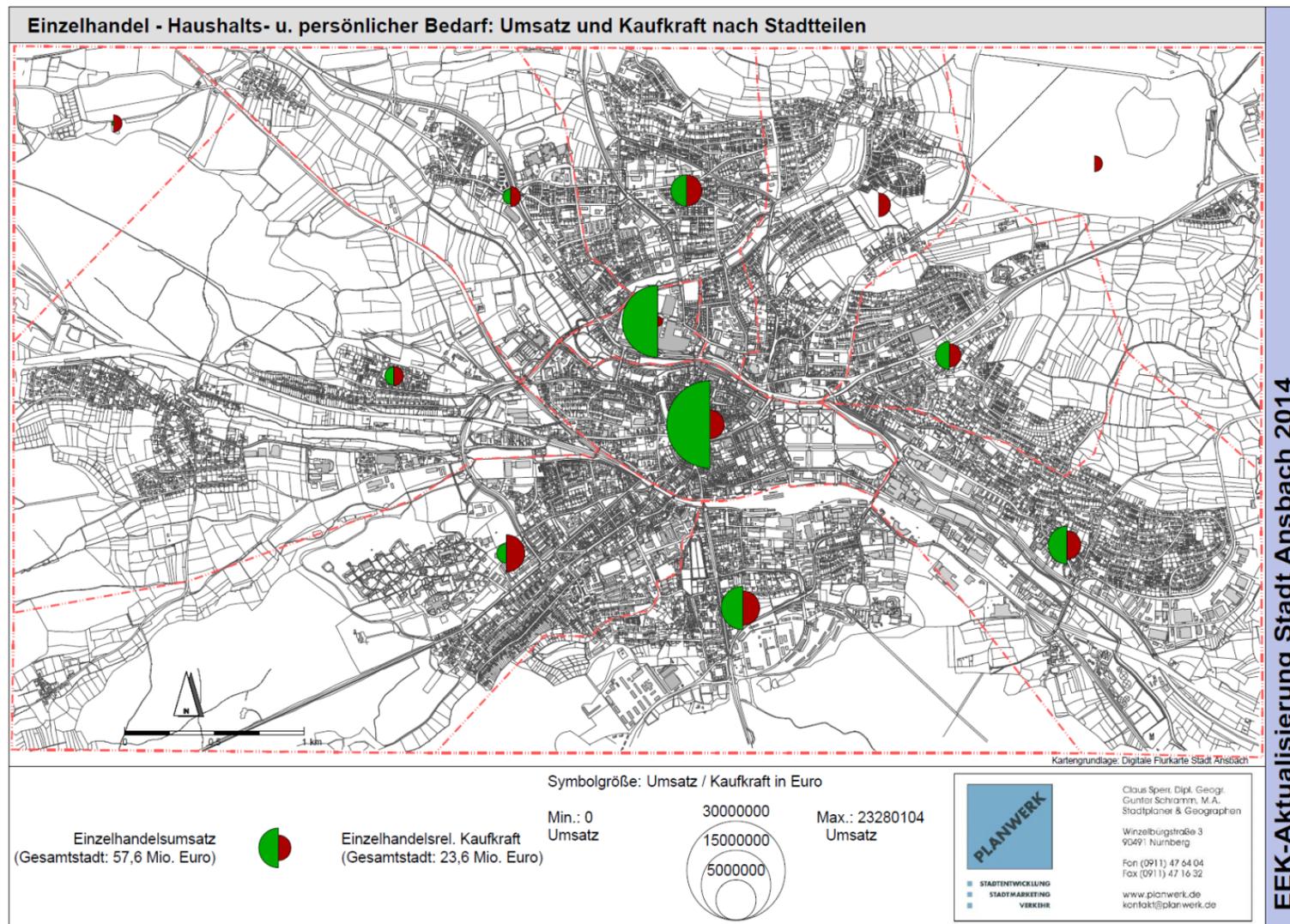


Abbildung 41

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

EEK-Aktualisierung Stadt Ansbach 2014

#### 4.8.6 HEIMWERKER- UND GARTENBEDARF

Die Sortimentsgruppe des Heimwerker- und Gartenbedarfs entspricht dem Sortimentsbereich der Baumarktsortimente und umfasst neben den typischen Heimwerker-Produktgruppen auch zentrenrelevante Sortimente wie Blumen und Pflanzen, Fahrradbedarf und zoologischen Bedarf.

Die Versorgung innerhalb der Stadt Ansbach konzentriert sich v.a. auf die Stadtteile Schalkhäuser (Land)Straße (Obi) und Ortsteile Süd + West (BGU). Der Praktiker-Standort im Brücken-Center ist weggefallen.

Eine grundsätzliche, auf den Stadtteil bezogene Versorgung ist nicht notwendig. Es sollten allerdings die zentrenrelevanten Teilsortimente auch in allen Stadtteilen vertreten sein.

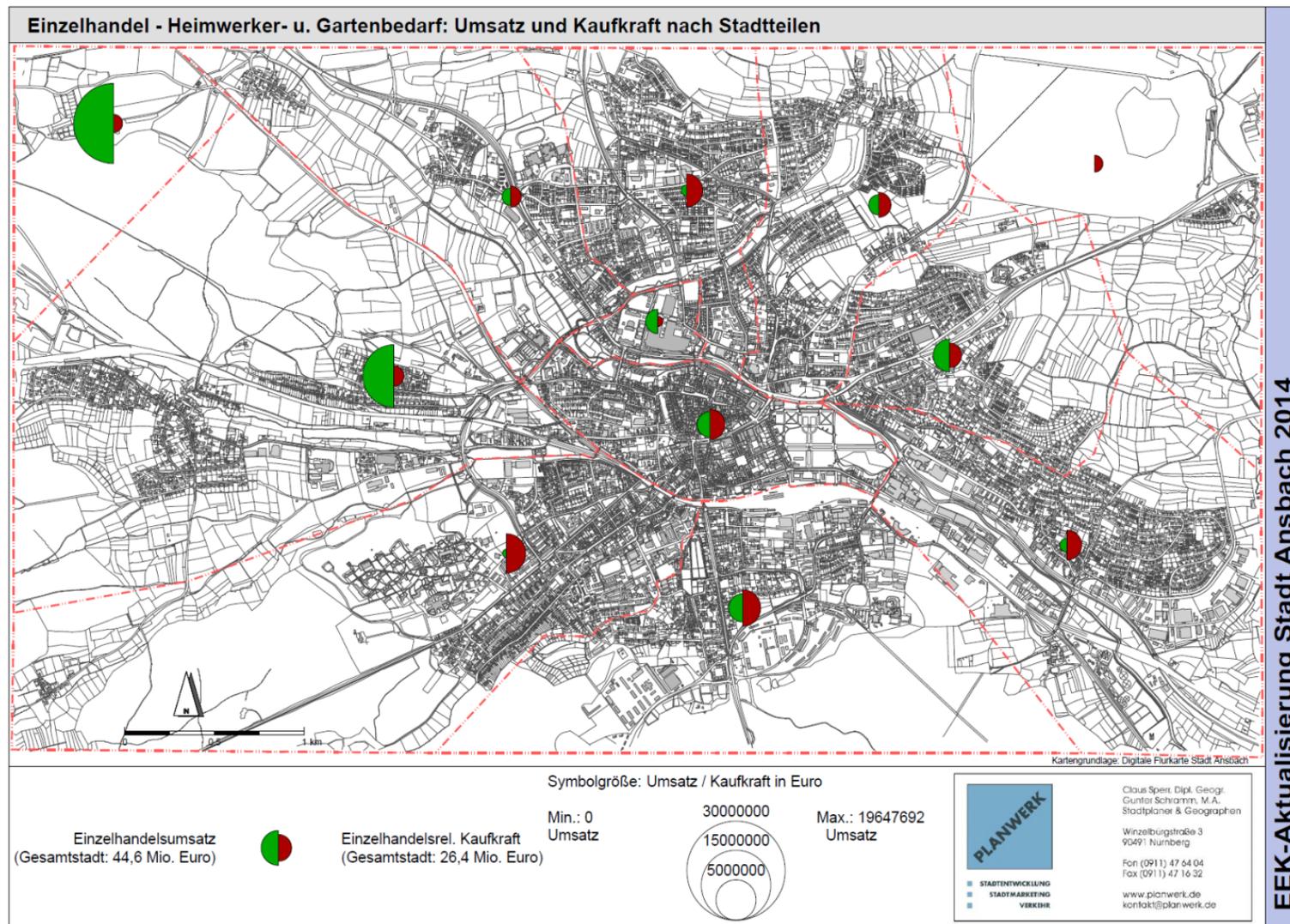


Abbildung 42

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

EEK-Aktualisierung Stadt Ansbach 2014

#### 4.8.7 MÖBEL, EINRICHTUNGSBEDARF

Ähnlich wie für den Bereich der Baumarktsortimente muss auch der Sortimentsbereich Möbel, Einrichtungsbedarf nicht in jedem Stadtteil eine Bedarfsdeckung erreichen. Als nicht zentrenrelevante Produkte mit großem Bedarf an Verkaufsfläche je Standort sind Angebote im Bereich Möbel, Einrichtungsbedarf in der Regel an peripheren Standorten zu finden. Die Lage des Ansbacher Pilipp-Standortes kann als integriert bezeichnet werden, was für einen Möbelstandort nicht unbedingt die Regel ist.

Die Versorgungssituation zeigt hier eine deutliche Konzentration auf den Bereich Eyb mit dem dortigen Pilipp-Standort. Damit ist eine stadtweite Versorgung garantiert, die allerdings punktuell in den Stadtteilen zur jeweiligen Nahversorgung (kein großflächiger Einzelhandel) ergänzt werden könnte.

Für die angebotenen Sortimente am Pilipp-Standort nach dem dortigen Umbau konnten keine wesentlichen Veränderungen festgestellt werden.

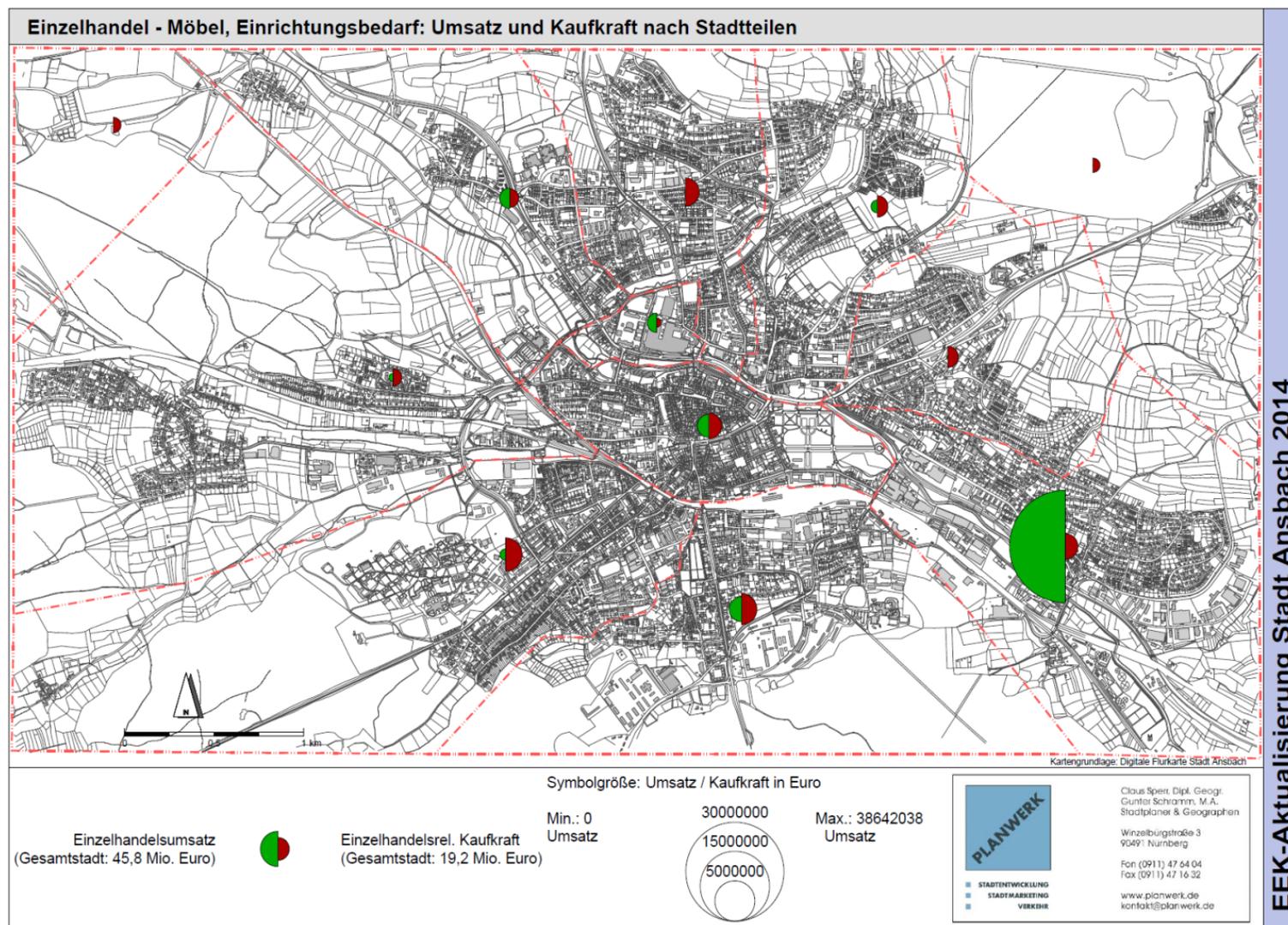


Abbildung 43

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

## 5 STADTEILBEWERTUNGEN – VERSORGUNG UND ANSIEDLUNGEN

Im folgenden Abschnitt werden die einzelnen Stadtteile hinsichtlich ihrer Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen, den möglichen Ansiedlungen und den zu empfehlenden Ansiedlungsbeschränkungen sowie den möglichen flankierenden Maßnahmen dargestellt und beschrieben.

Dabei wird jeder Stadtteil folgenden Bewertungsschritten unterzogen:

- Bewertung der Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen für die Sortimente der Güter des periodischen Bedarfs. Der Beurteilung der Nahversorgung mit Produkten der Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel sowie Körperpflege, Reinigung kommt für die Nahversorgung eine vorrangige Bedeutung zu.
- Bewertung der Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen für die Sortimente der Güter des aperiodischen Bedarfs mit besonderer Relevanz für die Stärkung der zentralen Bereiche der Stadt Ansbach. Diese sind vorrangig die Bereiche Textilien, Schuhe sowie Haushalts- und persönlicher Bedarf.
- Bewertung der verkehrlichen Anbindung des Stadtteils an Versorgungseinrichtungen zur Nahversorgung mit allen Verkehrsträgern (motorisierter Individualverkehr (MIV), Fuß, Rad, ÖPNV). Für die Verkehrsträger Fuß und Rad muss hierbei verstärkt auf die Topografie und die vorhandenen Barrieren geachtet werden.
- Bewertung der verkehrlichen Anbindung des Stadtteils an die zentralen Standorte der Innenstadt mit Altstadt und Brücken-Center. Auch hierbei werden alle Verkehrsträger mit berücksichtigt.
- Wie von der Regierung von Mittelfranken angeregt, wäre eine Verzahnung mit anderen Themenbereichen der Stadtentwicklung sinnvoll (= Integriertes Stadtentwicklungskonzept). Die vorliegende Untersuchung berücksichtigt

die im Rahmen der Analyse möglichen verkehrlichen Einbindungen der Standorte. Eine Ergänzung des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzepts mit vertieften Analysen zum Thema Parken, ÖPNV, Fuß- und Radverkehr wird empfohlen. Darüber hinaus wird auch empfohlen ein Konzept zur Entwicklung und Steuerung von Vergnügungstätten erstellen zu lassen.

- Entwickeln von Vorschlägen für die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen, Nahversorgungsbereichen (Ergänzungsbereiche Nahversorgung) und weiteren ortstypisch notwendigen Versorgungsbereichen.
- Formulieren eines allgemeingültigen und übergeordneten Ziels für den Stadtteil.
- Ausarbeiten und Darstellen von notwendigen und wünschenswerten flankierenden Maßnahmen, die den Stadtteil in seinen Versorgungsaufgaben für die eigene Bevölkerung und die Gesamtstadt stärken.

## 5.1 INNENSTADT

### 5.1.1 ALTSTADT

#### Abgrenzung:

Der Bereich Innenstadt - Altstadt umfasst die Altstadt zwischen Rezat und Promenade, das südlich anschließende Bahnhofsviertel bis zur Bahnlinie, den Hofgarten und die westlichen Wohnbereiche bis zum Hohenzollerling. Das üblicherweise zur Innenstadt zählende Brücken-Center wurde bei der vorliegenden Betrachtungsweise aus Gründen der Beurteilung von Kaufkraftflüssen separat betrachtet.

#### Beschreibung:

Die Ansbacher Altstadt zeichnet sich durch ihr gesamtstädtisch relevantes Angebot in den Bereichen Textilien, Schuhe sowie Haushalts- und persönlicher Bedarf aus. Nennenswerte Versorgungsqualität wird auch in Teilbereichen der technischen Sortimente (Foto, Optik, Telekommunikation) erreicht. In den flächenintensiven Bereichen (Einrichtungsbedarf, Baumarktsortimente, Elektrogeräte) erreicht die Altstadt keinerlei Versorgungsqualität. Bei den Sortimenten der Güter des periodischen Bedarfs wird zwar eine rechnerische Überdeckung erreicht, kann aber trotzdem keine zufriedenstellende Versorgung der ansässigen Bevölkerung realisiert werden. Vor allem seit der Schließung des Böma-Marktes an der Promenade hat sich hier die Versorgungsqualität deutlich verschlechtert. Es muss Ziel der kommunalen Politik hinsichtlich der Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen sein, die vorhandenen Versorgungsqualitäten des Standortes Altstadt weiterhin zu erhalten bzw. noch weiter zu stärken, wobei letzteres vor allem den Bereich der Versorgung mit Gütern des täglichen Be-

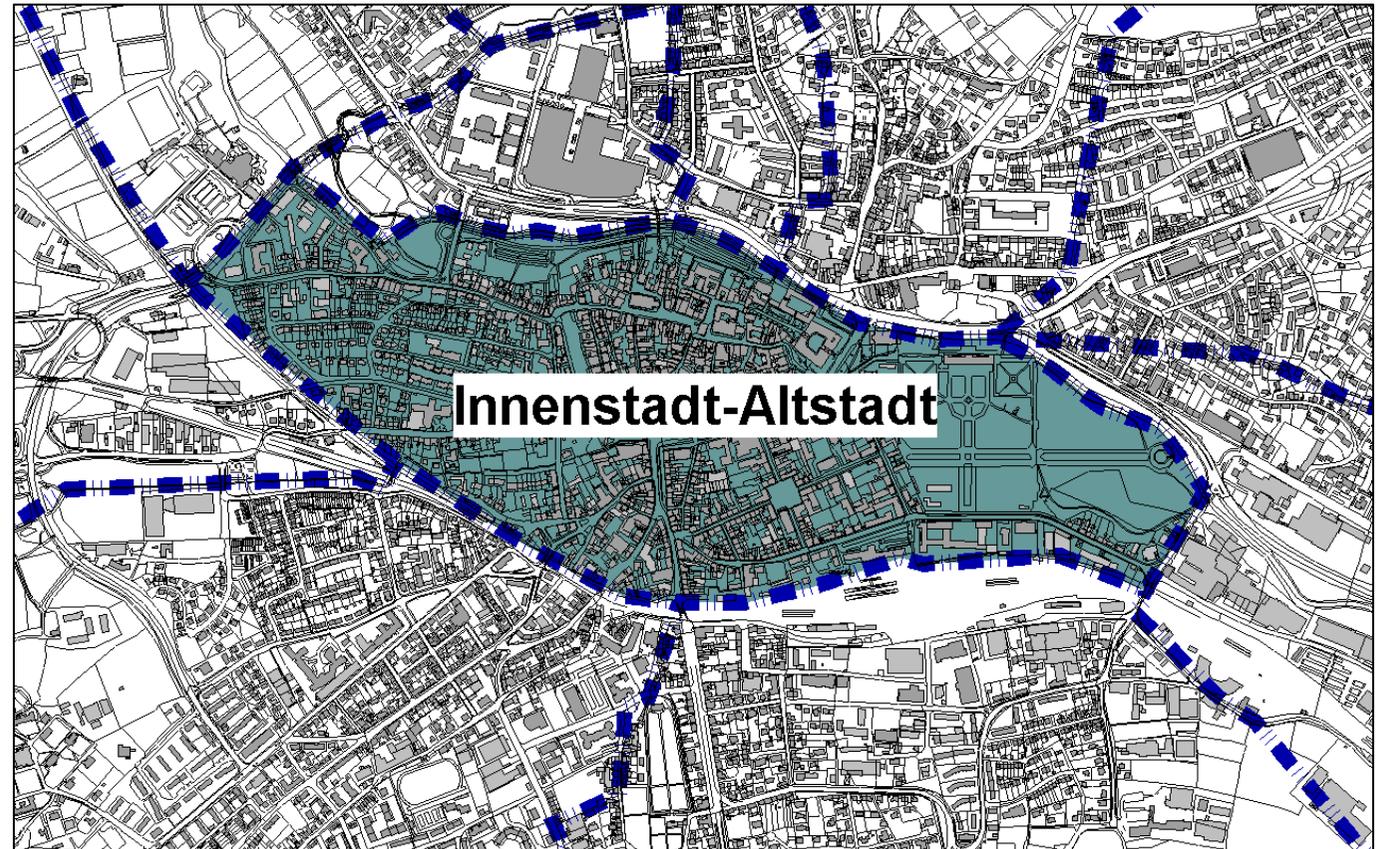


Abbildung 44

darfs betrifft. Vor allem die Zahl der leer stehenden Ladengeschäfte in den Randbereichen der Altstadt (B- und C-Lagen) bietet hier Ansatzpunkte. Dabei sollte vor allem die Neunutzung ehemaliger Ladengeschäfte durch alternative Nutzungen (u.a. Wohnen) forciert werden.

**Versorgungsqualitäten:**

Für die sechs abgegrenzten Sortimentsgruppen werden folgende Qualitäten der Versorgung erreicht:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Eingeschränkte Stadtteilversorgung
Technik	Gesamtstädtische Versorgung in Teilbereichen
Textilien, Schuhe	Regionale Versorgung
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Regionale Versorgung
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Geringe Versorgungsqualität
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

**Ziel:**

Die Ansiedlung **aller** zentrenrelevanten Sortimente muss in einem zentralen Versorgungsbereich möglich sein. Dies sollte von der örtlichen Politik und Verwaltung auch entsprechend unterstützt werden. Für nicht zentrenrelevante Sortimente stehen nicht ausreichend Flächen zur Verfügung, d.h. eine Ansiedlung wäre zwar denkbar, ist aber eher unwahrscheinlich. Für die Gewährleistung einer ausreichenden Nahversorgung muss in naher Zukunft verstärkt gesorgt werden. Die Ansiedlung von Versorgungsstandorten der Güter des periodischen Bedarfs sollte im Stadtteil oder im direkten Anschluss an den Stadtteil verstärkt betrieben werden.

**Versorgungsbereiche:**

Abgrenzung eines „zentralen Versorgungsbereichs“, der den Großteil der Altstadt (außer Hofgarten und westliche Randbereiche) umfasst und nördlich (Brücken-Center, Brauhausstraße, Nürnberger Straße) ausgedehnt wird (mit Einschränkungen), um ggfs. in den Randbereichen die Ansiedlung von Einrichtungen zur Nahversorgung zu ermöglichen, was im Falle der EDEKA-Ansiedlung an der Brauhausstraße bereits gelungen ist.

**Flankierende Maßnahmen:**

Für die Ansbacher Altstadt müssen besondere Marketingmaßnahmen ergriffen bzw. verstärkt durchgeführt werden. Die Altstadt ist das Aushängeschild für die gesamte Stadt. Der beschrittene Weg, ein professionelles Citymarketing einzurichten, ist der richtige Weg. Dieses Citymarketing muss mit ausreichend Finanzen ausgestattet sein (1,5 – 2 Stellen; Projektmittel). Das Citymarketing muss im Event-Bereich tätig sein (Ganzjahresstadt Ansbach), aber auch ein Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement etablieren, Schwerpunktbereiche (Spezialisierung) für einzelne Ansiedlungsformen festlegen und aktiv Ansiedlungen in diesen Bereichen forcieren. Im Rahmen der Aktiven Zentren (Bund-Länder-Förderprogramm) kann durch Maßnahmen der baulichen und gestalterischen Aufwertung der Standort Altstadt weiter gestärkt werden.

### 5.1.2 BRÜCKEN-CENTER

#### Abgrenzung:

Der Bereich Brücken-Center – eigentlich Bestandteil der Innenstadt – wurde für die vorliegende Untersuchung und Konzeption separat abgegrenzt. Er umfasst das eigentliche gesamte Brücken-Center mit der benachbarten Fachhochschule und die jenseits (östlich) der Brauhausstraße gelegenen Anwesen.

#### Beschreibung:

Das Brücken-Center bildet seit über 15 Jahren eine funktionale Erweiterung der Ansbacher Innenstadt, die allerdings von den Beteiligten nicht immer unvoreingenommen betrachtet wurde. Es muss als Bestandteil der Innenstadt gewertet werden. Das Brücken-Center ist zwar „der“ Konkurrenzstandort für die Ansbacher Altstadt, gleichzeitig kann sich die Stadt Ansbach aber glücklich schätzen in derart zentraler Lage ein derartig umfangreiches und breites Angebot verortet zu haben.

Mit seinen Angeboten weist das Brücken-Center einen idealen Branchen-Mix auf, der die Attraktivität dieses Standortes ausmacht. Es weist in allen Sortimentsbereichen außer im Bereich der Einrichtungsgegenstände und der Baumarktsortimente (seit der Insolvenz von Praktiker) eine hohe Versorgungsqualität auf. Eine weitere Stärke des Brücken-Centers neben seiner Vielfalt und seinem Branchen-Mix liegt in seiner Erreichbarkeit.

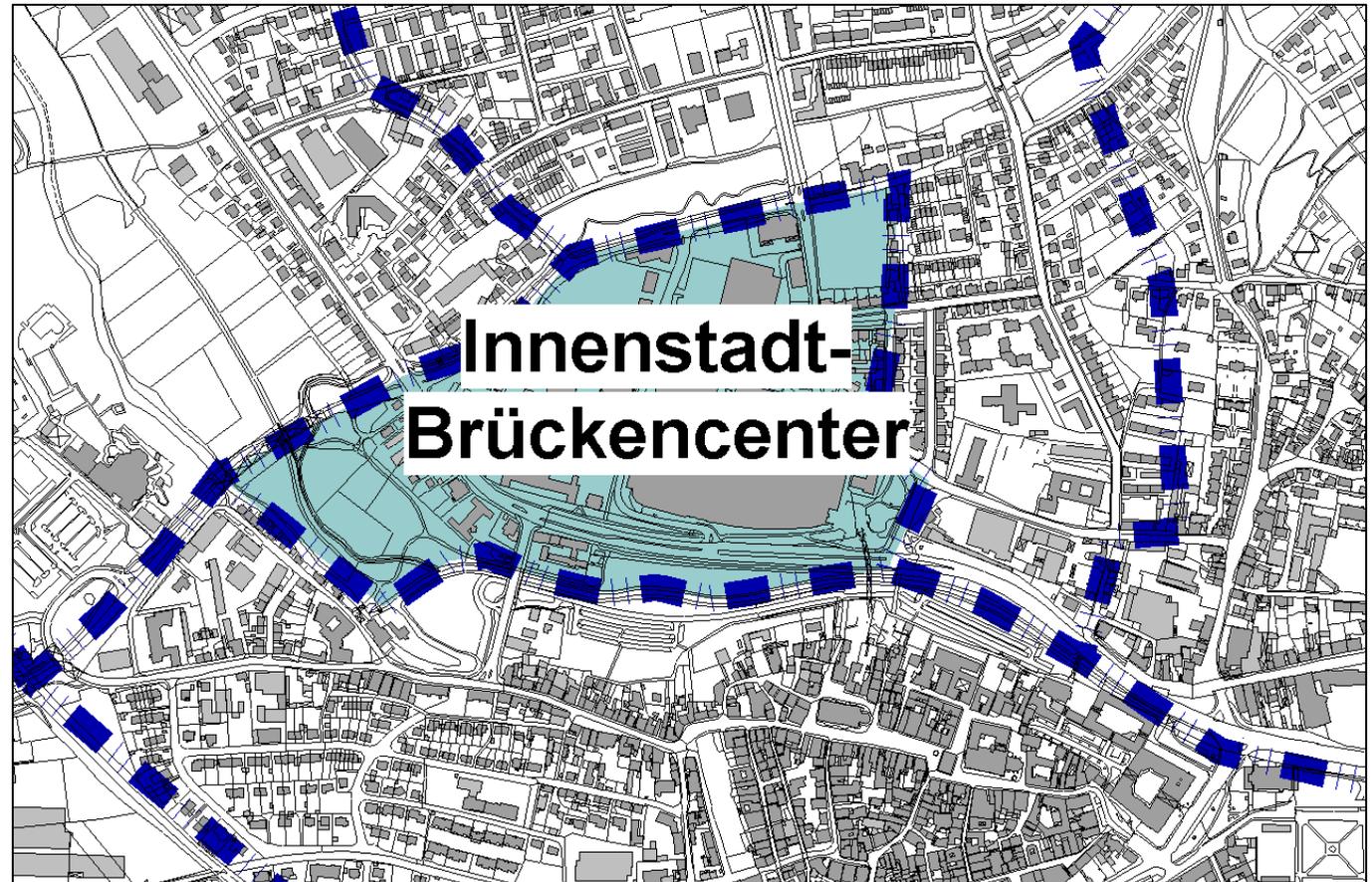


Abbildung 45

**Versorgungsqualitäten:**

Für vier der sechs Sortimentsgruppen weist das Brücken-Center eine mindestens gesamtstädtische Versorgung auf.

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Gesamtstädtische bis regionale Versorgung
Technik	Gesamtstädtische bis regionale Versorgung
Textilien, Schuhe	Gesamtstädtische Versorgung
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Gesamtstädtische Versorgung
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Geringe Versorgungsqualität
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

**Ziel:**

Das Brücken-Center muss als integraler Bestandteil der Innenstadt behandelt werden. Somit ist die Ansiedlung aller, u.a. auch zentrenrelevanter Sortimente möglich. Für die Festlegung von Versorgungsbereichen wurde noch im EEK von 2010 eine Unterscheidung zwischen dem südlichen Center-Bereich (kleinteiliges Einzelhandelsangebot) und der nördlichen Erweiterung (Discount- / nicht zentrenrelevantes Angebot) getroffen. Nach intensiver Diskussion und Abwägung wurde diese Unterscheidung aufgehoben. Das Brücken-Center wird als gesamtheitlicher Standort eingeordnet und dem zentralen Versorgungsbereich der Stadt Ansbach zugeordnet. Die Auswirkungen dieser Veränderung schlagen sich in den Vorschlägen zum zentralen Versorgungsbereich nieder.

Für den weiteren Erhalt der Attraktivität des Brücken-Centers muss die Angebotsvielfalt des Standortes erhalten werden. Durch den Wegfall des Praktiker-Standortes wurde diese Vielfalt leider eingeschränkt. Bei der Neubelegung von Verkaufsflächen ist darauf zu achten, dass keine einseitige Ausrichtung des Angebots vor allem in Richtung Textilien und Schuhe erreicht wird. Da diese Reglementierung baurechtlich nur teilweise umsetzbar ist, sollte eine privatrechtliche Vereinbarung zwischen der Stadt und dem Brücken-Center getroffen werden. Wesentlicher Inhalt dieser Vereinbarung ist eine Begrenzung der Neuansiedlung von Anbietern im Bereich Textilien und Schuhe (z.B. maximal 2.400 m<sup>2</sup> pro Standort).

Grundsätzlich sollte das Brücken-Center bei allen innerstädtischen Maßnahmen mit berücksichtigt und eingebunden werden. Gleiches gilt auch für die umgekehrte Situation. Das Brücken-Center muss bei allen Aktivitäten diese mit den Akteuren der Altstadt abstimmen.

**Versorgungsbereiche:**

Abgrenzung eines „zentralen Versorgungsbereichs“ (ZVB) zusammen mit der Altstadt. Das Brücken-Center zählt nun insgesamt zum zentralen Versorgungsbereich, auch der nördliche Teil (vormals Ergänzungsbereich Nahversorgung) wird hinzugechnet. Die weitere Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten muss allerdings wie oben beschrieben reglementiert werden.

**Flankierende Maßnahmen:**

Es besteht eine enge und direkte Zusammenarbeit des Brücken-Centers mit dem Rest der Innenstadt - Altstadt. Im bisherigen Prozess ist es gelungen die Konkurrenzsituation zwischen beiden Standorten in ein konstruktives Miteinander zu entwickeln.

Im Zuge des professionellen Citymarketings gilt es, die Belange aller Akteure der Innenstadt weiter zu fördern. Über die Beteiligung des Brücken-Centers am Vorstand des Vereins ist eine inhaltliche und fachliche Einbindung in die Entscheidungsfindungen gewährleistet.

Die Anbindung des Brücken-Centers über die namensgebende Brücke an die Ansbacher Altstadt bildet einen der wichtigsten Faktoren, um beide Seiten voneinander profitieren zu lassen. Bezüglich der Aufwertung entlang der Verbindungsachse ist vor allen Dingen die Seite der Altstadt gefordert. Eine Aufwertung des Brückenbereichs (z.B. Überdachung, Stände) könnte dazu unter Umständen beitragen. Dazu wäre allerdings ein Neubau dieser Brückenverbindung notwendig.

## 5.2 WÜRZBURGER LANDSTRAßE

### Abgrenzung:

Der Bereich Würzburger Landstraße grenzt stadtauswärts direkt an die Altstadt und das Brücken-Center an. Der Bereich liegt beiderseits der Würzburger Landstraße und der Rothenburger Straße, im Südwesten abgegrenzt durch die Barriere Bahnlinie, im Osten verläuft die Grenze durch die Wohn- und Gewerbegebiete zwischen der Würzburger Landstraße bzw. Rothenburger Straße und der Rügländer Straße, die jeweils hälftig den beiden Teilräumen zugeordnet sind. Stadtauswärts wurde der Ortsteil Wasserzell diesem Teilbereich noch zugerechnet.

### Beschreibung:

Der Bereich entlang der Würzburger Landstraße ist durch typische „verkehrsorientierte“ Einzelhandelsangebote geprägt. Discounter- und Fachmarktstandorte ordnen sich entlang der Hauptausfallstraße (B13) an. Am nördlichen Stadtrand begrenzt ein großer Schulstandort (Realschule, Gymnasium) das Stadtgebiet, in dessen direkter Nachbarschaft ein Versorgungszentrum (EDEKA) angesiedelt ist, das allerdings nur durch Wohngebiete erreichbar ist. Im Bereich der Rothenburger Straße ist die Ansiedlung eines weiteren Discountmarktes (Norma) mit benachbartem Drogeriemarkt geplant, allerdings noch nicht in die vorliegenden Berechnungen einbezogen, da zum Erhebungszeitpunkt noch keine baulichen Aktivitäten zu erkennen waren.

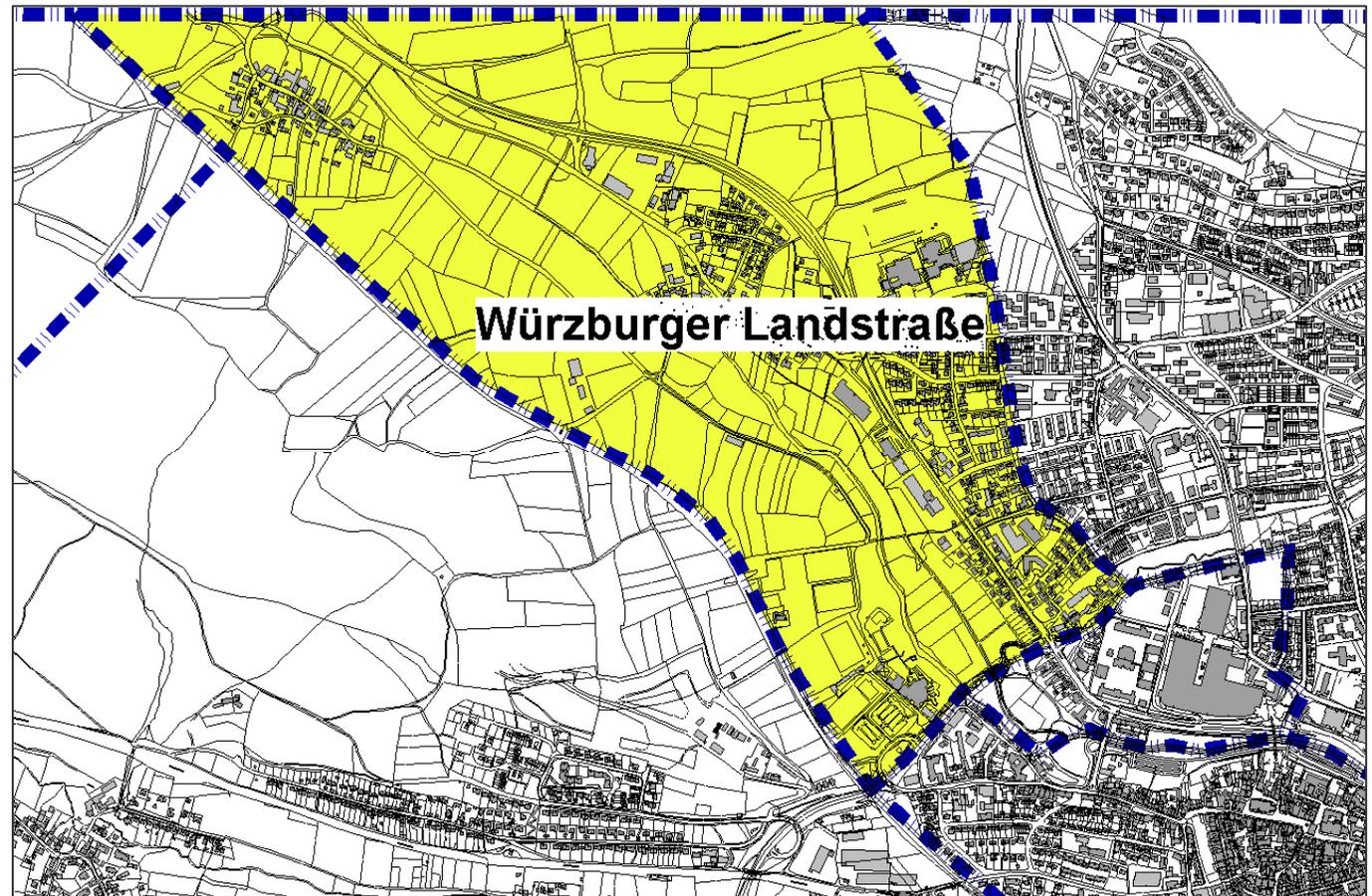


Abbildung 46

Als Angebotsstandort kann der Teilbereich Würzburger Landstraße durchaus Funktionen für den gesamten nördlichen Bereich von Ansbach übernehmen. Gleichzeitig übernimmt er Versorgungsfunktion für das nördliche und nordwestliche Umland (entlang B13). Die Versorgungsqualität liegt vor allem im Bereich der Güter des technischen Bedarfs und des periodischen Bedarfs. In den typisch zentrenrelevanten Produktgruppen bestehen kaum Versorgungsqualitäten.

### Versorgungsqualitäten:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Stadtteilversorgung mit regionalen Ansätzen
Technik	Gesamtstädtische bis regionale Versorgung
Textilien, Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Stadtteilversorgung
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

### Ziel:

Der Bereich entlang der Würzburger Landstraße / Rothenburger Straße muss vorrangig Versorgungsqualität in nicht zentrenrelevanten Produkten des aperiodischen Bedarfs übernehmen. Die Ansiedlung oder Erweiterung im Bereich von technischen Gütern, Gütern im Baumarktsortiment und im Einrichtungsbedarf wird als unproblematisch gesehen.

Für den Bereich des periodischen Bedarfs (Nahversorgung) ist eine Stadtteilversorgung gegeben. Die Versorgungsqualität durch Aldi und EDEKA (zukünftig noch Norma mit benachbartem Drogeriemarkt), die auch über den Teilbereich hinaus wirkt, muss funktional erhalten bleiben. Allerdings ist dies nicht zwingend an den bestehenden EDEKA-Standort gebunden, der als problematisch (Anbindung im Wohngebiet) gesehen wird. Ein möglicher Alternativstandort müsste gemeinsam mit der Versorgung der beiden benachbarten Stadtteile des Ansbacher Nordens gesehen werden.

### Versorgungsbereiche:

Abgrenzung eines Ergänzungsbereichs Nahversorgung im Bereich der Rothenburger Straße / Würzburger Landstraße. Zusätzlich Abgrenzen eines Ergänzungsbereichs Nahversorgung im Bereich Schleifweg, vor allem hinsichtlich des vorhandenen Bauerwartungslandes nördlich des Schulstandortes.

### Flankierende Maßnahmen:

Grundsätzlich gilt es, die Erreichbarkeit des Teilbereiches (v.a. der Ergänzungsbereiche Nahversorgung) zu sichern und weiter zu entwickeln. Dies gilt sowohl für den ÖPNV als auch für die Rad- und Fuß-Verbindungen in die nördlichen Stadtteile (Querverbindungen).

### 5.3 RÜGLÄNDER VIERTEL

#### Abgrenzung:

Der Teilbereich Rügländer Viertel bildet den Kernbereich des Ansbacher Nordens, der zu beiden Seiten der Rügländer Straße liegt. Im südlichen Bereich grenzt der Teilbereich bis an die Innenstadt im Bereich des Geländes an der Brauhausstraße. Im Osten wurde die Begrenzung nicht ganz bis an die Schlossstraße herangezogen. Aufgrund des fließenden Übergangs ist dieser Teilbereich oft mit dem östlich anschließenden Teilbereich Hennenbach / Schlossvorstadt gemeinsam zu betrachten.

Durch die Ansiedlung des neuen EDEKA-Marktes an der Brauhausstraße erhält dieser Bereich rechnerisch eine hohe Zusatzversorgung im Bereich der Sortimente des täglichen Bedarfs, der allerdings auch gesamtstädtische Auswirkungen zeigt.

#### Beschreibung:

Das Rügländer Viertel ist ein vorrangig von Wohnfunktion dominierter Bereich, der in vielen Bereichen des Einzelhandels Unterversorgung aufweist. Die Ansiedlung von Einzelhandel am Standort Rettistraße hat diese Versorgungssituation deutlich verbessert. Die Bewohner sind auch für periodische Güter teilweise auf benachbarte Versorgungsstandorte angewiesen, gleichzeitig übernimmt der Stadtteil im Bereich periodischer Güter auch Versorgungsfunktionen.

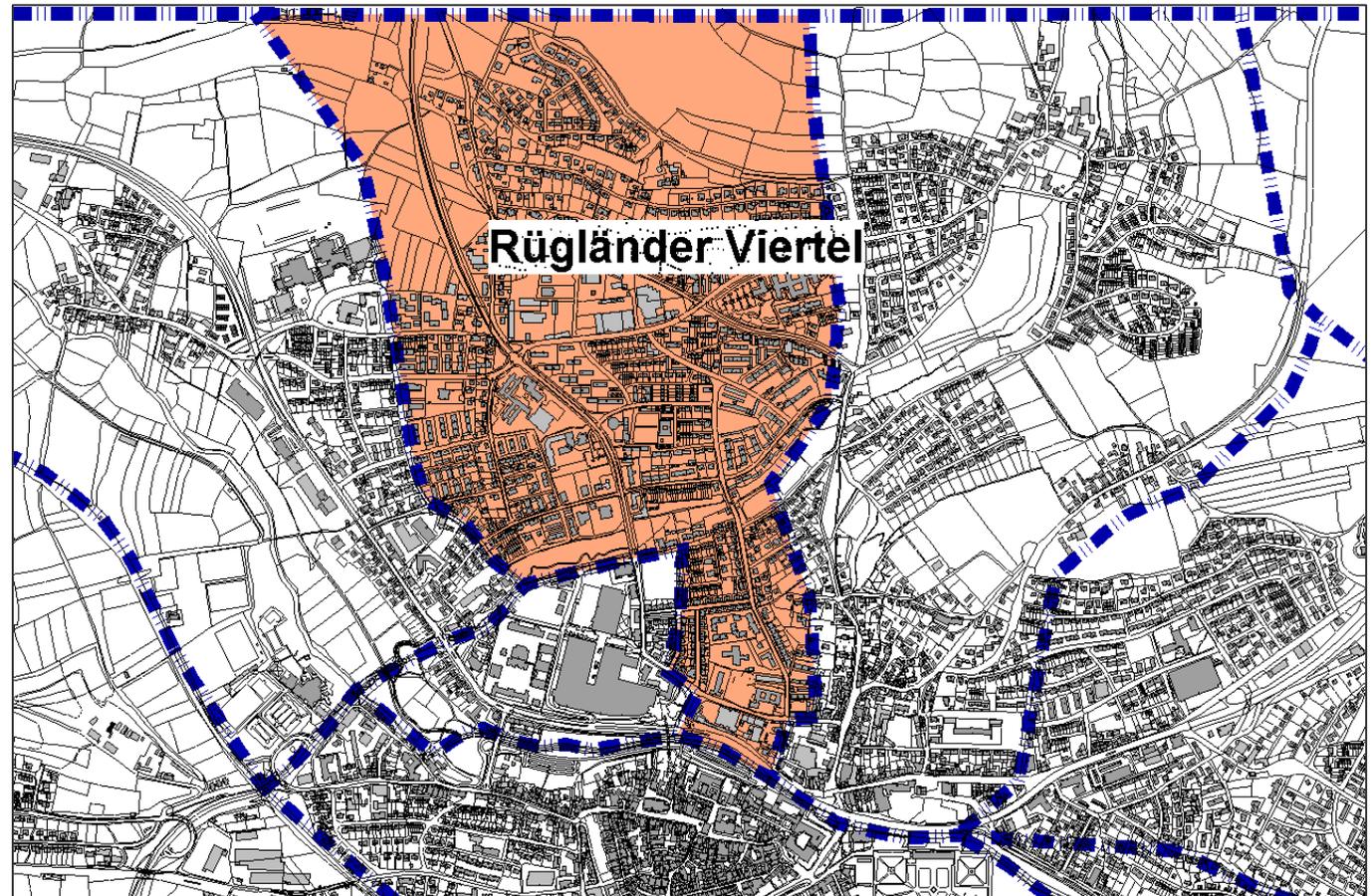


Abbildung 47

**Versorgungsqualitäten:**

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Stadtteilversorgung mit gesamtstädt. Anteilen
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien, Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Geringe Versorgungsqualität
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

**Ziel:**

Das Rügländer Viertel muss weiterhin in seiner Funktion als vorrangiger Wohnstandort gestärkt und weiterentwickelt werden. Weitere Versorgungsstandorte haben dort allerdings in beschränktem Maße Ansiedlungspriorität, vor allem, wenn dadurch die Gesamtversorgung des nördlichen Bereiches (inkl. Hennenbach) verbessert werden kann. Im Bereich der Güter aus dem Sortimentsbereich Körperpflege, Reinigung besteht Ergänzungsbedarf.

Durch die Ansiedlung eines Vollsortimentmarktes auf dem ehemaligen Brauereigelände im äußersten Süden erhält der Bereich eine rechnerische Überversorgung. Der neue Standort zielt allerdings nur zu einem geringen Teil auf das Rügländer Viertel. Der Standort wird dem speziellen Ergänzungsbereich des ZVB der Innenstadt zugerechnet. An den bestehenden Nahversorgungsstandorten (v.a. Rettistraße) kann eine maßvolle Ergänzung des Angebots im Bereich der Güter des periodischen Bedarfs stattfinden, da dieser Bereich Versorgungsfunktionen für das Rügländer Viertel und den Teilbereich Hennenbach / Schlossvorstadt übernehmen kann.

**Versorgungsbereiche:**

Abgrenzung eines „Ergänzungsbereichs Nahversorgung“ im Bereich um den Lidl-Standort (Rettistraße). Dieser Standort übernimmt zentrale Versorgungsfunktion für den gesamten Ansbacher Norden und kann im Rahmen der gesamtstädtisch berechneten Ansiedlungsbedarfe unter Berücksichtigung der Bedarfe in anderen Teilbereichen auch noch erweitert werden.

Der neue Vollsortimentmarkt an der Brauhausstraße wird dem speziellen Ergänzungsbereich des zentralen Versorgungsbereichs zugeordnet. Für diesen Standort wurde bereits in einer speziellen Stellungnahme auf die maximal wünschenswerten Dimensionen und Ausprägungen einer Ansiedlung von Einzelhandel detailliert eingegangen.

**Flankierende Maßnahmen:**

Grundsätzlich gilt es, die Erreichbarkeit des Teilbereiches (v.a. der Ergänzungsbereich Nahversorgung) zu sichern und weiter zu entwickeln. Dies gilt vorrangig für die Rad- und Fuß-Verbindungen in die nördlichen Stadtteile (Querverbindungen). Die ÖPNV-Anbindung ist in diesem Bereich vorhanden, kann aber verbessert werden. Für alle verkehrlichen Verbesserungen muss immer die Erreichbarkeit der Ergänzungsbereiche Nahversorgung eine wichtige Rolle spielen.

Für den zu entwickelnden Bereich an der Brauhausstraße besteht der eindeutige Bedarf, die Anbindung des Entwicklungsbereichs an die Innenstadt qualitativ zu verbessern.

## 5.4 HENNENBACH / SCHLOSSVORSTADT

### Abgrenzung:

Der Teilbereich Hennenbach / Schlossvorstadt umfasst den östlichen Teil der Ansbacher Nordstadt, sozusagen den Bereich, der sich zu beiden Seiten des gleichnamigen Baches erstreckt. Im Süden erstreckt sich dieser Teilbereich bis an die Residenzstraße und beinhaltet somit auch die Bereiche entlang der westlichen Nürnberger Straße. Die Grenzziehung Richtung Osten wurde vorrangig an der Zuordnung zum Einzelhandel an der B14 und orientiert an der Topografie festgelegt.

### Beschreibung:

Der Bereich Hennenbach / Schlossvorstadt ist noch mehr als das Rügländer Viertel ein vorrangig von Wohnfunktion dominierter Bereich, der in vielen Bereichen Unterversorgung aufweist. Es bestehen keine vorhandenen Versorgungsstandorte. Zur Stadtteilversorgung müssen benachbarte Stadteile erreichbar sein.

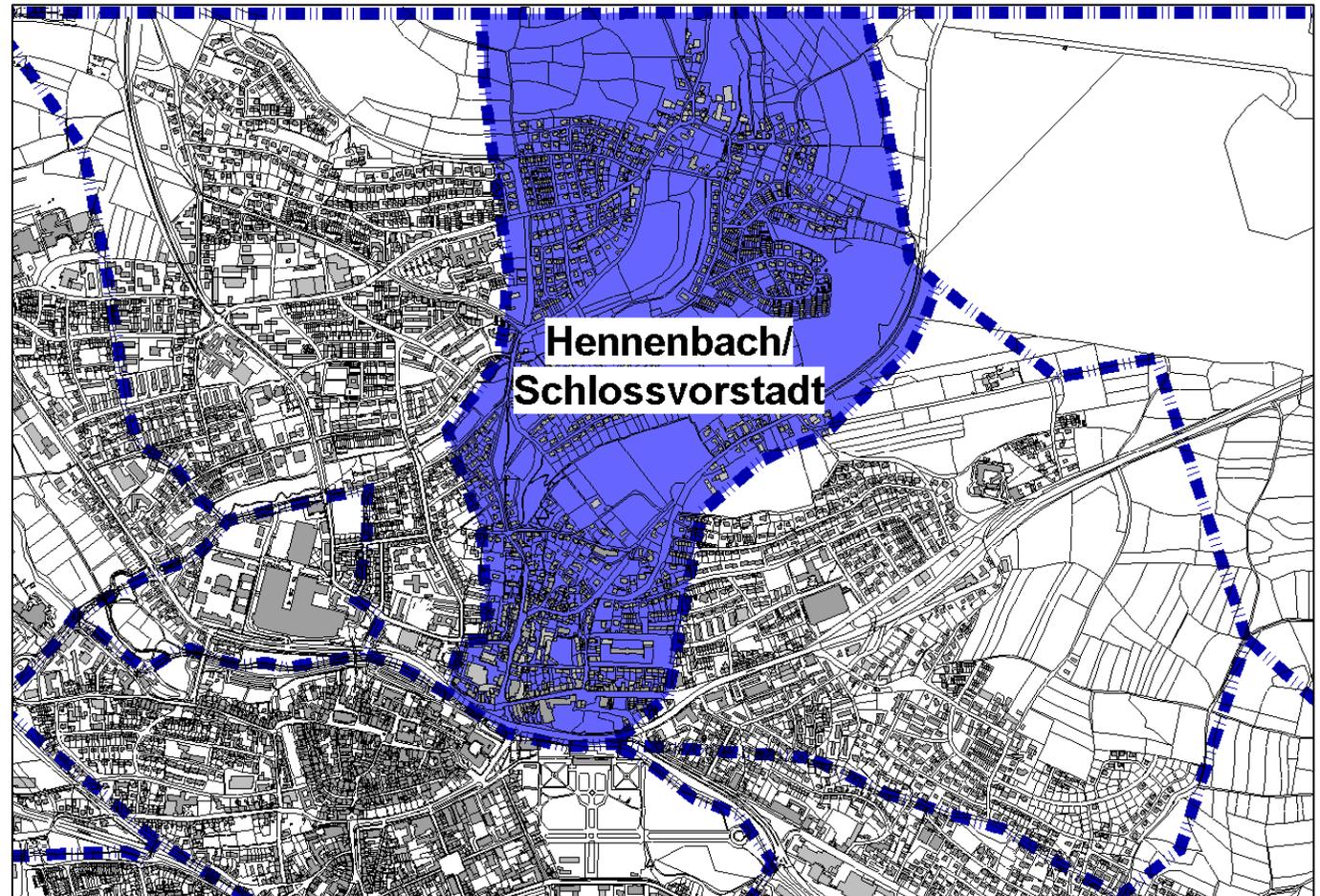


Abbildung 48

### Versorgungsqualitäten:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien, Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Geringe Versorgungsqualität
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

### Ziel:

Der Stadtteil Hennenbach / Schlossvorstadt muss weiterhin als vorrangiger Wohnstandort entwickelt werden. Weitere Versorgungsstandorte haben dort keine Ansiedlungspriorität, da zum einen die Nachfragedimension des Teilbereichs nicht ausreicht, zum anderen kein zusätzliches Verkehrsaufkommen verursacht werden soll.

Einzige Ausnahme ist der Bereich der Nürnberger Straße im äußersten Süden, der dem Ergänzungsbereich des ZVB der Innenstadt zugerechnet wird. Allerdings sind Ansiedlungen in diesem Bereich bereits für den Bereich an der Brauhausstraße in der Umsetzung, so dass für die potenziellen Ansiedlungsflächen südlich der Nürnberger Straße keine Ansiedlungen im Bereich Einzelhandel in Frage kommen werden.

### Versorgungsbereiche:

Der Bereich an der Nürnberger Straße muss zum speziellen Ergänzungsbereich des zentralen Versorgungsbereichs hinzugerechnet werden.

### Flankierende Maßnahmen:

Im Teilbereich Hennenbach / Schlossvorstadt spielt die Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr (MIV), den ÖPNV und den Fuß- und Radverkehr eine Rolle. Durch die topografische Abgrenzung hin zur Nürnberger Straße (Kaufland) und den Verlauf der Buslinie (757) ist der Bereich nur über den MIV an den Versorgungsstandort Kaufland angebunden. Die Hauptorientierung der Verkehrswege führt Richtung Brücken-Center bzw. Brauhausstraße. Weiter gilt die Entwicklung der Anbindung an die benachbarten nördlichen Stadtteile (Nahversorgungsbereich Rettiststraße). Dabei müssen vor allem die vorhandenen Barrieren (Bachlauf) und die ausgeprägte Topografie berücksichtigt werden.

### Ergänzende Erläuterungen:

An der Abgrenzung des Bereichs Hennenbach / Schlossvorstadt wurde mehrfach im Zuge der Beteiligung 2010 Kritik laut. Die Tatsache den Bereich des östlichen Brauhausareals diesem Teilbereich zuzuschlagen war durchaus überlegt und bewusst. Hauptgründe für die gewählte Abgrenzung liegen in der verkehrlichen Erschließung über die Schlossstraße (motorisierter Individualverkehr) und die Jüdtstraße (ÖPNV).

## 5.5 PFAFFENGREUTH / B14 - OST

### Abgrenzung:

Der Teilbereich Pfaffengreuth / B14 - Ost liegt zu beiden Seiten der Nürnberger Straße (B14). Seine Abgrenzung orientiert sich vorrangig an den topografischen Gegebenheiten, die hier zu beiden Seiten der Nürnberger Straße eine jeweils eindeutige Zuordnung zur Hauptachse ermöglichen. Der Teilbereich beginnt an der Verzweigung Nürnberger und Eyber Straße und umfasst von hier an das gesamte geschlossene Stadtgebiet, keine weiter außen folgenden Ortsteile.

### Beschreibung:

Mit dem Kaufland-Standort weist der Stadtteil einen der größeren Ansbacher Nahversorgungsstandorte auf. Daneben bestehen einige weitere Standorte, die sich allesamt an der Verkehrsachse Nürnberger Straße orientieren.

Insgesamt weist der Teilbereich eine gute Versorgung mit verschiedenartigen Gütern auf. Hohen Einzugsbereich weist der Teilbereich beim Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel auf. Deutlich unterdurchschnittlich ist der Versorgungsgrad im Bereich Möbel, Einrichtungsbedarf.

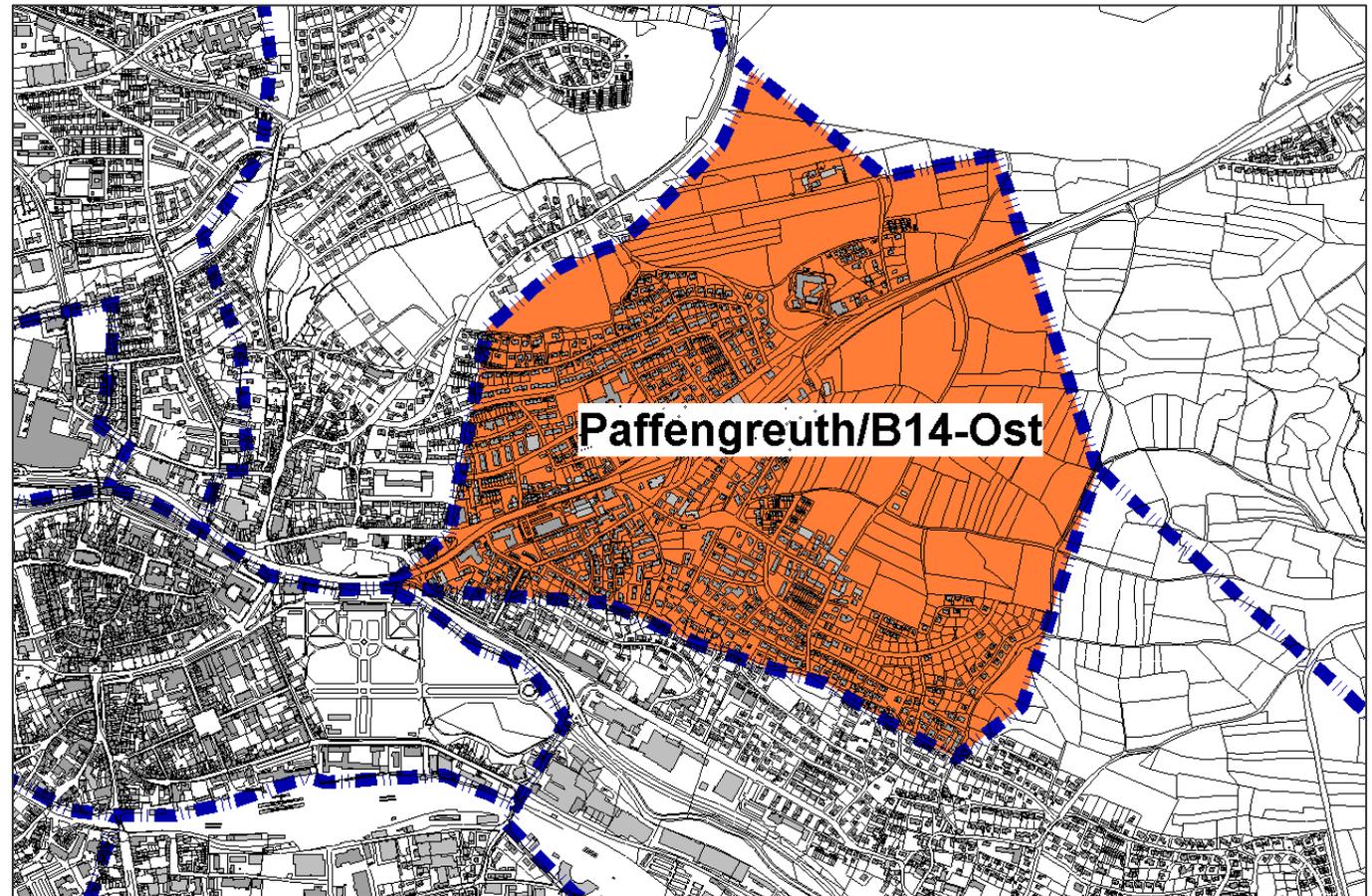


Abbildung 49

### Versorgungsqualitäten:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Gesamtstädtische Versorgung
Technik	Stadtteilversorgung
Textilien, Schuhe	Stadtteilversorgung
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Stadtteilversorgung
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Stadtteilversorgung
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

### Ziel:

Der subzentrale Nahversorgungsstandort an der Nürnberger Straße (Kaufland) sollte erhalten und ggfs. noch weiter gestärkt werden, vor allem im Hinblick auf die Stadterweiterungsflächen am Stadtrand zu beiden Seiten der Nürnberger Straße.

Weitere vor allem größerflächige Versorger im sonstigen Stadtteil, vor allem abseits der Hauptachse Nürnberger Straße, sind zu vermeiden, da die Standorte an der Nürnberger Straße ausreichend verkehrsgünstig für die teilräumliche Versorgung sind.

### Versorgungsbereiche:

Ein Ergänzungsbereich Nahversorgung um den Kaufland-Standort an der Nürnberger Straße sollte großzügig abgegrenzt werden, um potenzielle Ergänzungsansiedlungen v.a. im Hinblick auf die genannten Stadterweiterungen zu ermöglichen.

### Flankierende Maßnahmen:

Verbesserung der Erreichbarkeit des Bereiches (v.a. des Ergänzungsbereichs Nahversorgung) unter Berücksichtigung der topografischen Lage und der Barrierewirkung der Nürnberger Straße. Dies gilt sowohl für den ÖPNV als auch für die Rad- und Fuß-Verbindungen in die benachbarten nördlichen und östlichen Stadtteile.

## 5.6 EYB

### Abgrenzung:

Der Teilbereich Eyb wurde sehr großräumig abgegrenzt, weist jedoch vor allem in seinem Kernbereich Bebauung für die Funktionen Wohnen und Gewerbe auf. Der Teilraum umfasst den Stadtteil Eyb bis hin zur topografischen Abgrenzung (Bergkante) hin zur Nürnberger Straße (Pfaffengreuth). Im Talbereich wurden auch die Gewerbebereiche um den Pilipp-Standort mit dem angrenzenden Gewerbegebiet dem Teilraum zugerechnet. Einzelstandorte jenseits der Bahnlinie wurden ebenfalls dem Teilbereich zugeordnet.

### Beschreibung:

Der Teilbereich Eyb wird hinsichtlich des Verkaufsflächenangebots im Einzelhandel durch den Standort „Möbelhaus Pilipp“ als größtem Einzelhandelsstandort in der Stadt klar dominiert. Die Nahversorgung vor allem mit Gütern des täglichen, periodischen Bedarfs wird in erster Linie durch Standorte am östlichen Rand (Gewerbegebiet Eyb) partiell gewährleistet. Die zentrumsnahen westlichen Bereiche des Teilbereichs Eyb müssen durch die benachbarten Stadtteile (Innenstadt - Altstadt, Pfaffengreuth / B14 - Ost) mit versorgt werden. Ein altes Ortszentrum in Eyb trägt noch partiell zur Versorgung bei, müsste jedoch mittelfristig gestärkt werden.

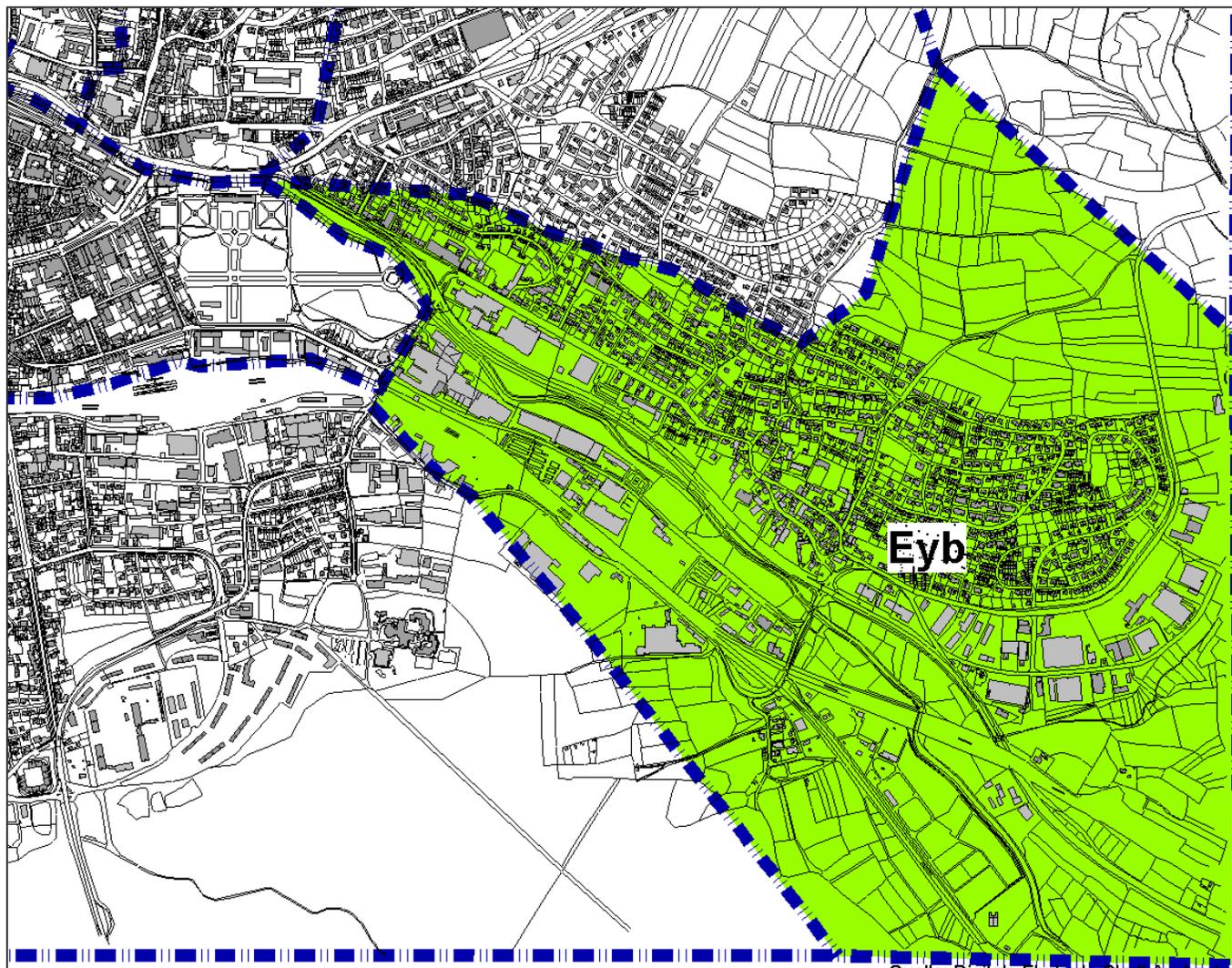


Abbildung 50

### Versorgungsqualitäten:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Stadtteilversorgung
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien, Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Geringe Versorgungsqualität
Möbel, Einrichtungsbedarf	Gesamtstädtische und regionale Versorgungsqualität

### Ziel:

Der Teilbereich Eyb ist nur in seinen Randbereichen (Südrand: Pilipp, Ostrand: Discounter im Gewerbegebiet) gut versorgt. Die Versorgungssituation in den innenstadtnahen Bereichen und in den zentralen Bereichen des Stadtteils sollte vor allem im periodischen Bereich verbessert werden. Wesentlicher Ansatzpunkt für eine Verbesserung im zentralen Bereich ist eine Entwicklung des alten Eyber Ortszentrums, das vor Jahren durch die Verlagerung des Aldi-Standortes einen attraktiven Frequenzbringer verloren hat.

### Versorgungsbereiche:

An der Peripherie des Teilbereichs soll die Abgrenzung eines Ergänzungsbereichs Nahversorgung um die Standorte von Aldi und Norma in Eyb zur Sicherung dieses Standortes führen, der allerdings nicht weiter entwickelt werden sollte. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept sieht im Bereich Eyb zwei weitere potenzielle Entwicklungsbereiche, die allerdings alternativ zu entwickeln wären.

1. Festlegung eines Ergänzungsbereichs Nahversorgung im Bereich des Ortskerns von Eyb. Sicherung der Nachfolgenutzung des ehemaligen Aldi-Standorts mit vorrangig Gütern des periodischen Bedarfs; Gewährleistung einer an der Nahversorgung orientierten Entwicklung der vorhandenen Bauflächen im Bereich des alten Ortszentrums (Ziel: Ergänzung des Branchen-Mix).
2. Festlegung eines Ergänzungsbereichs Nahversorgung am heutigen Schafft-Areal zur Sicherstellung einer an der Nahversorgung orientierten potenziellen Entwicklung in diesem Bereich. Der Ergänzungsbereich Nahversorgung Eyb-Nord am Schafft-Areal wird als alternativer Standort zum Standort im Ortskern von Eyb gesehen. Das heißt eine Stärkung des Nahversorgungsbezugs Eyb-Nord sollte nur stattfinden, wenn es nicht gelingt im Bereich des Ortskerns von Eyb Betriebe v.a. des periodischen Bedarfs anzusiedeln.

### Flankierende Maßnahmen:

Verbesserung der Erreichbarkeit der Nahversorgungsbereiche (Ortskern Eyb, Gewerbegebiet Eyb). Dies gilt sowohl für den ÖPNV als auch für die Rad- und Fuß-Verbindungen in die benachbarten Stadtteile unter Berücksichtigung der topografischen Situation.

## 5.7 SÜDSTADT

### Abgrenzung:

Die Ansbacher Südstadt bildet einen relativ großen Bereich, der im Norden durch den Bahnhof und die Bahnachse begrenzt wird. Das Wohn- und Mischgebiet im Südwesten zwischen Bandel- und Oberhäuser Straße wird auf die beiden Teilbereiche Südstadt und B14 - West aufgeteilt. Weiteres Charakteristikum der Südstadt ist die ausgeprägte Topografie, die sich südwärts aus dem Talkessel heraus entwickelt.

### Beschreibung:

Der Bereich der Ansbacher Südstadt weist zwei Nahversorgungsbereiche auf, die gewissermaßen die topografische Zweiteilung des Teilbereichs dokumentieren: zum einen den Bereich an der Welslerstraße in unmittelbarer Bahnhofsnähe, zum anderen die Standorte an der Meinhardswindener Straße, in direkter Nähe zur B13 und bereits auf der topografischen Höhe. Darüber hinaus bestehen Standorte im westlichen Übergangsbereich zum Teilraum B14 - West. Damit ergibt sich eine grundsätzlich sehr gute Gesamtversorgung.

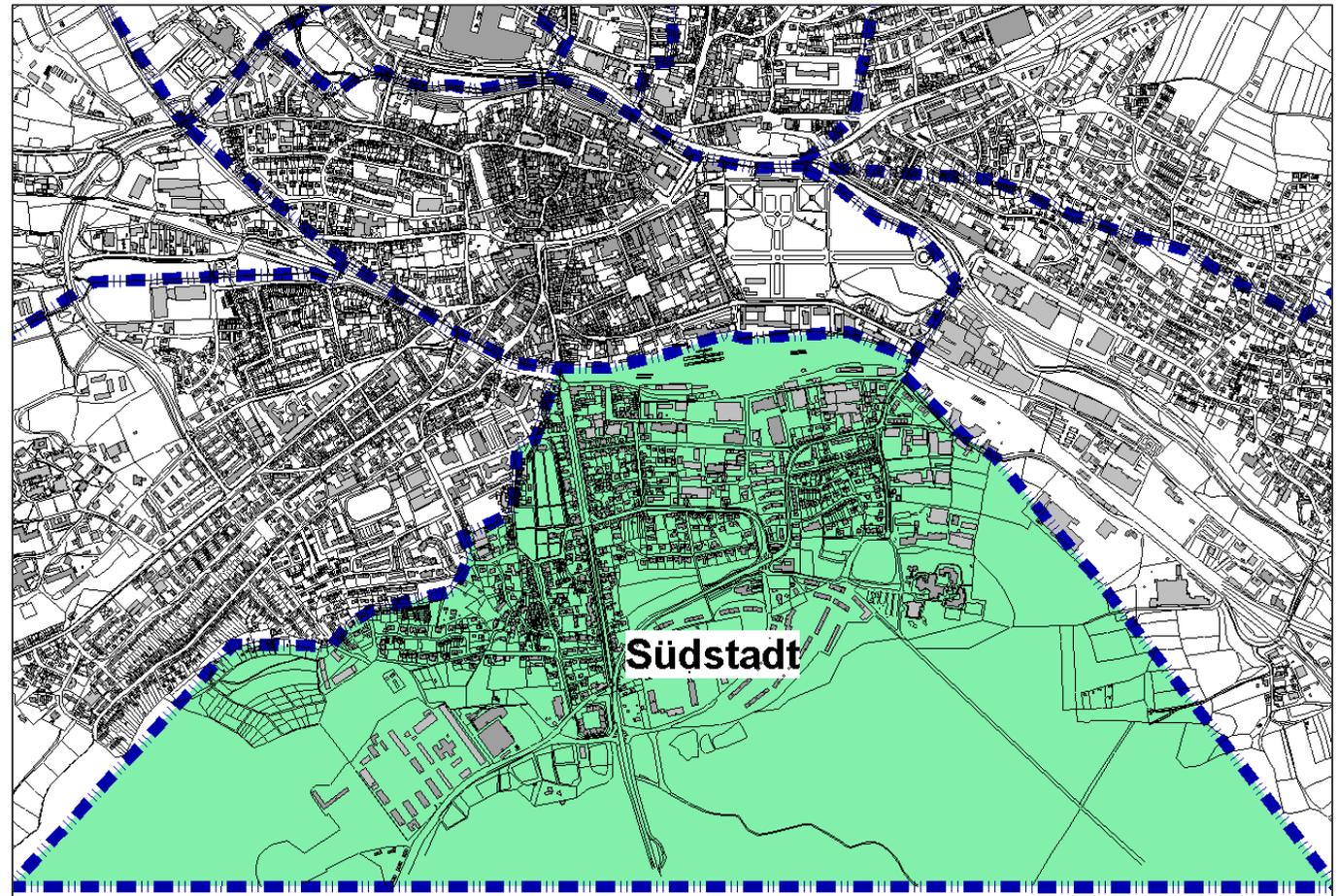


Abbildung 51

### Versorgungsqualitäten:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	gesamstädtische Versorgung
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien, Schuhe	Stadtteilversorgung
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Geringe Versorgungsqualität
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

### Ziel:

Die Stadtteilversorgung im periodischen Bedarf ist gut, da sie von ihrer Dimension deutlich über den Stadtteil hinaus fungiert (Achse B13). Weitere Versorgungsstandorte sind damit in der Südstadt definitiv nicht nötig. Teile der westlichen Südstadt können funktional dem Innenstadtbereich zugerechnet werden, da in diesem Bereich die Barriere Bahnlinie an drei Stellen verkehrlich durch Straßen überwunden wird (Endresstraße, Fischerstraße, Maximilianstraße). Damit können funktionale Verflechtungen zwischen beiden Teilbereichen stattfinden.

### Versorgungsbereiche:

Abgrenzung von Ergänzungsbereichen Nahversorgung im Bereich der Welslerstraße (Ergänzungsbereich Nahversorgung Welslerstraße) und an der Meinhardswindener Straße (Ergänzungsbereich Nahversorgung Süd). Beide Ergänzungsbereiche Nahversorgung sind derart ausgeprägt und gut versorgt, dass keine Erweiterung angestrebt wird.

Bildung eines weiteren Ergänzungsbereichs Nahversorgung im Übergangsbereich zum südwestlich anschließenden Stadtteil im Bereich Louis-Schmetzer- / Türkenstraße (Ergänzungsbereich Nahversorgung Südwest).

### Flankierende Maßnahmen:

Der Bereich der Südstadt sollte verstärkt in die Planungen der Innenstadt einbezogen werden. Die Südstadt kann leicht Versorgungsfunktionen z.B. im Bereich der Güter des periodischen Bedarfs für die Innenstadt (v.a. den südlichen Bereich, der nicht im Einzugsbereich von Brücken-Center und Kaufland liegt) übernehmen. Gleichzeitig übernimmt die Innenstadt höherwertige Versorgungsfunktionen für den Teilbereich Südstadt. Die vorhandenen verkehrlichen Verknüpfungen müssen qualitativ für alle Verkehrsträger verbessert werden.

## 5.8 B14 - WEST

### Abgrenzung:

Der als B14 - West bezeichnete Bereich erstreckt sich um die westlich ausfallende Bundesstraße B14 (Feuchtwanger Straße, Knebelstraße). Seine nördliche Begrenzung bildet naturräumlich der Fürstengraben, zur Innenstadt hin die Bahnlinie und der Mischbereich zur Südstadt hin ist nach Einzugsbereichen zu den Hauptausfallstraßen abgegrenzt.

### Beschreibung:

Der Bereich entlang der Bundesstraße B14 im Westen der Stadt weist im Bereich der Güter des periodischen Bedarfs eine ausreichende Versorgungsqualität auf. In allen anderen Bereichen besteht eine geringe Versorgungsqualität. Der Stadtteil wird in weiten Teilen von der Innenstadt und der Südstadt mit versorgt.

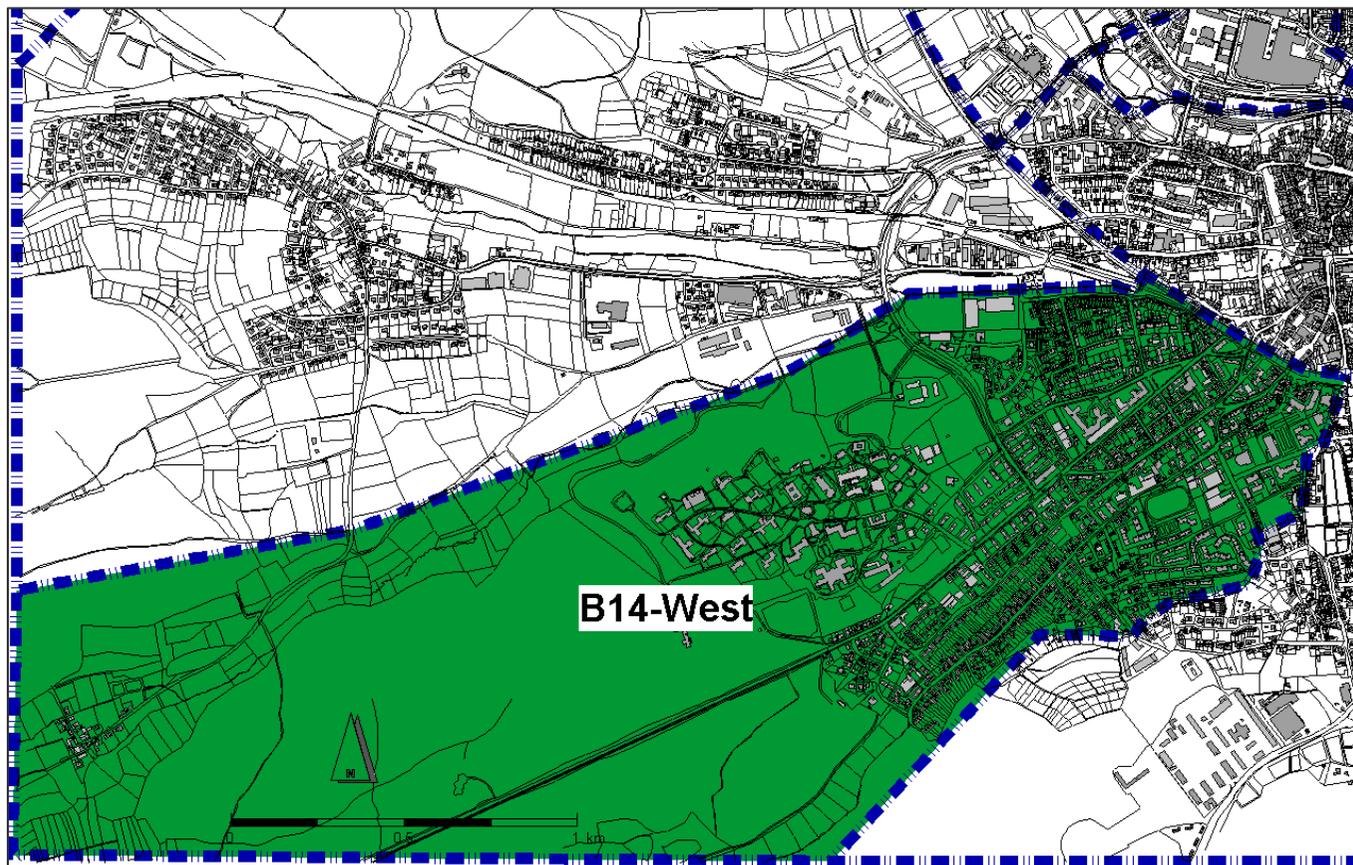


Abbildung 52

### Versorgungsqualitäten:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Stadtteilversorgung
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien, Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Geringe Versorgungsqualität
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

### Ziel:

Durch den bestehenden Norma-Standort an der Türkenstraße und den Lidl-Standort an der Louis-Schmetzer-Straße, ergänzt noch um einen kleineren EDEKA-Standort in der Benzstraße, besteht zumindest rechnerisch eine ausreichende Versorgung im periodischen Bereich. Allerdings muss die Produktbreite durch angrenzende Teilbereiche geleistet werden. Die Versorgung des Stadtteils muss in Kombination mit der Südstadt und dem Bereich Schalkhäuser (Land) Straße gesehen werden. Ähnlich wie im Teilbereich Südstadt ist eine enge Verzahnung hinsichtlich der Versorgung mit dem Bereich der Innenstadt gegeben.

### Versorgungsbereiche:

Abgrenzung eines Ergänzungsbereichs Nahversorgung im Bereich Louis-Schmetzer- / Türkenstraße (Ergänzungsbereich Nahversorgung Südwest). In diesem Bereich sind weitere Ansiedlungen z.B. im Bereich des Sortimentsbereichs Gesundheits- und Körperpflege sinnvoll.

### Flankierende Maßnahmen:

Der Teilbereich B14 - West sollte verstärkt in die Planungen der Innenstadt einbezogen werden. Der Teilbereich kann leicht Versorgungsfunktionen z.B. im Bereich der Güter des periodischen Bedarfs für die Innenstadt (v.a. den südlichen Bereich, der nicht im Einzugsbereich von Brücken-Center und Kaufland liegt) übernehmen. Gleichzeitig übernimmt die Innenstadt höherwertige Versorgungsfunktionen für den Teilbereich B14 - West. Die vorhandenen verkehrlichen Verknüpfungen müssen qualitativ für alle Verkehrsträger verbessert werden.

## 5.9 SCHALKHÄUSER (LAND)STRASSE

### Abgrenzung:

Der Teilbereich Schalkhäuser (Land)Straße umfasst den Stadtteil Schalkhausen und die direkt an die Straßenachse Schalkhäuser (Land)Straße angrenzenden Bereiche. Der Bereich wird im Süden durch den Fürstengraben und im Nordosten durch die Bahnlinie begrenzt.

### Beschreibung:

Der Bereich Schalkhäuser (Land)Straße besteht zum Großteil aus dem Stadtteil Schalkhausen und kleineren Bereichen östlich des Hohenzollernrings. Durch das Straßenkreuz Schalkhäuser (Land)Straße und Hohenzollernring besteht eine sehr gute Anbindung an die benachbarten Teilbereiche Innenstadt - Altstadt, Würzburger Landstraße und B14 - West. Die Nahversorgung wird damit zum Großteil von benachbarten Stadtteilen übernommen. Alleine im Bereich Baumarktsortimente besteht eine hohe Versorgungsqualität.

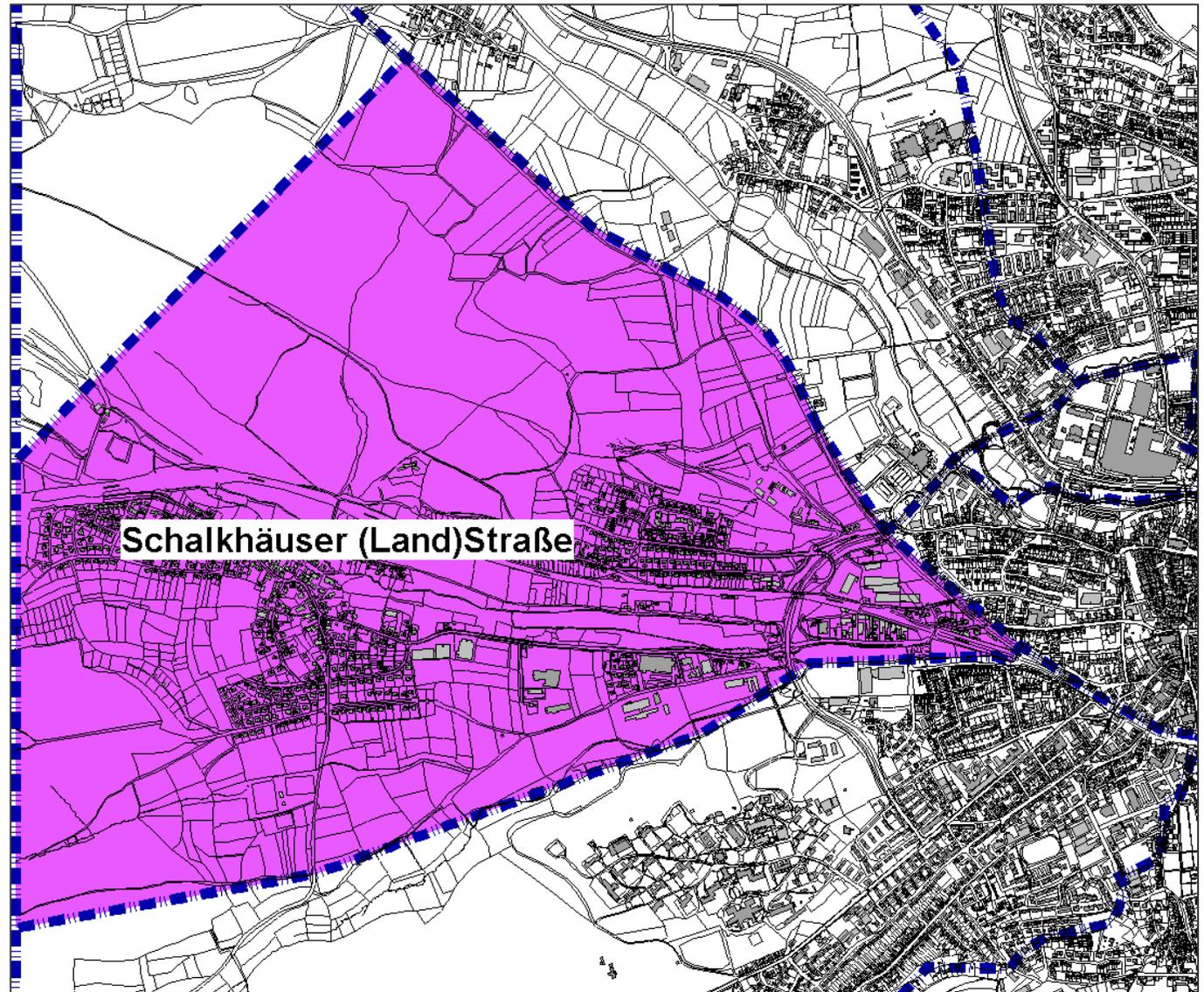


Abbildung 53

### Versorgungsqualitäten:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien, Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Gesamtstädtische Versorgung
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

### Ziel:

Die Versorgung des Stadtteils muss grundsätzlich verbessert werden. Dabei steht die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs (periodische Güter) im Vordergrund. Die Versorgung des Stadtteils muss in Kombination mit den benachbarten Stadtteilen Innenstadt - Altstadt und dem Bereich B14 - West gesehen werden. Ein möglicher Versorgungsstandort muss so verortet werden, dass er nicht nur den Stadtteil Schalkhausen versorgt, sondern auch die innenstadtnäheren Bereiche. Der Bereich des Messezentrums wurde hierbei als günstiger Standort ausgewiesen.

### Versorgungsbereiche:

Ein Ergänzungsbereich Nahversorgung muss in Abstimmung mit der Versorgung der benachbarten Stadtteile festgelegt werden. Dabei kommt in erster Linie ein verkehrsgünstig gelegener Bereich an der Schalkhäuser Straße in Frage.

Für den Bereich südlich der Schalkhäuser Landstraße, östlich des eigentlichen Stadtteils Schalkhausen, wird im Umfeld des dortigen Baumarktstandortes ein Sonderbereich für nicht zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Neben Baumarktprodukten könnten hier Standorte für Produkte im Bereich Technik (Elektrogeräte, Informatik, Unterhaltungselektronik) angesiedelt werden.

### Flankierende Maßnahmen:

Verbesserung der Erreichbarkeit des Stadtteils, dabei vor allem Anbindung des Stadtteils Schalkhausen an die zentralstädtischen Versorgungsbereiche bzw. den vorgeschlagenen Versorgungsbereich an der Schalkhäuser Straße. Dies gilt sowohl für den ÖPNV als auch für die Rad- und Fuß-Verbindungen in die benachbarten südlichen und zentralen Stadtteile.

## 5.10 ORTSTEILE

### Abgrenzung:

Der Teilbereich der Ortsteile außerhalb des geschlossenen Stadtgebietes wurde in zwei Bereiche untergliedert. Die südlichen und westlichen Ortsteile wurden zusammengefasst, ebenso die östlichen und nördlichen Ortsteile.

### Beschreibung:

Die Ansbacher Ortsteile außerhalb des geschlossenen Stadtgebiets weisen weitestgehend keinerlei Versorgungsqualitäten auf. Die einzelnen Ortsteile sind aufgrund ihrer Größe auch nicht als Versorgungsstandorte geeignet. Nur im Bereich der Baumarktsortimente wird durch einen Standort gesamtstädtische Versorgungsqualität erreicht.

In einzelnen Gewerbegebieten, z.B. in Elpersdorf oder Brodswinden, wurde bereits die Ansiedlung von Einzelhandel ausgeschlossen. Für die Nahversorgung der kleinen Ortsteile sind andere Lösungen anzustreben als die Ansiedlung von großen Märkten oder Discountern (Dorfläden, mobile Versorgung).

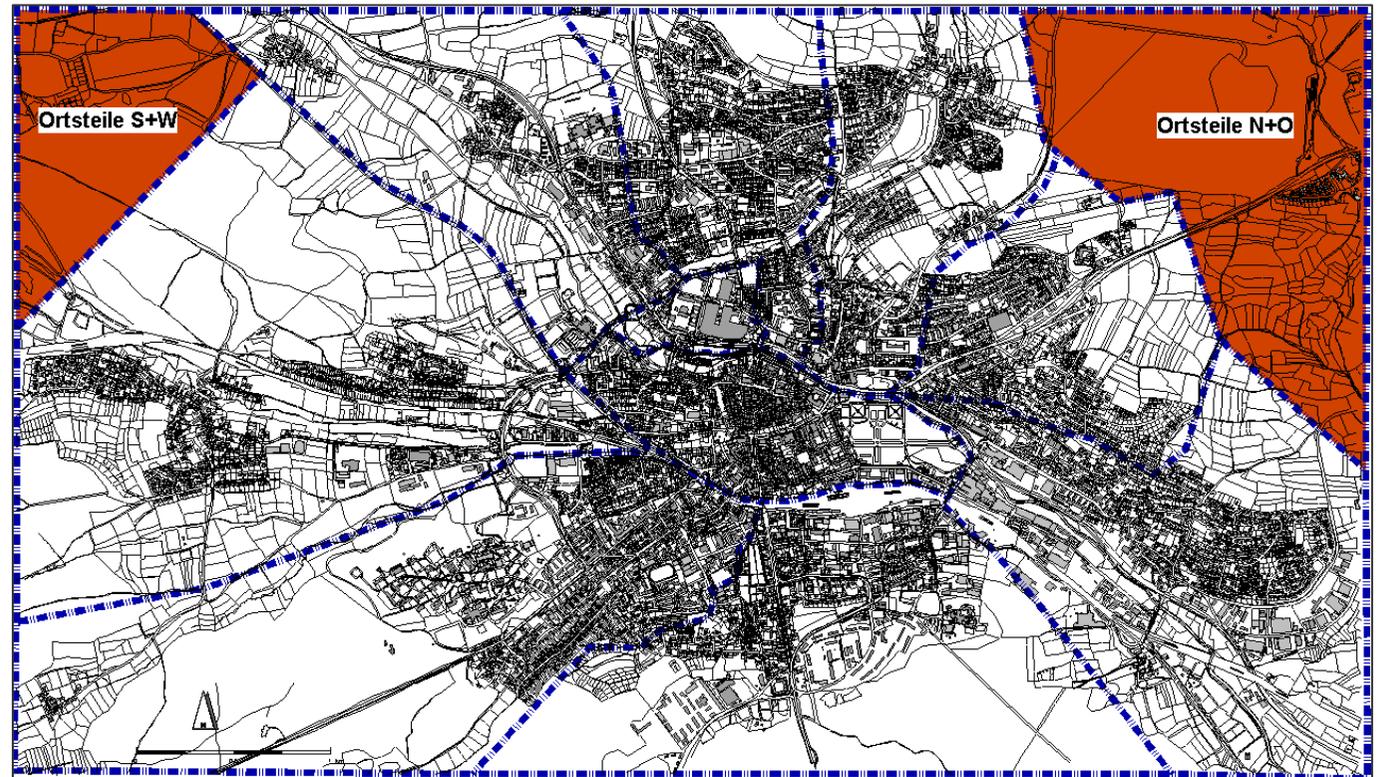


Abbildung 54

### Versorgungsqualitäten:

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien, Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Haushalts- u. persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Heimwerker- u. Gartenbedarf	Gesamtstädtische Versorgungsqualität
Möbel, Einrichtungsbedarf	Geringe Versorgungsqualität

### Ziel:

Die Versorgung der Ortsteile muss punktuell verbessert werden. Dabei steht die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs (periodische Güter) im Vordergrund. Da eine Versorgung mit größerflächigen Angeboten als nicht realistisch und zielführend bezeichnet werden muss, besteht das Bestreben die kleinteilige Nahversorgung (Bauernläden, Dorfläden, caritative Standorte, mobile Dienste) zu verbessern.

### Versorgungsbereiche:

Keine Ergänzungsbereiche Nahversorgung, da die Standorte in den Bereichen der Ortsteile für die Nahversorgung zu klein sind und eine darüber hinaus gerichtete Versorgung nicht angestrebt wird.

### Flankierende Maßnahmen:

Die kleinen Ortsteile rings um die Ansbacher Kernstadt sind in ihrer Versorgung auf die Angebote in der Kernstadt angewiesen. Daran werden auch punktuelle Lösungen (Dorfläden etc.) in einzelnen Ortsteilen nur unwesentlich etwas ändern. Um zu verhindern, dass diese Ortsteile völlig auf die automobilen Versorgung angewiesen sind, muss die Versorgung mit Linien des ÖPNV optimiert und einzelhandelsrelevant (Öffnungszeiten) angepasst werden. Die Alternative der Fahrradbindung muss zwar gestärkt werden, wird aber bei der Topografie von Ansbach immer nur eine untergeordnete Rolle spielen.

### Gewerbegebiete:

Im Bereich der St2248 zwischen Elpersdorf und der BAB 6 sowie an der B13 Richtung BAB 6 und um den Ortsteil Brodswinden bestehen große Gewerbegebietsflächen. Für diese muss – soweit dies noch nicht geschehen ist – die Ansiedlung von Einzelhandel grundsätzlich ausgeschlossen werden. Gleiches gilt für mögliche weitere zu erschließende Gewerbegebiete.

## 6 WEITERE STÄDTEBAULICHE BEWERTUNGEN

Auf den vorangegangenen Seiten wurde ausführlich die Situation der Versorgung der Bevölkerung mit Leistungen und Gütern der unterschiedlichen Bereiche und Sortimente des Einzelhandels dargestellt. Ebenso wurde eine Gegenüberstellung und Abwägung mit der Verfügbarkeit an Kaufkraft durch die örtliche und teilräumliche Bevölkerung berechnet. An dieser Stelle wurden im EEK 2010 bereits weitere Kriterien in die Beurteilung der Standortqualität vorhandener Nahversorgungsstandorte, die Beurteilung der Notwendigkeit weiterer Versorgungsstandorte sowie die Bewertung der Versorgungsqualität und Attraktivität der Ansbacher Innenstadt mit eingebunden. Diese wurden teilweise aus dem EEK 2010 nachrichtlich übernommen. Dazu gehören folgende Sachverhalte:

- Vorhandene Verkehrsachsen und Verkehrsströme (übernommen)
- Barrieren im Stadtgebiet (Flüsse, Bahnlinien, Topografie) (übernommen)
- Standorte von kommunaler, staatlicher Verwaltung, von Einrichtungen aus den Bereichen Gesundheit, Bildung, Betreuung, Religion (übernommen)
- Darstellung der 500m-Einzugsbereiche der vorhandenen, der geplanten und der potenziellen Ergänzungsbereiche zur Nahversorgung (aktualisiert)
- Unterversorgte Bereiche (aktualisiert)
- Erweiterungsflächen, Bauerwartungsland (übernommen)

## 6.1 VERKEHRSTRÖME

(übernommen aus EEK 2010)

Die verkehrliche Situation des motorisierten Individualverkehrs in Ansbach wurde dem Verkehrsentwicklungsplan aus dem Jahr 2000 entnommen. Dabei wurden die verkehrlichen Prognosewerte zugrunde gelegt.

Nebenstehende Abbildung (aus EEK 2010) zeigt die Intensität der Verkehrsströme, die sich erwartungsgemäß auf die beiden Bundesstraßen B13 und B14 sowie auf die St2223 und die Ringstraßen konzentrieren. Bis auf wenige Ausnahmen (Schleifweg, Welslerstraße, Südwest) liegen die aktuellen Einzelhandelsstandorte der Nahversorgungsbereiche vorrangig an diesen Hauptachsen. Defizite hinsichtlich der verkehrlichen Erschließung von Teilbereichen und damit der Erschließung und Anbindung von Nahversorgungseinrichtungen lassen sich im Bereich Hennenbach / Schlossvorstadt und mit Abstrichen im Rügländer Viertel und im Bereich Schalkhausen feststellen.

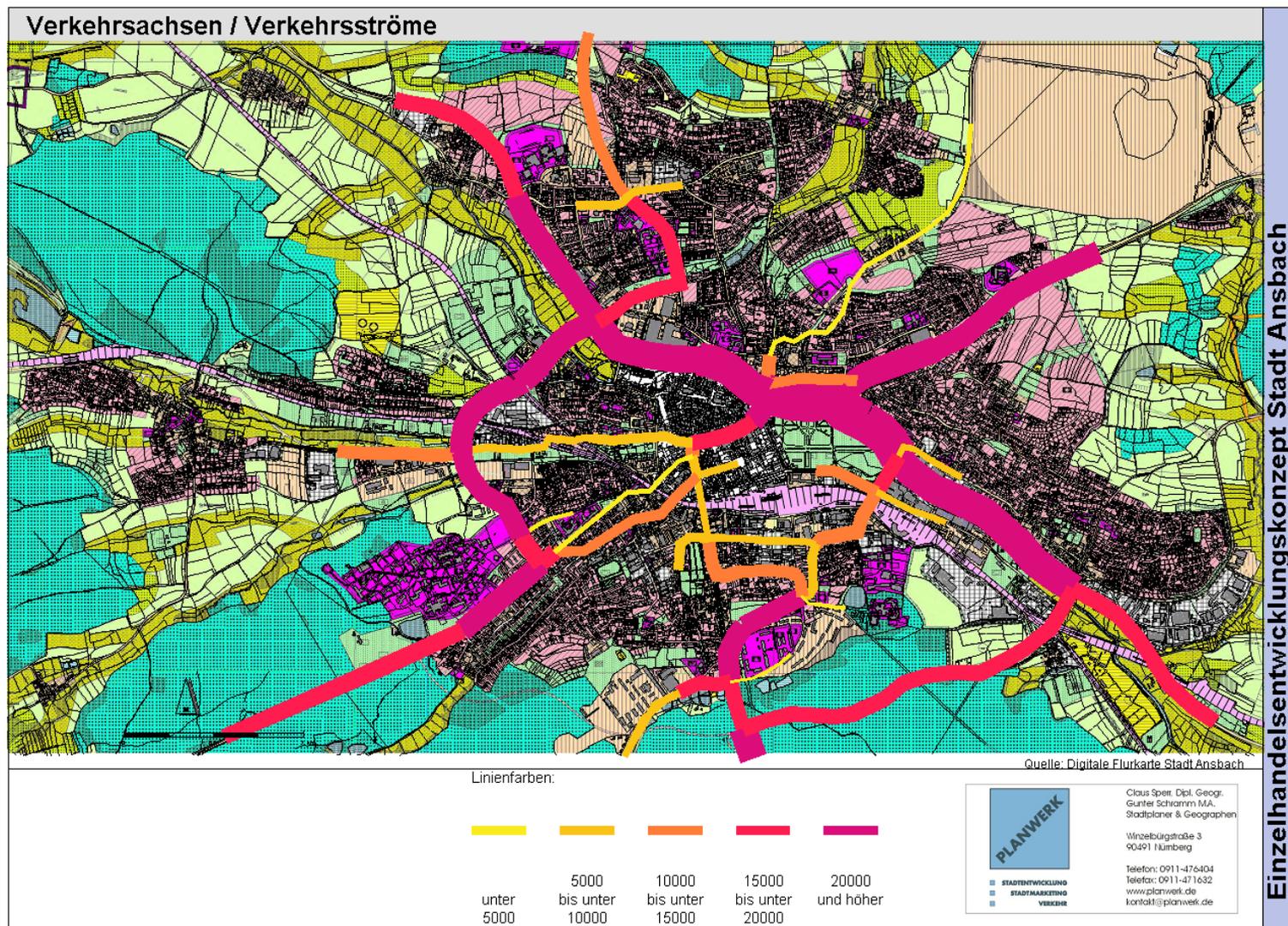


Abbildung 55

(Quelle: EEK 2010 – Büro PLANWERK – eigene Berechnungen; Grundlage Verkehrskonzept Stadt Ansbach)

## 6.2 BARRIEREN

(übernommen aus EEK 2010)

Das Ansbacher Stadtgebiet zeichnet sich durch seine Kessellage aus. Dies bedeutet, dass Bereiche im Süden, Osten und Norden durch relativ steile Hanglagen schwieriger erreichbar sind, was sich vor allen Dingen auf die verkehrliche Erreichbarkeit für Fußgänger und Fahrradfahrer auswirkt.

Am stärksten wirkt sich die bergige Topografie in den Bereichen Hennenbach / Schlossvorstadt und Pfaffengreuth / Eyb auf die potenzielle Erreichbarkeit von Nahversorgungsstandorten aus.

Mit zwei vorhandenen Nahversorgungsstandorten (Welserstraße, Meinhardswindener Straße) spielt die Topografie in der Südstadt eine weniger entscheidende Rolle.

Als weitere Barrieren treten die Bahnlinie vor allem im Bereich des Bahnhofs, der Rezatgrund und die Residenzstraße zwischen Altstadt und Brücken-Center in Erscheinung. Durch die Bahnlinie und den Bahnhof sind Bereiche der Südstadt von den Funktionen der Innenstadt abgehängt. Das gleiche gilt auch in umgekehrter Richtung. Durch die Barriere Rezatgrund / Residenzstraße findet eine Trennung von Altstadt und Brücken-Center bzw. Ansbacher Nordstadt statt. Diese wird zwar durch die vorhandene Fußgängerbrücke abgemildert, sollte aber qualitativ verbes-

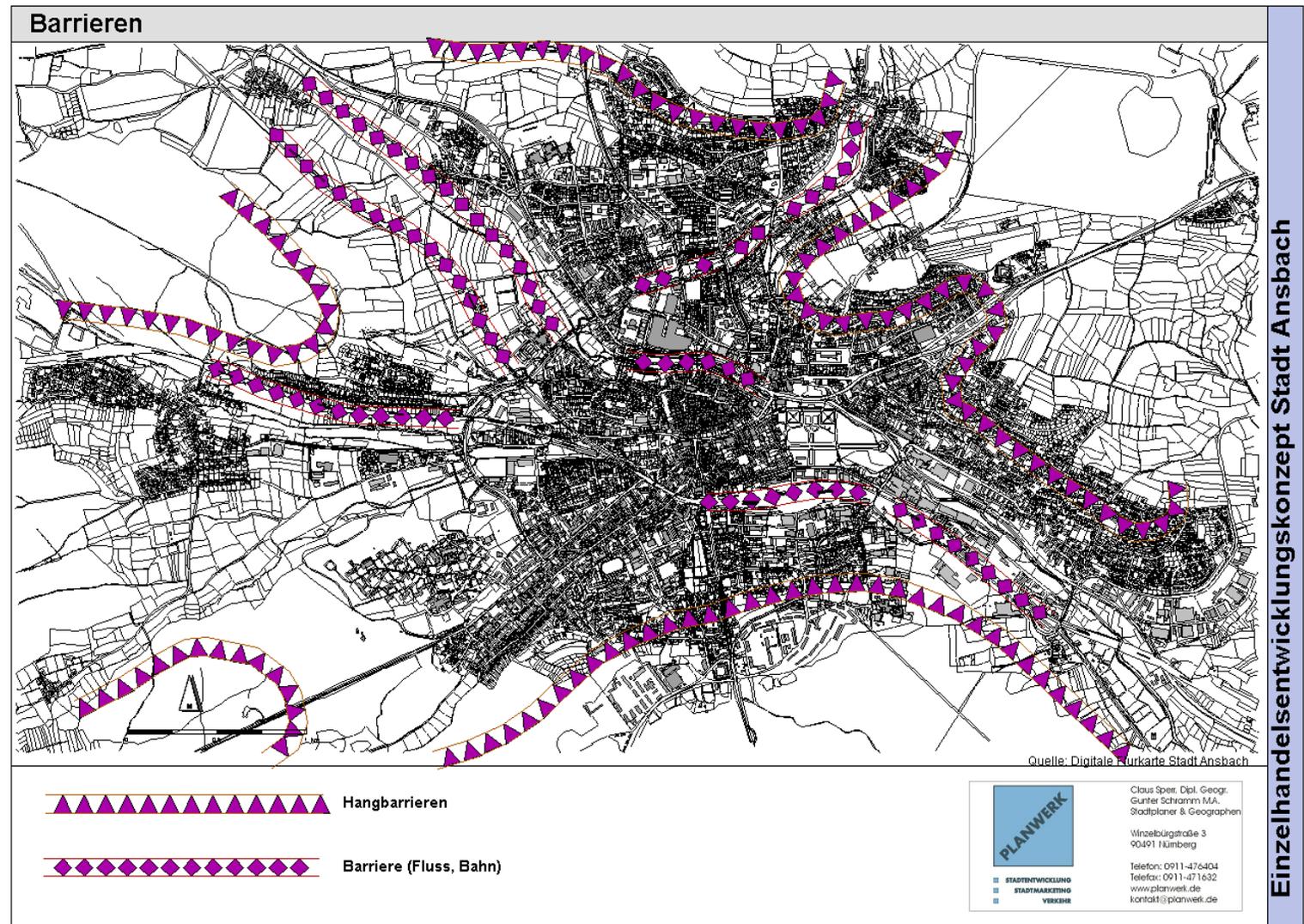


Abbildung 56

(Quelle: EEK 2010 – Büro PLANWERK – eigene Berechnungen)

sert werden (Überdachung, Einhausung). Gleiches gilt für die Entwicklungsbereiche an der Brauhausstraße.

### 6.3 ERWEITERUNGSFLÄCHEN

(übernommen aus EEK 2010)

Aus der Analyse des Flächennutzungsplans ergibt sich die nebenstehende Übersicht der wichtigsten baulichen Erweiterungsflächen im Bereich des geschlossenen Siedlungsgebiets der Stadt Ansbach. Dabei wurden nur größere Flächen in die Beurteilung und Bewertung mit einbezogen.

Die Erweiterung des Stadtgebiets von Ansbach wird laut der vorliegenden Flächennutzungsplanung vorrangig in zwei Richtungen stattfinden. Zum einen in nordöstlicher Richtung zu beiden Seiten der Nürnberg Straße / B14, wobei hier mit Abstand die größten Bauflächen verzeichnet sind (geschätzt 2.500 Einw.). Die zweite Entwicklungsrichtung zielt Richtung Norden zu beiden Seiten der Rügländer Straße (ca. 1.000 Einw.). Die Flächen in beiden Bereichen sind nur bedingt im Einzugsbereich von Nahversorgungsstandorten. In beiden Fällen ist auch die verkehrliche Anbindung an Nahversorgungsstandorte zu klären.

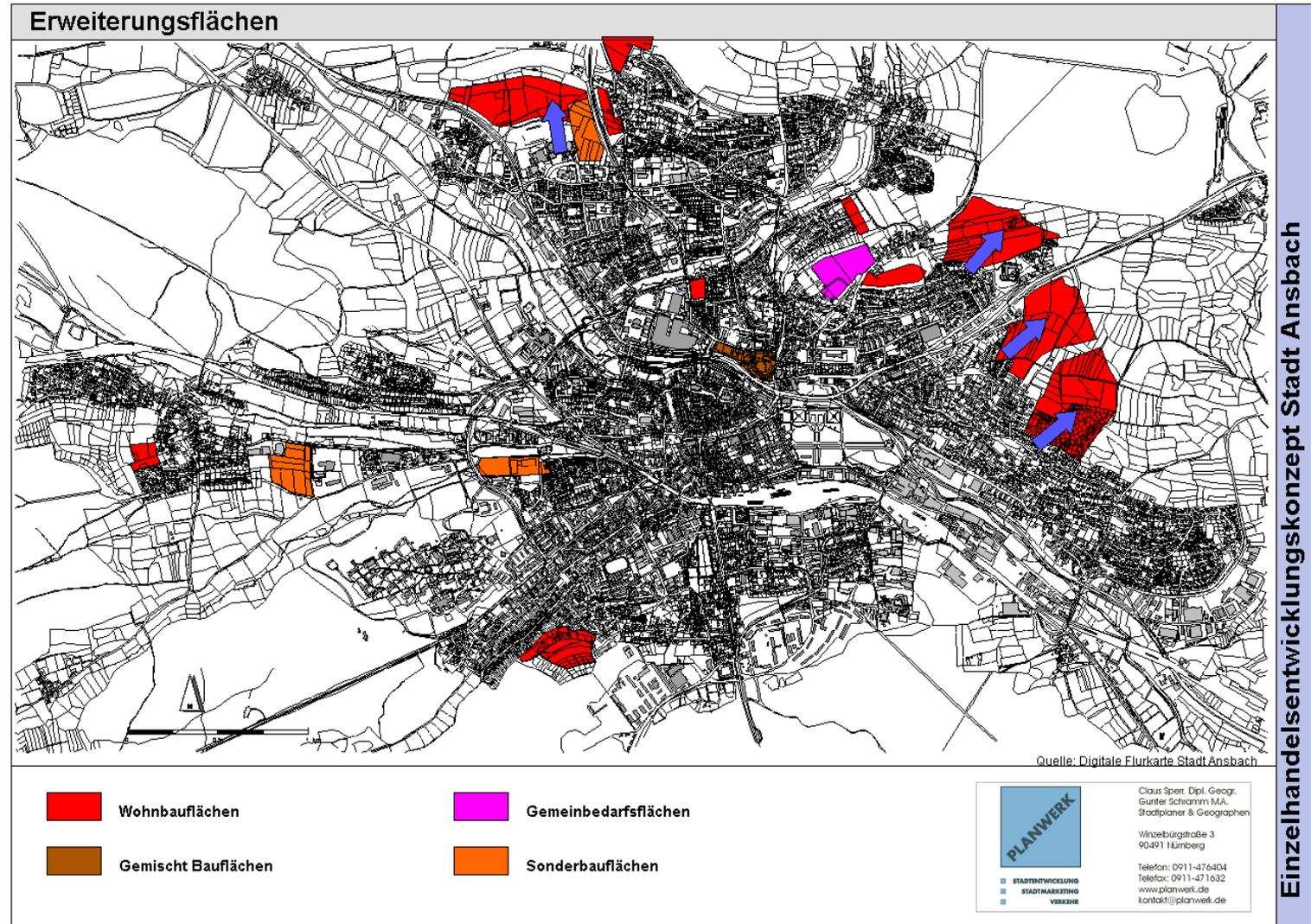


Abbildung 57

(Quelle: EEK 2010 – Büro PLANWERK – eigene Berechnungen / Stadt Ansbach - Flächennutzungsplanung)

## 6.4 STANDORTE IM STADTGEBIET

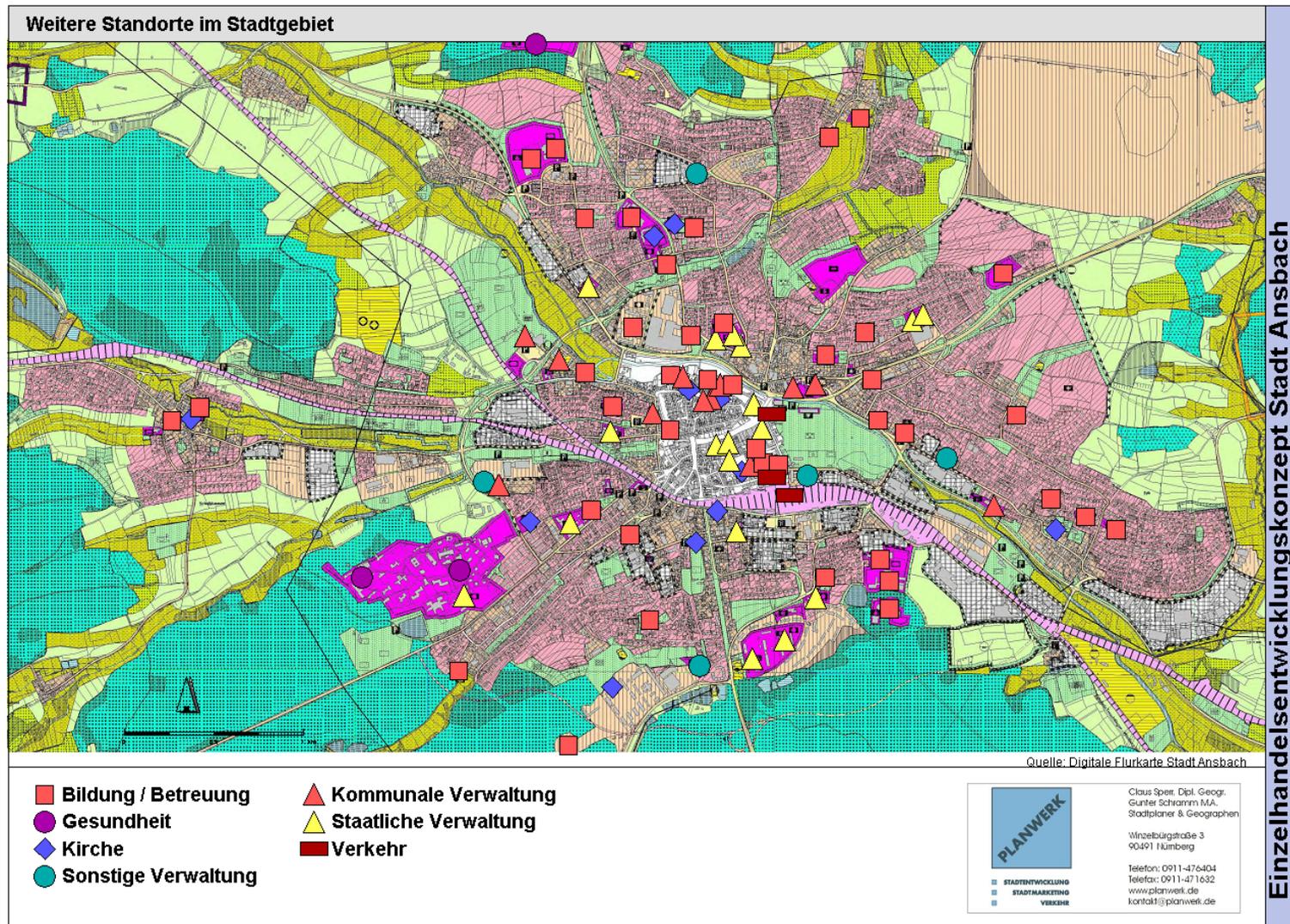
(übernommen aus EEK 2010)

Die Zuordnung von Verwaltungsstandorten, Bildungs- und Gesundheitsstandorten bringt einen Bezug zu verkehrlichen Belangen und zu Versorgungsbelangen zutage.

Grundsätzlich lässt sich eine Ballung im Innenstadtbereich, sowohl Altstadt als auch Bahnhofsviertel, erkennen. Darüber hinaus im Süden entlang der B13-Ausfallachse, direkt nördlich der Altstadt, im Rügländer Viertel und im Südwesten (Bezirkskrankenhaus).

Kleinere Bildungs- und Betreuungsstandorte innerhalb der Wohngebiete sind in der Regel Grundschulen und Kindergärten.

Somit sind keine Standorte auszumachen, die für die Definition von Nahversorgungsbereichen hinderlich oder spezifisch zu beachten wären.



Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt Ansbach

Abbildung 58

(Quelle: EEK 2010 – Büro PLANWERK – eigene Berechnungen)

## 6.5 EINZUGSBEREICHE

Nebenstehende Abbildung zieht um jeden Nahversorgungs- und zentralen Versorgungsbereich einen 500m-Einzugsbereich, der als relevant festgelegt wurde.

Folgende 12 Bereiche wurden dabei (ohne Gewichtung ihrer Bedeutung) gewertet:

- Innenstadt - Altstadt
- Innenstadt - Brücken-Center
- Nürnberger Straße, Ritter-von-Lang-Allee
- Meinhardswindener Straße
- Rothenburger Straße
- Rettistraße
- Welserstraße
- Eyb – Gewerbegebiet
- Südwest (gemeinsamer Einzugsbereich Louis-Schmetzer-Straße, Türkenstraße, Benzstraße)
- Schleifweg
- Bahnhofstraße
- Brauhausstraße (zukünftiger Standort)

Aus der Abbildung ergeben sich nachfolgend dargestellte Bereiche der Unterver-sorgung.

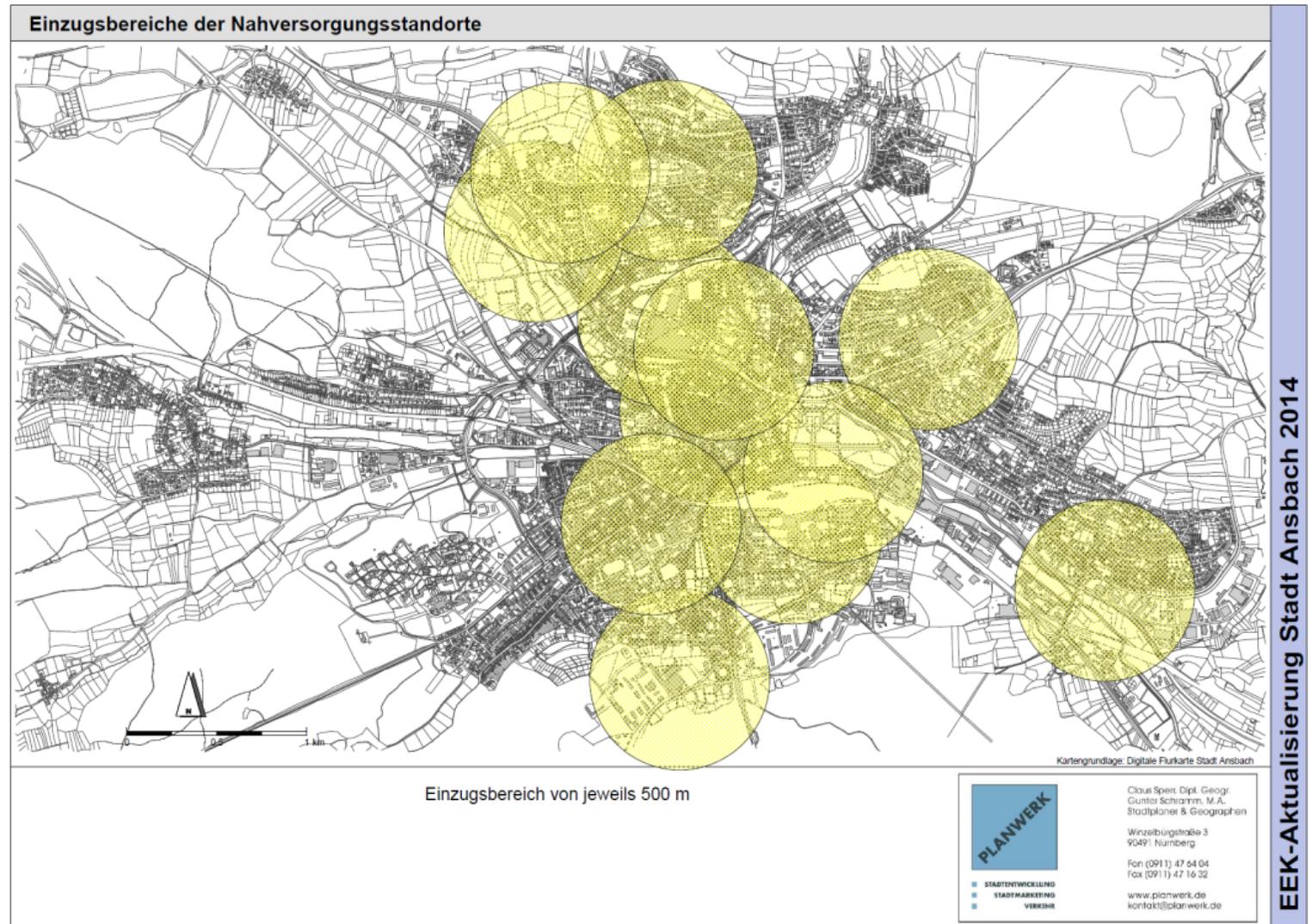


Abbildung 59

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

## 6.6 UNTERVERSORGTE BEREICHE

Aus der Versorgungsdarstellung ergeben sich bezogen auf das aktuelle Siedlungsgebiet der Stadt Ansbach nebenstehend dargestellte unterversorgte Bereiche:

- Der Großteil des Bereichs Hennenbach / Schlossvorstadt,
- die zentralen Bereiche von Eyb,
- der gesamte westliche Stadtbereich entlang der Schalkhäuser (Land)Straße und der gesamte Stadtteil Schalkhausen sowie
- der südwestliche Stadtbereich entlang der westlichen B14, außerhalb des Hohenzollernrings.

Zur Beurteilung der Unterversorgung wurden die Erkenntnisse aus Einzugsbereichen und Barrieren inhaltlich übereinander gelegt.

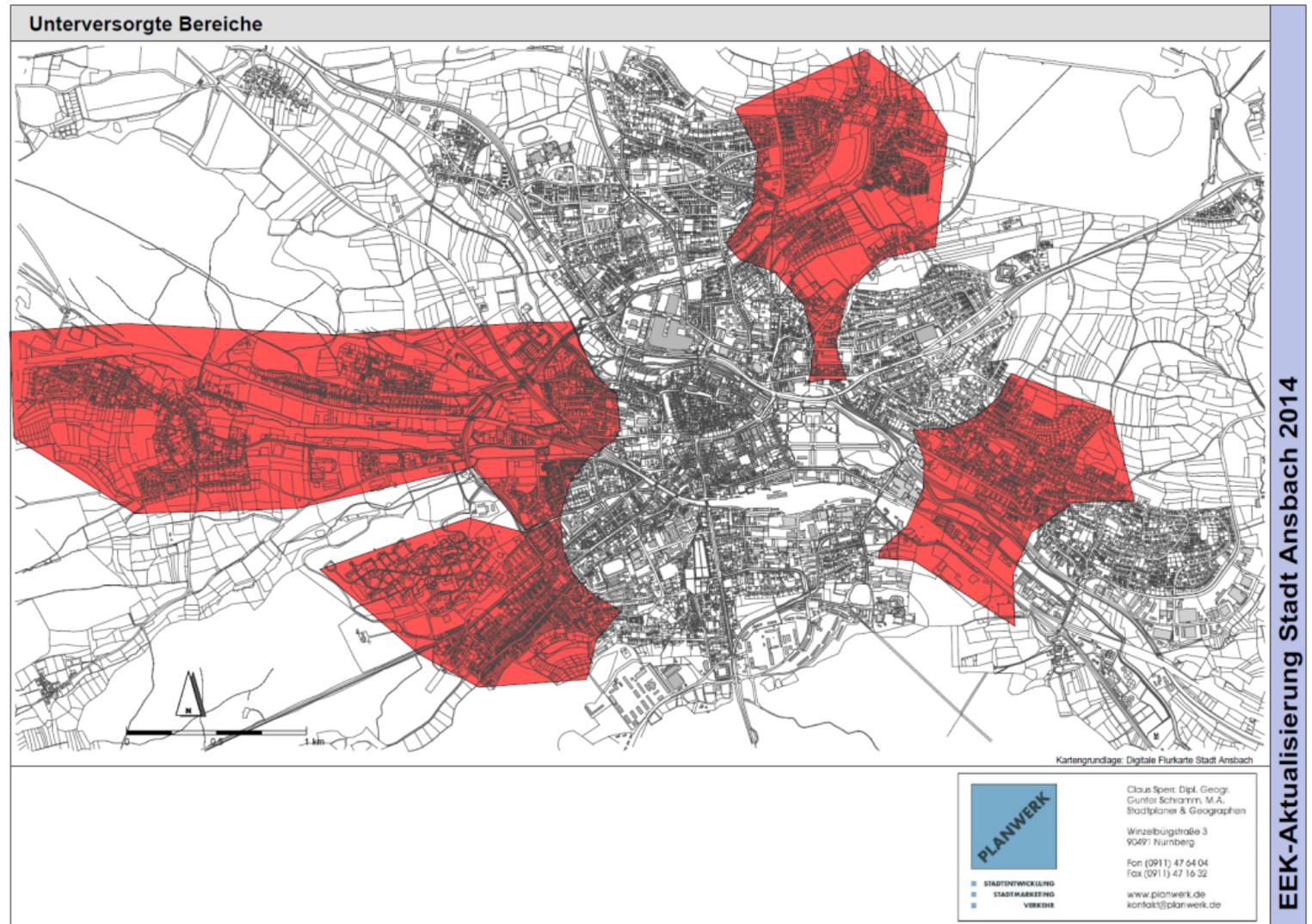


Abbildung 60

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

## 6.7 POTENZIELLE VERSORGUNGSSTANDORTE

Die erste Prüfung und Bewertung der Versorgungsqualitäten und der Standortpotenziale hat für die ausgewiesenen unterversorgten Bereiche folgende Standortmöglichkeiten ergeben, die für eine zukünftige Nutzung als Nahversorgungsstandort in Betracht gezogen werden müssen.

- Für die Verbesserung der Situation im Bereich entlang der Schalkhäuser (Land)Straße wird die Entwicklung eines Versorgungsstandortes im Bereich des Messezentrums an der Schalkhäuser Straße vorgeschlagen.
- Für den zentralen Bereich des Stadtteils Eyb könnte mittel- bis langfristig die Aktivierung von Flächen im westlichen, in der Nähe der Kreuzung angelagerten Bereich des Schafft-Geländes bzw. der Umgebung eine ideale Ergänzung darstellen.

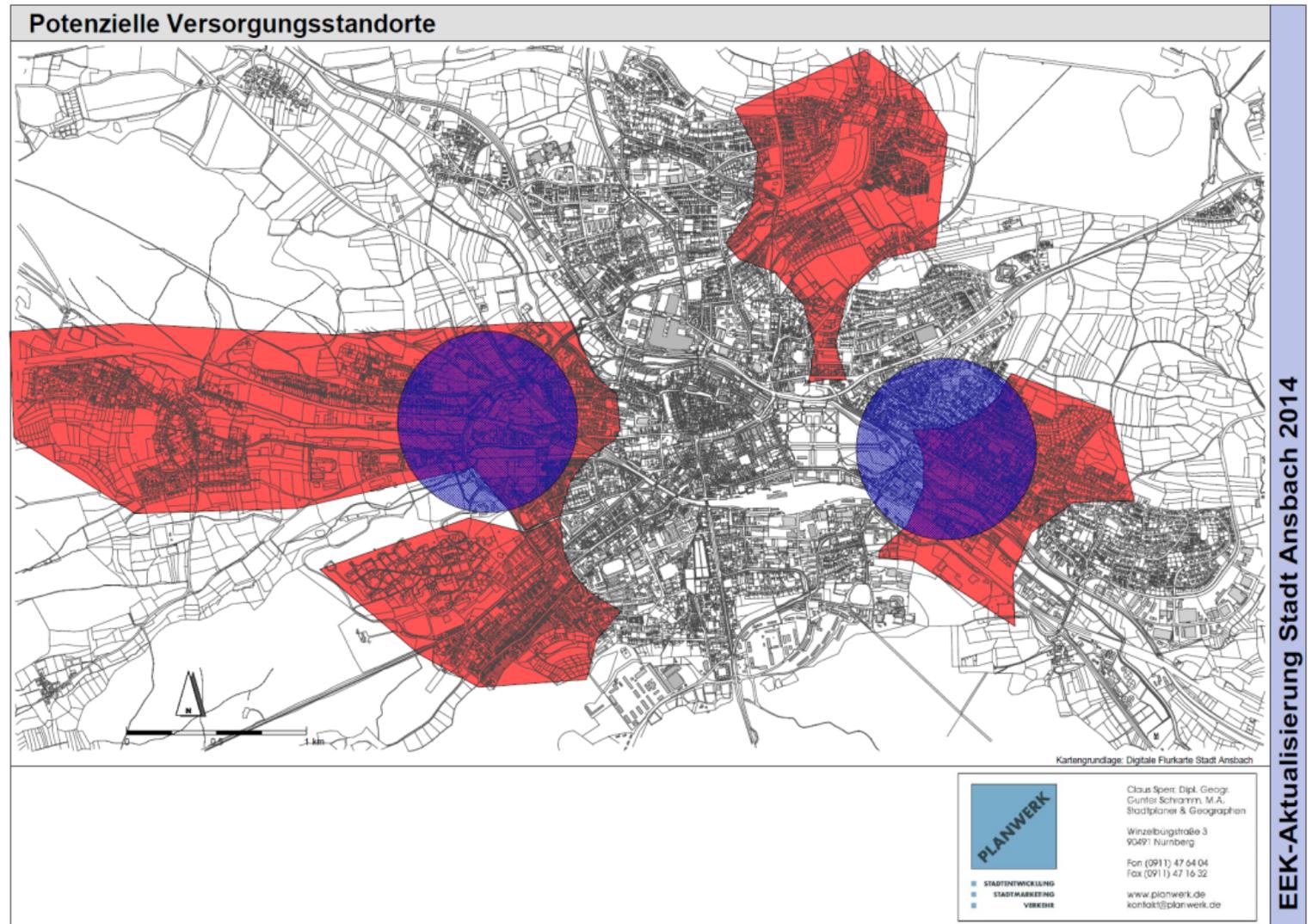


Abbildung 61

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Für diese möglichen Ansiedlungen und damit verbundenen Verbesserungen der Nahversorgung gilt, dass insgesamt im Bereich der Güter des periodischen Bedarfs ein Gesamtpotenzial von maximal zusätzlich 3.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ermittelt wurde. Das heißt, Ansiedlungen bis zu dieser Größenordnung sind als gesamtstädtisch verträglich einzuordnen. Alles, was darüber hinaus geht sollte durch Verlagerungen innerhalb des Stadtgebiets erreicht werden.

Weiter müssen die Flächenentwicklungen der bereits weiter vorne dargestellten und aus dem EEK von 2010 übernommenen städtischen Erweiterungsflächen bei der langfristigen Betrachtung der Versorgungssituation berücksichtigt werden. Die beiden Hauptentwicklungsbereiche bzgl. städtischer Erweiterungsflächen lassen sich wie folgt beurteilen:

- Die Erweiterungsflächen im Norden entlang der Rügländer Straße liegen zum Teil noch im Einzugsbereich der Nahversorgungsstandorte Rettistraße und Schleifweg. Vor allem für den Standort am Schleifweg können diese Stadterweiterungen eine zukünftige Rechtfertigung darstellen, da von diesem Standort erwartet wird, dass er zwischen den Standorten Würzburger Landstraße und Rettistraße aufgegeben wird. Aufgrund seiner Lage am Wohngebiet mit entsprechender Anbindung durch das Wohngebiet müsste dem nicht unbedingt entgegen gewirkt werden.
- Die Erweiterungsbereiche im Osten - zu beiden Seiten der Nürnberger Straße / B14 - fallen vom Umfang her deutlich größer aus und rechtfertigen die konkrete Frage nach einer Nahversorgung in diesen Bereichen. Zum Teil können diese Flächen über den Kaufland-Standort nahe der Nürnberger Straße mit versorgt werden. In den von der B14 weiter entfernten Bereichen kommen auch andere Versorgungsstandorte (z.B. in Eyb) in Frage, die allerdings topographisch schwieriger zu erreichen sind und zu einer Belastung der Wohngebiete führen werden. Deshalb sollte im Bereich der östlichen Stadterweiterung zumindest ein lokaler Versorgungsstandort (Bäcker, Metzger, Dienstleister) planerisch gesichert werden.

## 6.8 BAURECHTLICHE UND STÄDTEBAULICHE STEUERUNGSMÖGLICHKEITEN

Die baurechtlichen Ausführungen wurden nachrichtlich aus dem EEK 2010 übernommen und vereinzelt ergänzt.

### 6.8.1 GROßFLÄCHIGER EINZELHANDEL / SONDERGEBIETE

Die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel bedeutet, dass i.d.R. ein Sondergebiet für Einzelhandel ausgewiesen werden muss; dann wird die Landesplanung (Regierung von Mittelfranken) prüfen, ob das Vorhaben genehmigungsfähig ist. Oder das Vorhaben wird - bei geringerer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeit von 1.200 m<sup>2</sup> BGF - in einem Misch- oder Gewerbegebiet realisiert. Alternativ kann planungsrechtlich geprüft werden, ob gem. § 11 (3) BauNVO auf eine Ausweisung eines Sondergebietes Einzelhandel verzichtet werden kann. Dazu muss nachgewiesen werden, dass durch eine An- oder Umsiedlung eines Einzelhandelsbetriebes keine negativen Auswirkungen im Sinne der BauNVO zu erwarten sind. Diese Praxis wird von der Landesplanung aber durchaus kritisch gesehen. Diese weist darauf hin, dass für großflächige Betriebe über 1.200 m<sup>2</sup> BGF grundsätzlich eine Bauleitplanung empfohlen wird.

#### BauNVO - § 11 Sonstige Sondergebiete

*(1) Als sonstige Sondergebiete sind solche Gebiete darzustellen und festzusetzen, die sich von den Baugebieten nach den §§ 2 bis 10 wesentlich unterscheiden.*

*(2) Für sonstige Sondergebiete sind die Zweckbestimmung und die Art der Nutzung darzustellen und festzusetzen. Als sonstige Sondergebiete kommen insbesondere in Betracht Gebiete für den Fremdenverkehr, wie Kurgebiete und Gebiete für die Fremdenbeherbergung, Ladengebiete, Gebiete für Einkaufszentren und großflächige Handelsbetriebe, Gebiete für Messen, Ausstellungen und Kongresse, Hochschulgebiete, Klinikgebiete, Hafengebiete, Gebiete für Anlagen, die der Erforschung, Entwicklung oder Nutzung erneuerbarer Energien, wie Wind- und Sonnenenergie, dienen.*

*(3)*

*1. Einkaufszentren,*

*2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*

*3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt. Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschoßfläche 1.200 qm überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 qm Geschoßfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 qm Geschoßfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.*

### 6.8.2 ÄNDERUNG VON BEBAUUNGSPLÄNEN

Wünschenswert im Sinne einer nachhaltigen, zuverlässigen und beständigen Stadtentwicklung ist eine Einarbeitung der Erkenntnisse aus dem Einzelhandelsentwicklungskonzept in die vorhandenen Bebauungspläne. D.h. sobald eine räumliche Überschneidung von Versorgungs- und Ergänzungsbereichen und bestehenden Bebauungsplänen besteht, sollten die Vorgaben des Einzelhandelsentwicklungskonzepts hinsichtlich der Ansiedlung von Einzelhandel bezüglich Sortimenten und Verkaufsflächen in die entsprechenden Bebauungspläne übernommen werden, soweit dies notwendig und sinnvoll ist. Dazu werden folgende Vorgehensweisen empfohlen:

- In besonders sensiblen Fällen, wo bestimmte Ansiedlungen definitiv grundsätzlich verhindert werden sollen und ggfs. bereits Anfragen bestehen, sollte die Bebauungsplanung zeitnah modifiziert werden.
- In anderen Bereichen mit bestehender Bebauungsplanung kann mit dem Aufstellungsbeschluss für eine B-Plan-Änderung bis zu einer konkreten Ansiedlungsanfrage gewartet werden. Dies setzt natürlich ein aktives Beobachtungsmanagement voraus.

### Thema Bestandsschutz

Die planungsrechtlichen Regelungen finden Anwendung bei Neu- und genehmigungspflichtigen Umbauten der vorhandenen Gebäude. Bestehende Gebäude mit Nutzung Einzelhandel können auch nach In-Kraft-Treten der Neuregelung (Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs) mit Einzelhandelsbetrieben genutzt werden. Die exakte Definition von "Bestandsschutz" regeln die jeweiligen Bebauungspläne.

### 6.8.3 EINFACHE BEBAUUNGSPLÄNE IM NICHT BEPLANTEN INNENBEREICH

Eine weitere Möglichkeit der baurechtlichen Regelung bietet seit 2007 das Baugesetzbuch in seinem § 9 Abs. 2a.

### BauGB - § 9 (2a)

*(2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.*

Dieser neue Absatz ermöglicht die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung. Der Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a ist als einfacher Bebauungsplan konzipiert. Grundlage dieses Bebauungsplans ist eine Konzeption (Einzelhandelsentwicklungskonzept), die entsprechend Versorgungsbereiche definiert. Abweichungen davon müssen wiederum besonders begründet werden.

## 7 VERSORGUNGSBEREICHE

Bereits mehrfach wurde auf die verschiedenen Versorgungsbereiche im Ansbacher Stadtgebiet eingegangen. Nebenstehend werden alle Versorgungsbereiche dargestellt. Nachfolgend werden diese auch noch einzeln oder gruppenweise erläutert.

Grundsätzlich werden drei Typen von Versorgungsbereichen definiert:

- Der zentrale Versorgungsbereich (ZVB), der die Funktion der stadtweiten und darüber hinaus gehenden Versorgung mit zentrenrelevanten Gütern übernimmt. Im vorliegenden Fall wurde diesem ZVB noch ein Ergänzungsbereich mit eingeschränktem Ansiedlungspotenzial zugeordnet.
- Nahversorgungsbereiche (Ergänzungsbereiche Nahversorgung), die eine teilräumliche Versorgung vor allem mit Gütern des täglichen, periodischen Bedarfs gewährleisten (NVB).
- Sonderbereiche (z.B. Pilipp) werden einzeln behandelt.

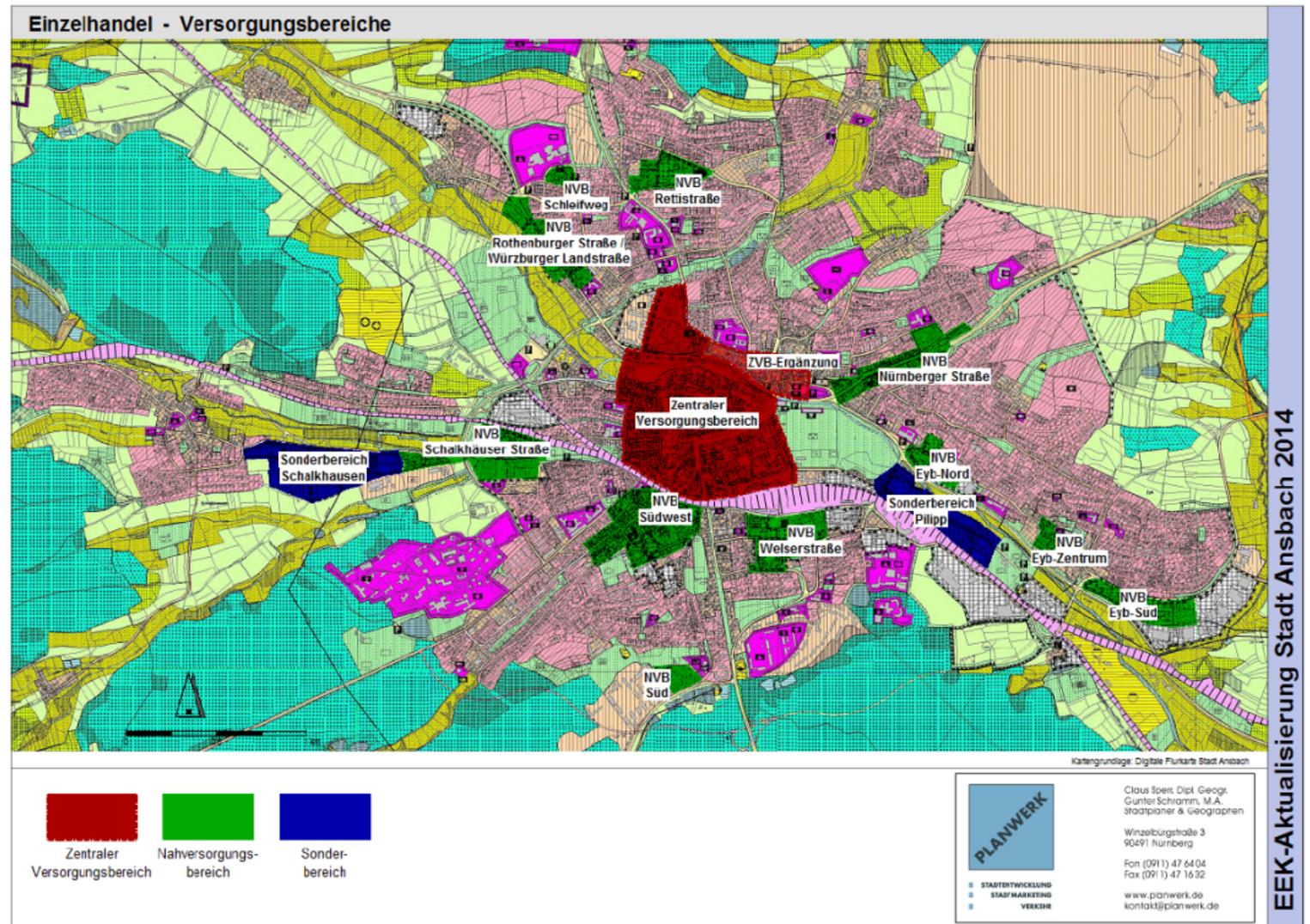


Abbildung 62

(Quelle: Büro PLANWERK – eigene Berechnungen 2014)

Den Aussagen, die für die einzelnen Versorgungsbereiche getroffen werden, ist grundsätzlich Folgendes vorwegzunehmen:

- Ansiedlungsempfehlungen hinsichtlich der zentrenrelevanten Sortimente beziehen sich auf die Ansbacher Sortimentsliste „zentrenrelevante Sortimente“ (Kap. 8.1).
- Ansiedlungsempfehlungen für Ergänzungsbereiche Nahversorgung beziehen sich auf die Ansbacher Sortimentsliste „Ergänzungsbereiche Nahversorgung“ (Kap. 8.2).
- Ansiedlungsempfehlungen für Sonderbereiche beziehen sich auf die Ansbacher Sortimentsliste „Sonderbereiche“ (Kap. 8.3) bzw. die jeweils angegebene Sortimentsliste. Spezifische Modifikationen für die Sonderbereiche werden an der entsprechenden Stelle genannt.
- Ansiedlungsempfehlungen für Gewerbegebiete und Sonderbereiche beziehen sich auf die Ansbacher Sortimentsliste „nicht-zentrenrelevante Sortimente“ (Kap. 8.4).
- Aus Gründen des Bestands- und Standortschutzes wurde den bestehenden Standorten in den Ergänzungsbereichen Nahversorgung in vielen Fällen eine Erweiterungsmöglichkeit von 15% eingeräumt. Diese Erweiterungsoption bezieht sich auf einzelne Einzelhandelsbetriebe und legt den heutigen Status-Quo zugrunde. Mehrfacherweiterungen sind nicht möglich. Hintergrund der Erweiterungsoption ist die Tatsache, dass einzelne Betriebe zum Teil flächenmäßige Erweiterungen benötigen, um konkurrenzfähig zu bleiben und somit das Unternehmen zu erhalten. Dabei muss jeweils die empfohlene Sortimentsliste berücksichtigt werden. Sollte mit einer derartigen Erweiterung die landesplanerische Grenze von 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche überschritten werden, ist eine entsprechende landesplanerische Überprüfung notwendig.

## 7.1 DER ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICH (MIT ERGÄNZUNGSBEREICH)

Der zentrale Versorgungsbereich umfasst den gesamten Bereich der Innenstadt vom Bahnhof einschließlich Postgebäude bis an die Residenzstraße und im Bereich des Brücken-Centers auch nördlich der Residenzstraße im gesamten Bereich des Brücken-Centers. Damit wird im vorliegenden aktualisierten EEK 2015 in Erweiterung des EEK 2010 der nördliche Bereich des Brücken-Centers, der vorher zum NVB Rügländer Straße gerechnet wurde, in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Diesem Schritt ging eine intensive Diskussion zwischen Gutachter, Stadtverwaltung, Betreiber und Landesplanung voraus. Ausschlaggebend war dabei die Argumentation, dass das Brücken-Center als gesamte Einheit zu betrachten ist. Auslöser für die Diskussion war die Tatsache, dass nach dem Leerfallen des Praktiker-Standortes die Frage der Neubelegung dieser Fläche einvernehmlich zu lösen ist. Die geplante Umgestaltung (u.a. Überdachung) der Freibereiche im Übergang zwischen dem kompakten Centerbereich und der nördlichen Erweiterung wurde als weiterer Indikator dafür gewertet.

Der Gutachter weist aber deutlich darauf hin, dass die Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs auf das gesamte Brücken-Center bestimmte Gefahren hinsichtlich der Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente nach sich zieht. Im zentralen Versorgungsbereich ist die flächenmäßig unlimitierte Ansiedlung (soweit auch baurechtlich entsprechend fundiert) von Einrichtungen aller zentrenrelevanten Sortimente denkbar. So wäre z.B. grundsätzlich die Ansiedlung eines Modehauses mit 5.000 m<sup>2</sup> oder darüber möglich. Dies ist aus gutachterlicher Sicht aber nicht wünschenswert, da nach wie vor der Altstadt u.a. im Textilbereich übergeordnete Bedeutung zukommt, die nicht wesentlich eingeschränkt werden sollte. Für die landesplanerische Zulässigkeit dagegen ist der zentrale Versorgungsbereich ohne Bedeutung.

Zusätzlich könnte die Einbeziehung des gesamten Brücken-Centers in den zentralen Versorgungsbereich als Signalwirkung für die Ausweitung von Ansiedlungen verstanden werden und zur Folge haben, dass Investitionen in der Altstadt ausblieben.

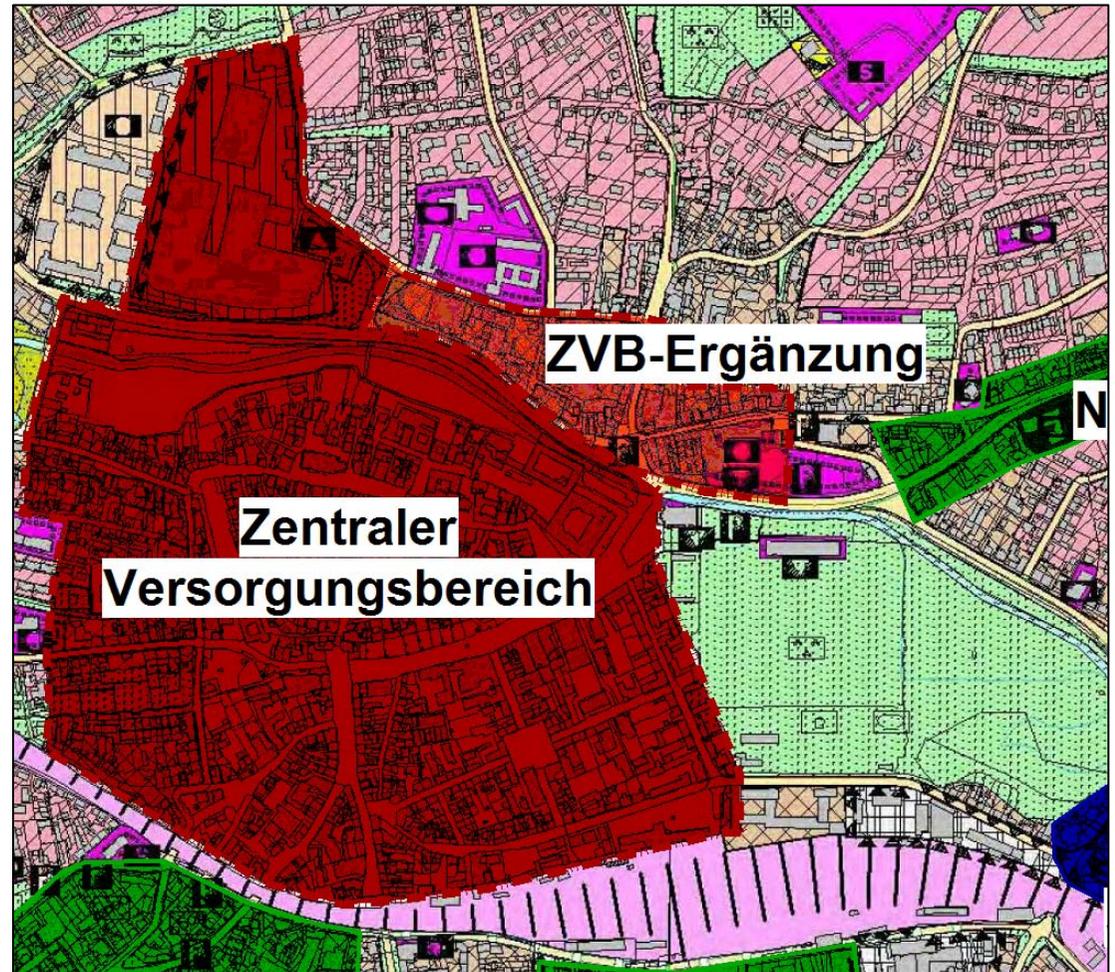


Abbildung 63

Da für den Bereich des Brücken-Centers aktuell die Änderung des bestehenden vorhabenbezogenen Bebauungsplans ansteht, besteht die Möglichkeit Reglementierungen auf diesem Weg einzuleiten. Baurechtlich können im Bebauungsplan spezifische Sortimente grundsätzlich von der Ansiedlung ausgenommen werden. Dies ist allerdings aus gutachterlicher Sicht nicht wünschenswert, da dem Branchen-Mix im Brücken-Center ein hoher Stellenwert eingeräumt wird. Eine Limitierung der

Ansiedlungsfläche einzelner Sortimentsbereiche, wie dies gutachterlich wünschenswert wäre, ist allerdings baurechtlich nur bedingt über die Festsetzung der gesamten sortimentspezifischen Verkaufsfläche im Bebauungsplan haltbar.

Ein vorhabenbezogener Bebauungsplan nach § 12 BauGB ist eine Sonderform der verbindlichen Bauleitplanung. Darin stimmen Gemeinde und Vorhabenträger die Durchführung von Vorhaben und von Erschließungsmaßnahmen ab. Grundlage des vorhabenbezogenen Bebauungsplans sind ein Vorhaben- und Erschließungsplan (VEP) und ein Durchführungsvertrag (städtebaulicher Vertrag). In einem solchen städtebaulichen Vertrag soll die Ansiedlung von Sortimentsbereichen zwischen dem Betreiber des Brücken-Centers und der Stadt Ansbach geregelt werden. Folgender Vorschlag ergeht dafür:

*"Die Stadt Ansbach und die Betreiber des Brücken-Centers in der Stadt Ansbach vereinbaren für die zukünftige Nutzung des Brücken-Centers folgende Maßgaben:*

- *Das Brücken-Center in Ansbach zeichnet sich durch seine für ein Einkaufszentrum dieser Größe und Lage im Stadtgebiet besonders hohe Sortimentsbreite und -vielfalt hinsichtlich der durch die angesiedelten Anbieter angebotenen Produktpalette aus.*
- *Stadt Ansbach und Betreiber des Brücken-Centers sind sich einig, dass diese Qualität des Brücken-Centers auch zukünftig für die Kunden des Brücken-Centers erhalten werden muss.*
- *Beide Vertragspartner, Stadt Ansbach und die Betreiber des Brücken-Centers, sind sich einig, dass diese Vielfalt nur durch die Bindung des Brücken-Centers hinsichtlich der Ansiedlung von möglichen neuen Betrieben erhalten werden kann.*
- *Aktuell (11.2014) liegt der Anteil nicht zentrenrelevanter Sortimente (einschließlich des leer stehenden ehemaligen Praktiker-Marktes) nach den Erhebungen von Büro PLANWERK, Nürnberg, im August 2014 bei ca. 30% der ermittelten Verkaufsfläche. Dieser Wert soll als Orientierungswert für die zukünftige Bindung des Brücken-Centers herangezogen werden.*
- *Die Betreiber des Brücken-Centers verpflichten sich zukünftig zu gewährleisten, dass mind. 25% der verfügbaren Verkaufsfläche im Einkaufszentrum durch angebotene Sortimente im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente belegt werden. Grundlage für die Definition von nicht zentrenrele-*

*vant ist die Ansbacher Liste des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Ansbach in der jeweils aktuell gültigen Fassung.*

- *Weiter verpflichten sich die Betreiber des Brücken-Centers, den Anteil der Sortimente Textilien und Schuhe am Gesamtangebot des Brücken-Centers bezogen auf die Verkaufsfläche auf 35% der gesamten Verkaufsfläche im Einzelhandel zu limitieren.*
- *Darüber hinaus verpflichtet sich das Brücken-Center bei der Neuvermietung von Verkaufsflächen verbindlich darauf zu achten, dass durch die Neubelegung keine Großstandorte in den Bereichen der Sortimente Textilien und Schuhe entstehen, die folgende Grenzen überschreiten: 2.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einheit im Bereich Textilien und 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einheit im Bereich Schuhe. Zu berücksichtigen ist dabei grundsätzlich, dass der oben genannte Anteil dieser Sortimente an der gesamten Verkaufsfläche nicht überschritten wird.*
- *Diese Vereinbarung kann im Einverständnis beider Vertragsseiten nach Ablauf von 5 Jahren nach Vertragsabschluss geändert werden. Damit soll möglichen Veränderungen auf dem Sektor des Einzelhandels adäquat Rechnung getragen werden.*
- *Sollten sich vor Ablauf der genannten 5-Jahres-Frist grundlegende strukturelle Veränderungen ergeben, die die Maßgaben der vorliegenden Vereinbarung in Frage stellen, verpflichten sich beide Seiten in kooperativer Weise eine Aktualisierung der Vereinbarung zu erarbeiten."*

Besonders wünschenswert ist im zentralen Versorgungsbereich die Ansiedlung eines Nahversorgers im Bereich der periodischen Güter des täglichen Bedarfs. Da dafür nicht die notwendigen Flächen erkennbar sind, wurde der Ergänzungsbereich des zentralen Versorgungsbereichs definiert. Der Ergänzungsbereich erstreckt sich zwischen Residenzstraße und Brauhausstraße (leer stehendes Brauereigelände) sowie ein kleines Stück entlang der Nürnberger Straße. In diesem Bereich wird derzeit ein größerer Vollsortimenter (max. 2.500 m<sup>2</sup>, davon mind. 80% Güter des periodischen Bedarfs) angesiedelt. Darüber hinaus ist die Stärkung dort vorhandener zentrenrelevanter Sortimente möglich. Weitere Discounterstandorte vor allem im Fachmarktbereich (zentrenrelevante Sortimente) müssen in diesem Ergänzungsbereich vermieden werden.

## 7.2 ERGÄNZUNGSBEREICHE NAHVERSORGUNG IM NORDEN DER STADT ANSBACH

### Ergänzungsbereich Nahversorgung Rügländer Straße:

Dieser Nahversorgungsbereich wurde im Bereich westlich der Rügländer Straße / Brauhausstraße dem zentralen Versorgungsbereich zugeschlagen (siehe 7.1). Für den Bereich östlich der Rügländer Straße / Brauhausstraße besteht kein weiterer Handlungsbedarf, so dass dieser NVB aufgelöst wurde.

### Ergänzungsbereich Nahversorgung Rettiststraße:

Dem Ergänzungsbereich Nahversorgung an der Rettiststraße könnte zukünftig verstärkte Bedeutung zukommen. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass er zentral im nördlichen Bereich der Stadt Ansbach liegt und damit auch Versorgungsfunktionen für die angrenzenden Teilbereiche (u.a. Hennenbach) übernehmen kann.

Aktuell besteht für diesen Bereich ein Ansiedlungswunsch im Bereich des bestehenden Norma-Marktes für ein kleines Fachmarktzentrum mit folgenden Standorten:

- Vollsortiment-Markt (inkl. Getränke) mit 1.500 m<sup>2</sup>
- Biomarkt mit 650 m<sup>2</sup>
- Drogeriemarkt mit 780 m<sup>2</sup>
- weitere Dienstleistungs- und Gastronomieangebote

Die angedachte Erweiterung muss in die gesamtstädtischen Erweiterungspotenziale eingepasst werden. In den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel (Potenzial von 2.560 m<sup>2</sup>) und Drogeriesortimente (Potenzial von 650 m<sup>2</sup>) bestehen ausreichend Potenziale für die geplante Erweiterung. Mitberücksichtigt werden muss bei der Flächensaldierung der neue Norma-Markt an der Rothenburger Straße als Verlagerung des Standorts Rettiststraße mit einer Erweiterung um rd. 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Damit wären alle berechneten Ansiedlungspotenziale im Ansbacher Stadtgebiet ausgeschöpft. Weitere geforderte Ansiedlungen wie im Bereich Schalkhäuser Straße sind damit nicht mehr möglich.

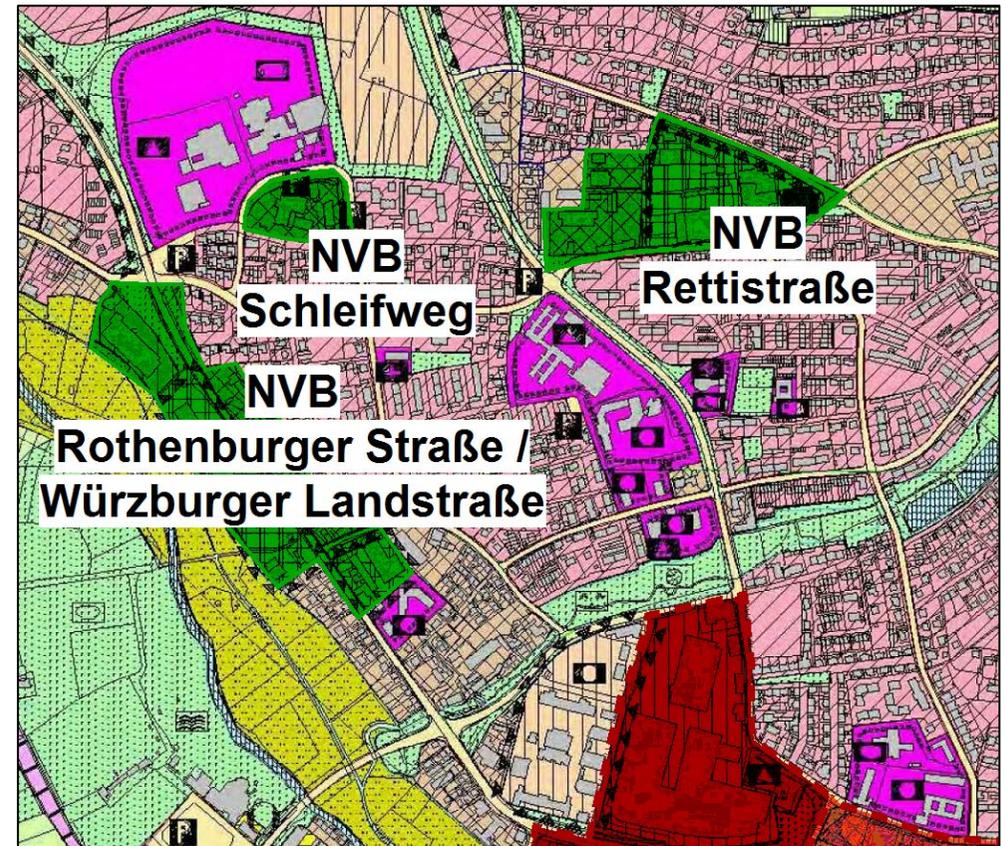


Abbildung 64

Zukünftig gelten für den Ergänzungsbereich Nahversorgung an der Rettiststraße folgende Maßgaben:

- Kleinteilige Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%).

#### **Ergänzungsbereich Nahversorgung Schleifweg:**

Die eingeschränkte Standortqualität dieses NVB (Anbindung durch Wohngebiet) lässt Erweiterungen zweifelhaft erscheinen. Im Zuge der Stadterweiterung nördlich dieses Standortes könnte der Standort an Qualität gewinnen. Die Einzelhandelsstandorte am Schleifweg bieten Potenzial an andere Standorte verlagert zu werden. Diese Verlagerung ist bisher allerdings nicht gelungen. Im Zuge der geplanten Ansiedlungen in den Bereichen NVB Rettistraße und NVB Rothenburger Straße / Würzburger Landstraße wird die Konkurrenzsituation des NVB Schleifweg deutlich geschwächt, so dass dessen weiterer Bestand in Frage gestellt werden kann. Alternativ besteht die Möglichkeit den EDEKA-Standort an die Rettistraße zu verlagern, wodurch weitere Ansiedlungspotenziale verfügbar wären. Zur weiteren Standortentwicklung gilt:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, auch keine Ansiedlung von Sortimenten aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.

#### **Ergänzungsbereich Nahversorgung Rothenburger Straße / Würzburger Landstraße:**

Im NVB Rothenburger Straße / Würzburger Landstraße ist die Ansiedlung eines Norma-Marktes (Verlagerung von der Rettistraße) geplant. Damit sind aus gutachterlicher Sicht die dortigen Potenziale ausgeschöpft.

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, auch keine Ansiedlung von Sortimenten aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%).

### 7.3 ERGÄNZUNGSBEREICHE NAHVERSORGUNG IM OSTEN DER STADT ANSBACH

#### Ergänzungsbereich Nahversorgung Nürnberger Straße:

Diesem Standort kommt im Zuge der geplanten Stadterweiterungen beiderseits der Nürnberger Straße besondere Versorgungsbedeutung zu.

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%) nur in Ausnahmefällen. Der Standort weist bereits gesamtstädtischen Einzugsbereich auf.

#### Ergänzungsbereich Nahversorgung Eyb-Nord:

Dieser Ergänzungsbereich wird als alternativer Standort zum Bereich Eyb-Zentrum gesehen und soll nur entwickelt werden, wenn Ansiedlungen dort nicht gelingen.

- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Mögliche Ansiedlung von Nahversorgern auf zukünftigen Potenzialflächen im Bereich bis 800 m<sup>2</sup> unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Potenziale im Bereich der Güter des periodischen Bedarfs.

#### Ergänzungsbereich Nahversorgung Eyb-Zentrum:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Schaffung eines Ersatzstandortes für den Aldi-Standort.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%).

#### Ergänzungsbereich Nahversorgung Eyb-Süd:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%).

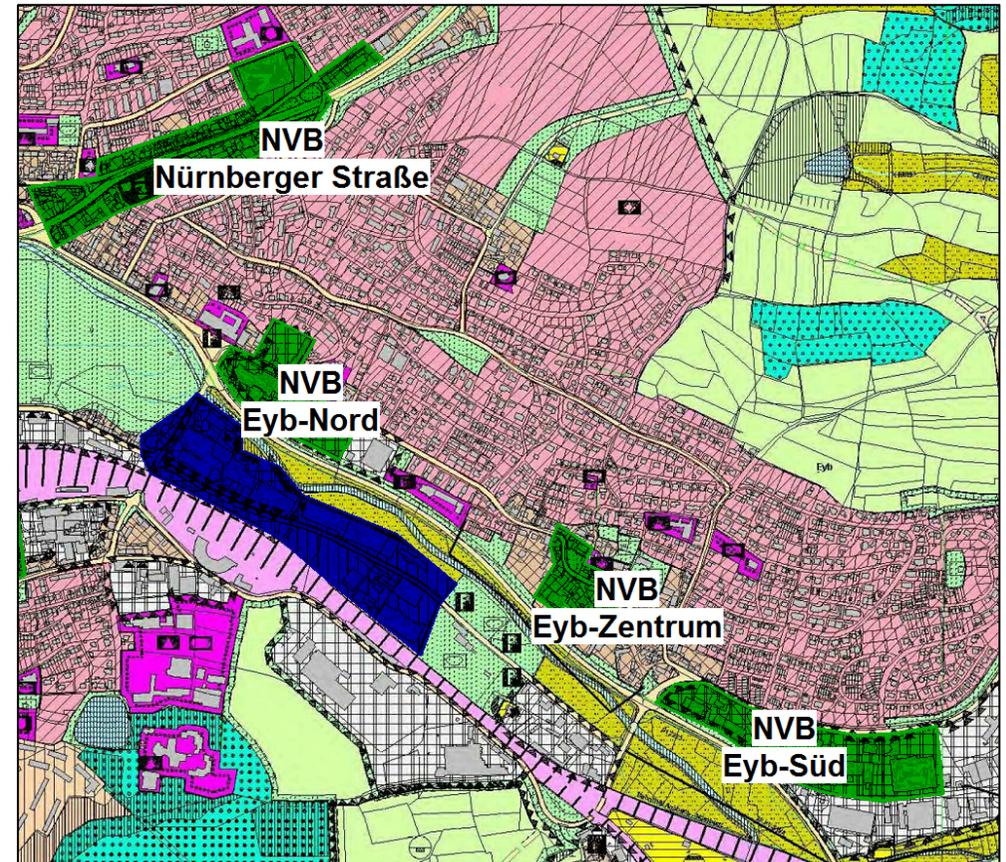


Abbildung 65

## 7.4 ERGÄNZUNGSBEREICHE NAHVERSORGUNG IM SÜDEN DER STADT ANSBACH

### Ergänzungsbereich Nahversorgung Welserstraße:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%) nur in Ausnahmefällen, da die bestehenden Standorte bereits über den Teilbereich hinaus wirken.

### Ergänzungsbereich Nahversorgung Südwest:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%).

### Ergänzungsbereich Nahversorgung Süd:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%) nur in Ausnahmefällen, da die bestehenden Standorte bereits über den Teilbereich hinaus wirken.

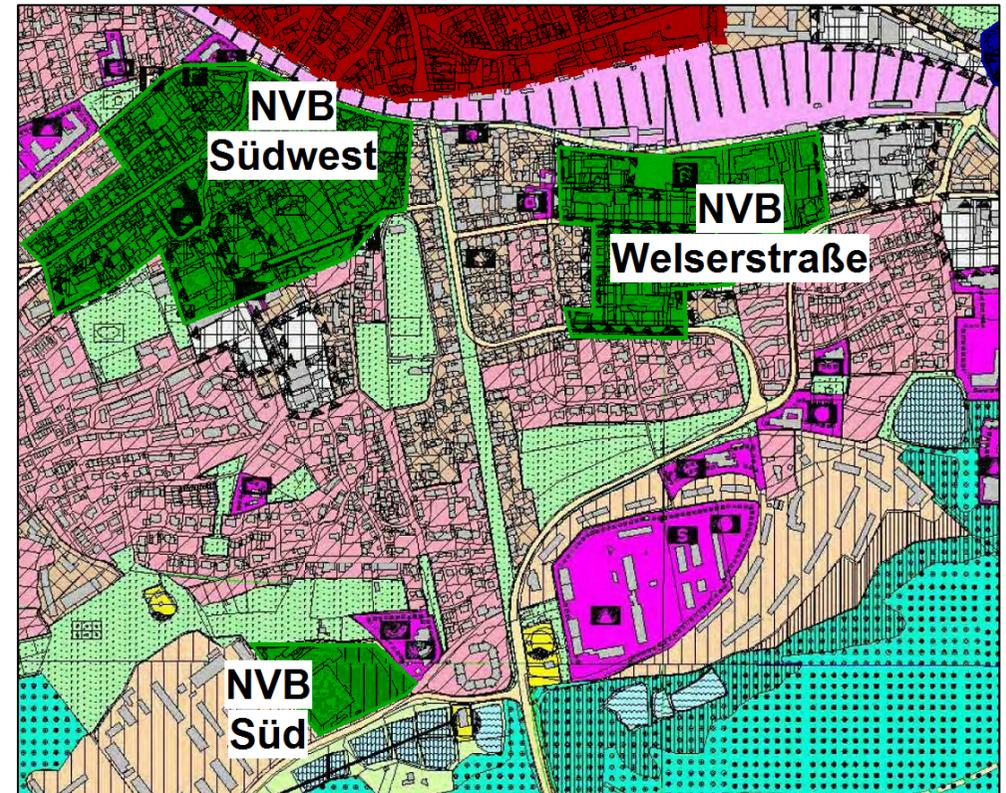


Abbildung 66

## 7.5 VERSORGUNGSBEREICHE IM WESTEN DER STADT ANSBACH

### Ergänzungsbereich Nahversorgung Schalkhäuser Straße:

- Entwicklung eines Nahversorgungsstandortes zur Versorgung des westlichen Stadtbereichs inkl. Schalkhausen. Die Versorgungssituation im Westen der Stadt rechtfertigt die Ansiedlung eines Vollsortimenters (max. 1.200 m<sup>2</sup>) und eines Discountstandortes (max. 800 m<sup>2</sup>) aus dem Lebensmittelbereich. Dabei muss auf das gesamtstädtische Ansiedlungspotenzial geachtet werden. Die Ansiedlung steht bei der angesprochenen Dimension in Konkurrenz zur Ansiedlung in der Rettistraße. Ansonsten kommen nur Verlagerungen in Betracht (z.B. Standort Benzstraße).
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung.

### Sonderbereich Schalkhausen:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Schwerpunkt sollte auf den Bereich Baumarktsortimente, Elektrogeräte, Sportgeräte.
- Für den Sonderbereich Schalkhausen wird die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente erweitert um die Sortimente Informationstechnik, Unterhaltungselektronik und Telekommunikation. Die Ansiedlung eines entsprechenden Elektronikanbieters wäre an diesem Standort denkbar.
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%).

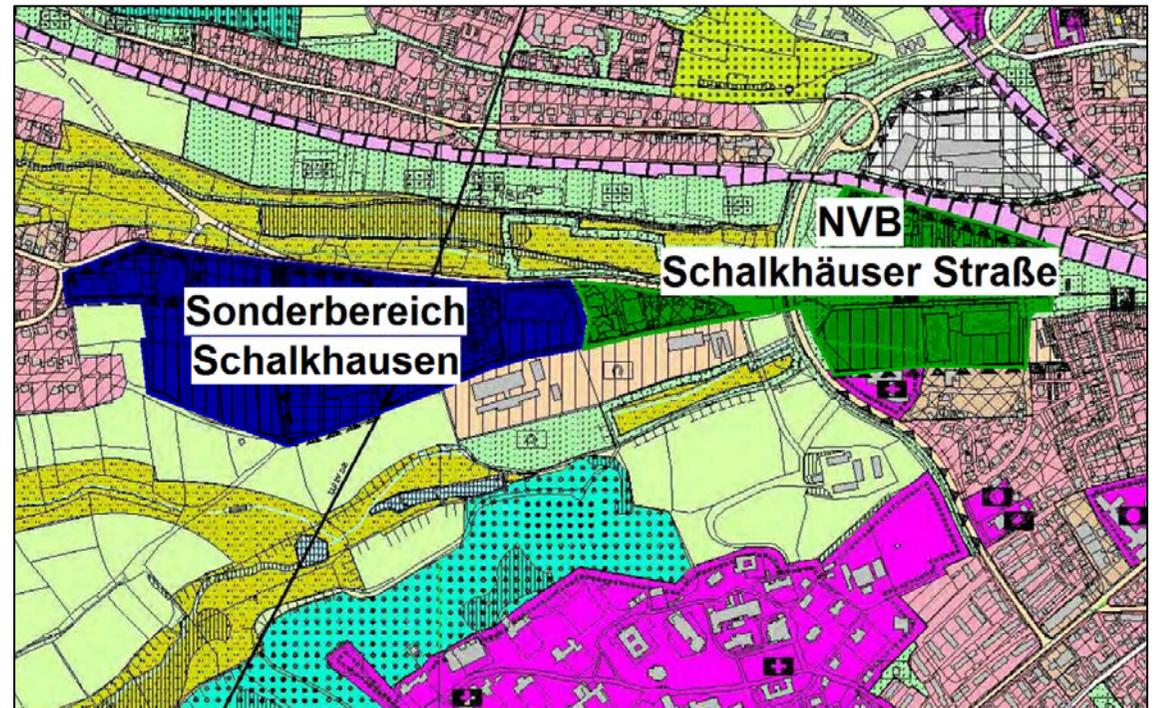


Abbildung 67

## 7.6 SONDERBEREICH PILIPP

### Sonderbereich Pilipp:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots.
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente aus der Sortimentsliste der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Schwerpunkt sollte auf den Bereich Einrichtungsbedarf, Baumarktsortimente, Elektrogeräte, Informationstechnik und Sportgeräte liegen.
- Bei Ansiedlung und Erweiterung im Bereich der Einrichtungsgegenstände ist auf das Angebot an flankierenden Sortimenten zu achten. Dies dürfen nur in geringem Maße zentrenrelevante Sortimente sein (max. 400 m<sup>2</sup>).
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte muss speziell geprüft werden, da der Standort Pilipp bereits einen regionalen Einzugsbereich aufweist.

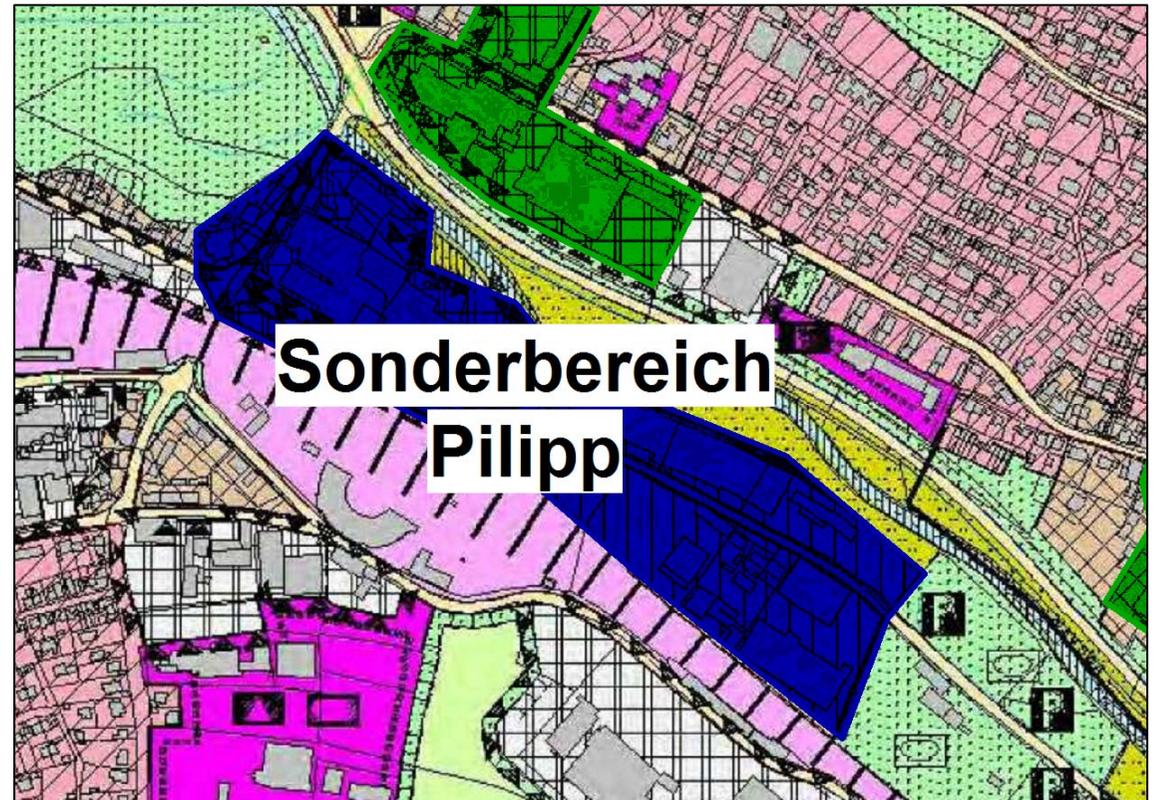


Abbildung 68

## 7.7 ZUSAMMENFASSUNG DER SPEZIELLEN EINZELBEURTEILUNGEN

Die vorliegende Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts der Stadt Ansbach hat zwei konkrete Anlässe, die im Rahmen des Konzepts beantwortet werden und deren Ergebnisse im Folgenden nochmals zusammenfassend dargestellt werden.

### 7.7.1 BEREICH RETTISTRASSE

Im Nahversorgungsbereich Rettistraße bestehen aktuell Ansiedlungswünsche, die die Vorgaben des EEK 2010 überschreiten.

Aktuell besteht für diesen Bereich ein Ansiedlungswunsch im Bereich des bestehenden Norma-Marktes für ein kleines Fachmarktzentrum mit folgenden Standorten:

- Vollsortiment-Markt (inkl. Getränke) mit 1.500 m<sup>2</sup>
- Biomarkt mit 650 m<sup>2</sup>
- Drogeriemarkt mit 780 m<sup>2</sup>
- weitere Dienstleistungs- und Gastronomieangebote

Die angedachte Erweiterung muss in die gesamtstädtischen Erweiterungspotenziale eingepasst werden. In den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel (Potenzial von 2.560 m<sup>2</sup>) und Drogeriesortimente (Potenzial von 650 m<sup>2</sup>) bestehen ausreichend Potenziale für die geplante Erweiterung. Mitberücksichtigt werden muss bei der Flächensaldierung der neue Norma-Markt an der Rothenburger Straße als Verlagerung des Standorts Rettistraße mit einer Erweiterung um rd. 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Damit wären alle berechneten Ansiedlungspotenziale im Ansbacher Stadtgebiet ausgeschöpft. Weitere geforderte Ansiedlungen wie im Bereich Schalkhäuser Straße sind damit nicht mehr möglich.

### 7.7.2 BRÜCKEN-CENTER

Für das Brücken-Center wurde eine Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs (ZVB) vollzogen, das die Ansiedlungsmöglichkeiten im Brücken-Center mit denen in der übrigen Innenstadt gleichstellt. D.h. basierend auf diesem ZVB wären zukünftig im gesamten Brücken-Center alle Ansiedlungen zentrenrelevanter Sortimente ohne Größenbeschränkung (soweit baurechtlich geregelt) möglich.

Der Gutachter weist aber deutlich darauf hin, dass die Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs auf das gesamte Brücken-Center bestimmte Gefahren hinsichtlich der Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente nach sich zieht. Im zentralen Versorgungsbereich ist die flächenmäßig unlimitierte Ansiedlung (soweit auch baurechtlich entsprechend fundiert) von Einrichtungen aller zentrenrelevanten Sortimente denkbar. So wäre z.B. grundsätzlich die Ansiedlung eines Modehauses mit 5.000 m<sup>2</sup> oder darüber möglich. Dies ist aus gutachterlicher Sicht aber nicht wünschenswert, da nach wie vor der Altstadt u.a. im Textilbereich übergeordnete Bedeutung zukommt, die nicht wesentlich eingeschränkt werden sollte. Für die landesplanerische Zulässigkeit dagegen ist der zentrale Versorgungsbereich ohne Bedeutung.

Zusätzlich könnte die Einbeziehung des gesamten Brücken-Centers in den zentralen Versorgungsbereich als Signalwirkung für die Ausweitung von Ansiedlungen verstanden werden und zur Folge haben, dass Investitionen in der Altstadt ausblieben.

Da für den Bereich des Brücken-Centers aktuell die Änderung des bestehenden vorhabenbezogenen Bebauungsplans ansteht, besteht die Möglichkeit Reglementierungen auf diesem Weg einzuleiten. Baurechtlich können im Bebauungsplan spezifische Sortimente grundsätzlich von der Ansiedlung ausgenommen werden. Dies ist allerdings aus gutachterlicher Sicht nicht wünschenswert, da dem Branchen-Mix im Brücken-Center ein hoher Stellenwert eingeräumt wird. Eine Limitierung der Ansiedlungsfläche einzelner Sortimentsbereiche, wie dies gutachterlich wünschenswert wäre, ist allerdings baurechtlich nur bedingt über die Festsetzung der gesamten sortimentspezifischen Verkaufsfläche im Bebauungsplan haltbar.

Ein vorhabenbezogener Bebauungsplan nach § 12 BauGB ist eine Sonderform der verbindlichen Bauleitplanung. Darin stimmen Gemeinde und Vorhabenträger die Durchführung von Vorhaben und von Erschließungsmaßnahmen ab. Grundlage des vorhabenbezogenen Bebauungsplans sind ein Vorhaben- und Erschließungsplan (VEP) und ein Durchführungsvertrag (städtebaulicher Vertrag). In einem solchen städtebaulichen Vertrag soll die Ansiedlung von Sortimentsbereichen zwischen dem Betreiber des Brücken-Centers und der Stadt Ansbach geregelt werden. Folgender Vorschlag ergeht dafür:

*"Die Stadt Ansbach und die Betreiber des Brücken-Centers in der Stadt Ansbach vereinbaren für die zukünftige Nutzung des Brücken-Centers folgende Maßgaben:*

- Das Brücken-Center in Ansbach zeichnet sich durch seine für ein Einkaufszentrum dieser Größe und Lage im Stadtgebiet besonders hohe Sortimentsbreite und -vielfalt hinsichtlich der durch die angesiedelten Anbieter angebotenen Produktpalette aus.*
- Stadt Ansbach und Betreiber des Brücken-Centers sind sich einig, dass diese Qualität des Brücken-Centers auch zukünftig für die Kunden des Brücken-Centers erhalten werden muss.*
- Beide Vertragspartner, Stadt Ansbach und die Betreiber des Brücken-Centers, sind sich einig, dass diese Vielfalt nur durch die Bindung des Brücken-Centers hinsichtlich der Ansiedlung von möglichen neuen Betrieben erhalten werden kann.*
- Aktuell (11.2014) liegt der Anteil nicht zentrenrelevanter Sortimente (einschließlich des leer stehenden ehemaligen Praktiker-Marktes) nach den Erhebungen von Büro PLANWERK, Nürnberg, im August 2014 bei ca. 30% der ermittelten Verkaufsfläche. Dieser Wert soll als Orientierungswert für die zukünftige Bindung des Brücken-Centers herangezogen werden.*
- Die Betreiber des Brücken-Centers verpflichten sich zukünftig zu gewährleisten, dass mind. 25% der verfügbaren Verkaufsfläche im Einkaufszentrum durch angebotene Sortimente im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente belegt werden. Grundlage für die Definition von nicht zentrenrelevant ist die Ansbacher Liste des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Ansbach in der jeweils aktuell gültigen Fassung.*

- Weiter verpflichten sich die Betreiber des Brücken-Centers, den Anteil der Sortimente Textilien und Schuhe am Gesamtangebot des Brücken-Centers bezogen auf die Verkaufsfläche auf 35% der gesamten Verkaufsfläche im Einzelhandel zu limitieren.*
- Darüber hinaus verpflichtet sich das Brücken-Center bei der Neuvermietung von Verkaufsflächen verbindlich darauf zu achten, dass durch die Neubelegung keine Großstandorte in den Bereichen der Sortimente Textilien und Schuhe entstehen, die folgende Grenzen überschreiten: 2.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einheit im Bereich Textilien und 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einheit im Bereich Schuhe. Zu berücksichtigen ist dabei grundsätzlich, dass der oben genannte Anteil dieser Sortimente an der gesamten Verkaufsfläche nicht überschritten wird.*
- Diese Vereinbarung kann im Einverständnis beider Vertragsseiten nach Ablauf von 5 Jahren nach Vertragsabschluss geändert werden. Damit soll möglichen Veränderungen auf dem Sektor des Einzelhandels adäquat Rechnung getragen werden.*
- Sollten sich vor Ablauf der genannten 5-Jahres-Frist grundlegende strukturelle Veränderungen ergeben, die die Maßgaben der vorliegenden Vereinbarung in Frage stellen, verpflichten sich beide Seiten in kooperativer Weise eine Aktualisierung der Vereinbarung zu erarbeiten."*

## 7.8 NICHT ABGEGRENZTE BEREICHE

In allen nicht als Versorgungsbereiche abgegrenzten Bereichen muss grundsätzlich auf die Ansiedlung von Einzelhandel, soweit dies bau- und genehmigungsrechtlich möglich ist, verzichtet werden. Grundsätzlich sind Ansiedlungen zur lokalen Versorgung wünschenswert (z.B. Bäcker, Metzger etc.). Für bereits bestehende Betriebe des Einzelhandels besteht natürlich Bestandsschutz. Erweiterungen bestehender Betriebe sind, soweit sie zur Sicherung des Standortes notwendig sind (max. +10%-15%), möglich.

### **Gewerbegebiete:**

Auch in den bereits bestehenden Gewerbegebieten besteht Bestandsschutz. Es ist im Einzelfall zu prüfen, ob ein Ausschluss von Sortimenten durch Änderung des Bebauungsplanes realisierbar ist (7-Jahres-Frist). Grundsätzlich wird dies in den meisten Fällen empfohlen, wenn die Bebauungspläne älter als sieben Jahre sind (Entschädigungszeitraum). In den Gewerbegebieten dürfen nur nicht-zentrenrelevante Sortimente angesiedelt werden, soweit sie nicht einem Nahversorgungsbereich zugeordnet sind. In den bestehenden Gewerbegebieten der peripheren Ortsteile (z.B. Brodswinden, Elpersdorf) muss grundsätzlich ein Ausschluss von Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen, soweit dies nicht bereits geschehen ist. Sollten an der Peripherie des Stadtgebiets oder in den Ortsteilen in den nächsten Jahren Gewerbe- oder Industriegebiete ausgewiesen werden, gilt dort grundsätzlich ein Ausschluss von Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten.

### **Sonstige Wohn- und Mischgebiete:**

Hier besteht die Möglichkeit von Ansiedlungen nach den rechtlichen Grundlagen von BauNVO und BauGB. Im Sinne einer sich noch verbessernden Nahversorgung, vor allem in den nördlichen Stadtteilen, sind Ansiedlungen von geringer Flächengröße (bis ca. 300 m<sup>2</sup>) dort durchaus wünschenswert. Für bestehende Betriebe des Einzelhandels besteht natürlich Bestandsschutz. Erweiterungen bestehender Betriebe sind, soweit sie zur Sicherung des Standortes notwendig sind (max. +10%-15%), möglich.

### **Unbeplante Innenbereiche:**

Auch hier besteht die Möglichkeit von Ansiedlungen nach den rechtlichen Grundlagen von BauNVO und BauGB. Im Sinne einer sich noch verbessernden Nahversorgung, vor allem in den nördlichen Stadtteilen, sind Ansiedlungen von geringer Flächengröße (bis ca. 300 m<sup>2</sup>) auch in diesen Bereichen durchaus wünschenswert. Für bestehende Betriebe des Einzelhandels besteht natürlich Bestandsschutz. Erweiterungen bestehender Betriebe sind, soweit sie zur Sicherung des Standortes notwendig sind (max. +10%-15%), möglich.

## 7.9 WEITERE FLANKIERENDE MAßNAHMEN

Im Zuge der Darstellung der einzelnen Teilbereiche wurde bereits auf verschiedene flankierende Maßnahmen eingegangen. Weitere sollen an dieser Stelle ausgeführt werden.

### 7.9.1 ZUSAMMENARBEIT ZUM WOHLER DER INNENSTADT

Da die Ziele eines Citymarketing natürlich an den „ökonomischen“ Belangen der Stadt bzw. der Innenstadt ausgerichtet sind, muss eine ergänzende Runde, die u.a. auch die kulturellen, sozialen und ökologischen Interessen vertritt und in den Gesamtprozess einbindet, etabliert und durchgeführt bzw. begleitet werden. Diesbezüglich wurde mit dem Runden Tisch Altstadt im Herbst 2014 bereits begonnen.

### 7.9.2 AKTIVES FLÄCHENMANAGEMENT

Ein zentraler Punkt für die Aktivierung der Potenziale in der Innenstadt ist die Durchführung eines aktiven Flächenmanagements mit Schwerpunkt Innenstadt. Dieses Thema wird seit 2011 von Citymarketing und Wirtschaftsförderung bearbeitet. Die deutlich gestiegene Anzahl der Leerstände belegt, dass die Bemühungen in diesem Bereich noch verstärkt werden müssen.

### 7.9.3 GEZIELTE ANSIEDLUNG VON BETRIEBEN

Die Erfahrung zeigt, dass die Vermarktung von vorhandenen gewerblich genutzten Flächen allein auf der Basis der Vorgaben des Immobilienmarktes in vielen Fällen nicht zufriedenstellend funktioniert. In Zusammenhang mit einem aktiven Flächenmanagement muss auch die gezielte Ansiedlung von Betrieben gesehen werden. Dies liegt in direkter Zuständigkeit des Citymarketings und findet in enger Abstimmung mit der Wirtschaftsförderung statt. Zu diesem Tätigkeitsbereich gehört unter anderem der intensive Kontakt mit Immobilieneigentümern, das Erarbeiten von Ansiedlungspräferenzen, das Begleiten von Ansiedlungen und die Beratung von Betrieben. Derartige Maßnahmen werden durch die genannten Akteure bereits durchgeführt.

### 7.9.4 MAßNAHMEN DER BETRIEBE

Es gibt viele Möglichkeiten für Betriebe, das Geschäft zu attraktivieren und die Kundenbindung zu verbessern. Die konkreten Maßnahmen sollten gemeinschaftlich mit den privaten Akteuren erarbeitet und von einem/einer externen BeraterIn unterstützt werden. Die Maßnahmen sollen konkret auf Ansbach abgestimmt werden. Als mögliche Beispiele könnten folgende Maßnahmen für Ansbach zielführend sein:

- “Von anderen lernen”: Exkursionen in andere Städte und Gemeinden (Was machen die anderen?).
- Fortbildung (Betriebsführung, Marketing, Schaufenster- und Ladengestaltung).
- Qualifizierung der Betriebe im Umgang mit neuen Medien und Nutzung der Chancen durch das Internet (Verpflichtung eines Beraters, der den Betrieben zur Unterstützung zur Verfügung steht, verstärkte Behandlung des Themas Online-Handel durch Wirtschaftsförderung, IHK, Kreditinstitute usw., Gewährleistung der Auffindbarkeit der Betriebe im Internet, Ausbau und Kommunikation der eigenen Stärken)
- Durchführen von (möglichst gemeinschaftlichen) Aktionen zur Kundenbindung.
- Ergänzen der Sortimente der ansässigen Geschäfte (siehe dazu Flächenmanagement).
- Geschäftsbewertung als Ansatzpunkt für Verbesserungen mittels gemeinsamer (anonymer) Bewertung durch die Betriebe; evtl. Unterstützung / Durchführung durch neutrale externe Person.

Die Ansbacher Betriebe und Citymarketing Ansbach haben in den vergangenen Jahren bereits verschiedene Maßnahmen umgesetzt, wie CitySchexs, Store Checks, Einzelhandelsstadtführungen, diverse Schulungen usw. Für das zukünftige Bestreiten dieses Wegs ist weiterhin die Unterstützung seitens der Stadt Ansbach nötig in Verbindung mit einer ausreichenden Ausstattung an entsprechenden Kompetenzen.

### 7.9.5 VERKEHRLICHE MAßNAHMEN

Grundsätzlich spielt das Thema Erreichbarkeit und damit das Thema Verkehr für Einzelhandelsstandorte, vor allem für einen Innenstadtstandort eine bedeutende Rolle.

Für die Standorte in den Stadtteilen wurde bereits auf eine Optimierung der ÖPNV-Anbindung hingewiesen. Dabei stehen die Verbesserung von Taktfrequenzen und die Anpassung an heutige Öffnungszeiten im Vordergrund. Weiter wurde bereits auf Fuß- und Radwegeverbindungen hingewiesen, vor allem notwendige Querverbindungen und attraktive Anbindungen (z.B. Südstadt - Innenstadt), die für die Standortqualität eine Rolle spielen.

Besonders muss für die Altstadt die Erreichbarkeit sowohl mit dem Fahrrad, zu Fuß und mit dem ÖPNV als auch mit dem Pkw überprüft und evtl. verbessert werden.

Weitere Thematik ist die Situation des ruhenden Verkehrs. Ohne ein Parkraumkonzept durchgeführt zu haben, ist nach Inaugenscheinnahme der Situation insgesamt ein wohl ausreichendes Angebot in Ansbach vorhanden. Allerdings bestehen teils räumlich durchaus Versorgungsunterschiede, die sich vor allem in einem Defizit an Stellplätzen direkt am Einzelhandels- und Versorgungsstandort darstellen. Bereiche wie Promenade oder Karlstraße fallen hierbei besonders auf. Eine Sanierung mit Vergrößerung der einzelnen Stellflächen wird am Rezatparkplatz als wichtigstem Parkplatz für die Altstadt nötig. Insgesamt könnte ein Parkraumbewirtschaftungskonzept Vorschläge zur Verbesserung der teils räumlichen Versorgung erarbeiten. Auch moderne Methoden wie Verrechnen der Parkgebühren mit Einkäufen, Handyparken oder Schrankenlösung statt vorherigem Festlegen der Verweildauer usw. könnten hierbei für Ansbach erarbeitet werden. Positive Modelle aus anderen Städten können durchaus untersucht und ggf. übernommen werden.

Auch eine Erweiterung der Fahrradabstellplätze sowie Schließfächer für Fahrradfahrer können wichtige Verbesserungen darstellen.

### 7.9.6 BAULICHE MAßNAHMEN

Über bauliche Maßnahmen soll das vorliegende Konzept keine umfangreichen Bewertungen durchführen. Neben gestalterischen Maßnahmen im öffentlichen Raum, die zum Teil bereits in Angriff genommen wurden, besteht auch vielerorts Modernisierungs- und Verschönerungsbedarf bei Fassaden in der Altstadt.

Größere bauliche Projekte, wie etwa die Sanierung und Neunutzung des Rathausareals, die Sanierung der Neustadt sowie die Sanierung des Rezatparkplatzes, werden schon länger diskutiert und sollten als standortstärkende Maßnahmen zur Belebung der Altstadt angegangen werden. Bei einer Sanierung der Neustadt sollte die Belastung für die einzelnen Geschäfte möglichst gering gehalten werden, z.B. durch zeitlich und örtlich begrenzte Bauabschnitte. Um bei den betroffenen Akteuren bezüglich Sanierungen keine Verunsicherungen entstehen zu lassen, ist es wichtig, dass diese verlässlich über Ablauf und Umfang der Maßnahmen informiert werden. Dazu sollte ein entsprechendes Budget für Baustellenmarketing eingeplant werden.

### 7.9.7 VERBESSERUNG DES STADTBILDES

Die historische Ansbacher Altstadt hat vielfältige Funktionen zu erfüllen und somit auch unterschiedlichen Anforderungen zu genügen. Immer jedoch kommt dem öffentlichen Raum und dem Stadtbild in Bezug auf Sauberkeit, Sicherheit, Beleuchtung, Stadtmobiliar, Beschilderung usw. eine besondere Bedeutung zu. Ein Vorschlag des Citymarketing Ansbach zur Verbesserung des Stadtbildes wäre z.B. ein „Stadthausmeister“ für die Altstadt, der sich in Zusammenarbeit mit den städtischen Reinigungskräften kontinuierlich um das Erscheinungsbild der Altstadt kümmert. Als Alternative kann auch eine Kapazitätsaufstockung im Betriebsamt dienen.

### 7.9.8 ÖFFENTLICHKEITSARBEIT FÜR DIE INNENSTADT

Aufgrund der häufig negativen Darstellung der Situation in der Ansbacher Innenstadt in den Medien, wäre es wichtig, die positiven Aspekte und Stärken in der Öffentlichkeit mehr herauszustellen. Dies kann zum einen ein positives Denken in der Ansbacher Bevölkerung bewirken, zum anderen aber auch Imagewerbung nach außen darstellen.

## 7.10 ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN

Die aufgeführten Werte und Zahlen der vorliegenden Untersuchung wurden auf der Grundlage der aktuellen Situation bezüglich Bevölkerungszahl, Altersstruktur und Mobilitätsverhalten entwickelt und berechnet. Damit geben die Resultate eine zuverlässige Handreichung bezüglich der Entwicklung der Stadt Ansbach in den nächsten Jahren, was vorrangiges Ziel und wichtigster Bestandteil des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes sein soll.

Trotzdem darf an dieser Stellen nicht übersehen und vernachlässigt werden, dass mittel- bis langfristig Strukturen sich verändern werden, die durchaus Auswirkungen auf die Versorgungssituation in der Stadt Ansbach haben werden. Grundlage für den Blick in die Zukunft ist die regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2032, die vom Bayerischen Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung veröffentlicht wurde. Auf die entsprechenden Tendenzen wurde im Kapitel 2 bereits kurz hingewiesen.

### 7.10.1 MOBILITÄTSBEREITSCHAFT

Die sich mittel- bis langfristig verändernde Altersstruktur ist auch der Hauptgrund für die insgesamt geringer werdende Möglichkeit und Bereitschaft der Bevölkerung sich mobil im Raum zu bewegen. Hinzu kommen steigende Energie- und damit Transportkosten, die sich beschränkend auf den motorisierten Individualverkehr auswirken werden, aber auch die Möglichkeiten des öffentlichen Personennahverkehrs beeinflussen werden.

Insgesamt wird aufgrund der sich verändernden Mobilitätsbereitschaft somit der Nahversorgung, vor allem der wohnstandortnahen Versorgung mit Gütern des periodischen Bedarfs, eine immer stärkere Bedeutung zukommen.

### 7.10.2 TENDENZEN IM EINZELHANDEL

Die Entwicklung im Einzelhandel weist in den vergangenen Jahren Tendenzen auf, die in höherzentralen Orten beobachtet werden können und deren Inhalte auf kleinere Zentren wie Ansbach durchaus angewandt und übertragen werden können.

Folgende Grundtendenzen können beschrieben werden, die allerdings zum Teil sogar gegenläufig sind:

- Die Einzelhandelsflächen im Lebensmitteleinzelhandel (Vollsortimenter, Discounter) wachsen insgesamt (Gesamtfläche), nehmen aber auch für die Einzelstandorte zu.
- Das Gesamtwachstum der Angebotsfläche führt zu einem Überangebot an Verkaufsfläche. Erste Marktteilnehmer sind in den vergangenen Jahren bereits verschwunden (Aufkauf). Es ist damit zu rechnen, dass weitere Anbieter am Markt in den nächsten Jahren aufgekauft werden.
- Das Angebot an den Discounterstandorten wurde in den vergangenen Jahren immer umfangreicher. Je nach Kette geht das Discounterangebot bereits in Vollsortimentsrichtung.
- Das Angebot der Vollsortimenter wurde in den vergangenen Jahren noch spezifischer (Angebotstiefe). Die Entwicklung liegt hier im qualitativen Bereich (Übersichtlichkeit, seniorengerechte Angebote, Einkaufsambiente). Dies drückt sich durch deutlich gestiegene Verkaufsflächen aus, wobei die Gesamtumsatzleistung kaum ansteigt, so dass die Quadratmeterleistungen deutlich zurückgehen (10-20%).
- Sowohl im Discounterbereich als auch im Bereich der Vollsortimenter wird damit das baurechtliche Limit von 800 m<sup>2</sup> - 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Regelvermutungsgrenze) immer mehr zum limitierenden Faktor. Die damit verbundene Notwendigkeit der Ausweisung von Sonderbauflächen Einzelhandel erweist sich als Hindernis. Die politische Diskussion zu diesem Thema ist aktuell im Gange (u.a. LEP). Veränderungen sind hier durchaus denkbar. Das LEP 2013 reagierte bereits diesbezüglich und gab die Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben bis 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für alle Gemeinden landesplanerisch frei. Allerdings bleibt das Erfordernis der städtebaulich integrierten Lage (LEP 5.3.2) bestehen und auch das Erfordernis eines Sondergebietes gem. § 11 (3) BauNVO bleibt davon (bisher noch) unberührt.
- Weiter wird eine gegenläufige Tendenz ansatzweise erkennbar, dahingehend, dass wieder kleinere Verkaufseinheiten deutlich unter 800 m<sup>2</sup> in wohnstandortnahen Lagen auch von den großen Kettenanbietern neu eingerichtet werden. Diese Tendenz könnte mittelfristig einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der wohnstandortnahen Versorgung bilden.

- Zusätzlich etablieren sich weiter ergänzende Angebote vor allem im Bereich der mobilen Versorgung bzw. der Direktvermarktung.
- Vor allem Standorte in B- und C-Lagen der Innenstädte haben verstärkt Probleme. Eine Konzentration auf die A-Lagen ist erkennbar. Für die schwächeren Standorte gilt es stadtplanerisch Lösungen zu finden, die u.a. im Bereich Wohnen liegen können. Diese Lösungen müssen in integrierte Konzepte der Stadtentwicklung eingebettet sein.
- Die Bedeutung des Online-Handels hat sich in den letzten Jahren massiv erhöht - Umsätze sowie Anteil des Online-Handels am gesamten Handel haben stark zugenommen. Nach Angaben des Handelsverbands Bayern (HBE) liegt der Anteil des Online-Handels derzeit bei rd. 10% und wird nach Prognosen diverser Institute, Verbände usw. auf 20 bis 30% im Jahr 2020 ansteigen. Allerdings ist zu erkennen, dass sich das jährliche Wachstum des Online-Handels mittlerweile verringert. Sowohl bei der bisherigen als auch der zukünftigen Entwicklung bestehen große Unterschiede zwischen einzelnen Sortimentsbereichen. Die bevorzugten und am Ende genutzten Einkaufskanäle sind stark von diesen abhängig. In den Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels der BBE-Handelsberatung wird der Distanzhandel sortimentspezifisch auf Größenordnungen zwischen 2% und 20% klassifiziert. Diese Werte finden in den von der BBE-Handelsberatung angegebenen Raumleistungen der einzelnen Branchen ihren Niederschlag, indem das gesamte Umsatzvolumen jeweils um den Anteil des Distanzhandels bereinigt wird.
- Mittlerweile ist es selbstverständlich, dass ein Großteil der Kunden das Internet für Informationsrecherchen über Produkte nutzt, d.h. die Kunden sind im Vorfeld, v.a. bei größeren Anschaffungen, immer besser informiert. Der Anteil von Kunden mit einem klassischen Verhalten über nur einen Kanal (d.h. sowohl Information als auch Einkauf im stationären Handel) verringert sich zugunsten von Multikanal-Kunden. Stattdessen werden die einzelnen Kanäle immer mehr kombiniert, und zwar durchaus auch in der Form, dass die Information online erfolgt, der Einkauf aber im Geschäft. Dies kommt laut Befragungen von PwC häufiger vor als die umgekehrte Variante einer Information im Geschäft und des Einkaufs online. Letztendlich ist es für Händler folglich wichtig, dass sie unterschiedlichste Kommunikations- und Vertriebskanäle in einer Multikanal-Strategie zielführend verknüpfen,

wovon das klassische Geschäft ein Teil ist. Dabei ist es gar nicht zwingend notwendig, dass jedes Geschäft zusätzlich Online-Handel betreibt, sondern von essentieller Notwendigkeit ist eine Online-Präsenz, um im Internet gefunden zu werden.

- Viele Internetzugriffe erfolgen bereits über mobile Endgeräte. Dies gilt besonders auch für die Suche nach bestimmten Geschäften, Gastronomiebetrieben, Dienstleistern usw. Auch hier müssen die Betriebe sich darauf einstellen und dafür Sorge tragen, dass sie bei dieser Suche von unterwegs gefunden werden.

### 7.10.3 BEDEUTUNG FÜR DEN STANDORT ANSBACH

Stagnation im Bereich der Bevölkerungsentwicklung bei gleichzeitig mäßiger wirtschaftlicher Gesamtentwicklung lässt die einzelhandelsrelevante Nachfrage weder pro Kopf noch insgesamt in erkennbarem Maße ansteigen. So ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Ansbach seit dem EEK 2010 sogar leicht zurückgegangen. In den vergangenen Jahren musste der Einzelhandel eher Rückgänge verkraften. Damit sind insgesamt in den nächsten Jahren auch keine nennenswerten zusätzlichen Angebote (über die prognostizierten Ansiedlungspotenziale hinaus) am Standort Ansbach nötig.

Der strukturelle Wandel hinsichtlich der Altersstruktur der Ansbacher Bevölkerung findet langsam und damit kurz- und mittelfristig kaum merklich statt. Bemerkbare Veränderungen finden hier im Zeitraum von 15 bis 20 Jahren statt, wobei der große Überalterungsschub nach dem Jahr 2030 stattfinden wird, wenn die geburtenstarken Jahrgänge des 20. Jahrhunderts ins mittlere bis hohe Alter vorstoßen.

Für den Umgang mit den immer noch weiter nach Größe strebenden Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel bietet das vorliegende Gutachten mit den Vorgaben an Flächen und Standorten ausreichend Vorgaben und Reglementierungen. Die ersten Tendenzen wieder hin zu kleineren Einheiten deutlich unter 800 m<sup>2</sup> und in wohnstandortnahen Lagen sind zwar noch nicht generell erkennbar, können aber durch gezielte Vorgaben der städtischen Politik durchaus forciert und gefördert werden. Wichtiger Baustein in diesem Zusammenhang ist die standortspezifische Lösung der jeweiligen Stellplatzfrage.

## 8 ANSBACHER SORTIMENTSLISTE

Grundlage für die Festlegung der Ansbacher Sortimentsliste ist die „Liste zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Waren (zu B II 1.2.1.2)“ aus dem Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006. Die Liste aus dem Landesentwicklungsprogramm wurde entsprechend den Erkenntnissen aus den vorliegenden Untersuchungen modifiziert und angepasst. Im Rahmen der Aktualisierung des EEK 2015 bestand kein Anlass diese Sortimentslisten zu modifizieren.

### 8.1 LISTE DER ZENTRENRELEVANTEN SORTIMENTE (A1-A14)

- a1 Sortiment Nahrungs- und Genussmittel: Nahrungsmittel, Tabakwaren;  
**Nicht: Getränke**
- a2 Sortiment Gesundheits- und Körperpflege: Pharmazeutischer Bedarf, Droge-  
rieartikel, Kosmetika, medizinische und orthopädische Artikel, Reinigungs- und  
Pfleagemittel
- a3 Sortiment Bekleidung: Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Lederbeklei-  
dung, Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
- a4 Sortiment Schuhe und Lederwaren: Schuhe, Lederwaren (Koffer, Taschen,  
Kleinteile)
- a5 Sortiment Uhren und Schmuck: Uhren und Schmuck aus Edelmetallen und /  
oder anderen Materialien
- a6 Sortiment Bücher und Schreibwaren: Papierwaren, Bücher, Zeitschriften, Zei-  
tungen, Kalender, Schreibwaren, Schul- und Büroartikel
- a7 Sortiment Hausrat, Glas und Porzellan: Hausrat, Schneidwaren, Bestecke,  
Feinkeramik, Glaswaren, Geschenkartikel, Näh- und Strickmaschinen
- a8 Sortiment Foto und Optik: Fotokameras, Fotofilme, Projektoren, Objektive  
etc., Brillen, Kontaktlinsen und Pfleagemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mik-  
roskope etc.)
- a9 Sortiment Unterhaltungselektronik: Braune Ware (Rundfunk-, Fernseh-, pho-  
notechnische Geräte, Camcorder, Videorecorder, unbespielte Tonträger etc.),  
bespielte Tonträger, Videospiele
- a10 Sortiment Telekommunikation: Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte etc.

- a11 Sortiment Informationstechnik: Personal Computer, Peripheriegeräte etc.,  
Software
- a12 Sortiment Spielwaren und Hobby: Spiele, Spielzeug, Münz-, Briefmarken- u.a.  
Sammlungen, Musikinstrumente
- a13 Sortiment Sport, -bekleidung und Camping: Sportbekleidung und -schuhe;  
**Nicht: Sportgeräte und -artikel, Campingartikel**
- a14 Sortiment Baumarktsortimente: **nur Blumen**

### 8.2 LISTE DER SORTIMENTE FÜR ERGÄNZUNGSBEREICHE NAHVERSORGUNG

- a1 Sortiment Nahrungs- und Genussmittel: Nahrungsmittel, Tabakwaren
- a2 Sortiment Gesundheits- und Körperpflege: Pharmazeutischer Bedarf, Droge-  
rieartikel, Kosmetika, medizinische und orthopädische Artikel, Reinigungs- und  
Pfleagemittel
- a6 Sortiment (Bücher und) Schreibwaren: Papierwaren, Zeitschriften, Zeitungen,  
Kalender, Schreibwaren, Schul- und Büroartikel;  
**Nicht: Bücher**
- a11 Sortiment Baumarktsortimente: nur Blumen

des Weiteren alle nicht zentrenrelevanten Sortimente

### 8.3 LISTE DER SORTIMENTE FÜR SONDERBEREICHE

Die Sortimentsliste für die Sonderbereiche muss speziell für den jeweiligen Bereich erstellt werden. Die Empfehlungen zu den Sonderbereichen sind den Festlegungen in den jeweiligen Kapiteln 7.5 und 7.6 zu entnehmen.

### 8.4 LISTE DER NICHT-ZENTRENRELEVANTEN SORTIMENTE (B1-B6)

- b1 Sortiment Einrichtungsbedarf: Möbel, Holz-, Korb-, Korkwaren, Haus- und Heimtextilien (Teppiche u.a. Bodenbeläge, Gardinen, Matratzen, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche etc.)
- b2 Sortiment Baumarktsortimente: Baustoffe, Bauelemente, Fliesen, Holz- und Eisenwaren, Tapeten, Lacke, Farben, Maschinen, Werkzeuge, Installationsbedarf, **Fahrräder**, Gartengeräte, Pflanzen, Sämereien, zoologischer Bedarf;  
**Nicht: Blumen**
- b3 Sortiment Elektrogeräte und Leuchten: Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen etc.), Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen etc.), Leuchten
- b4 Sortiment Sport, -bekleidung und Camping: Sportgeräte und -artikel, Campingartikel.  
**Nicht: Sportbekleidung und -schuhe**
- b5 Sortiment Nahrungs- und Genussmittel: **nur Getränke**;  
**Nicht: Nahrungsmittel, Tabakwaren**
- b6 Sonstige Sortimente, generell nicht zentrenrelevant: Brennstoffe, Kfz-Handel, Kfz-Zubehör, Boote und Zubehör, Mineralölerzeugnisse etc.

## 9 BETEILIGUNG DER TRÄGER ÖFFENTLICHER BELANGE (TÖB)

Der Entwurf des Einzelhandelsentwicklungskonzepts vom 16.12.2014 wurde einer Beteiligung der Träger öffentlicher Belange und weiterer Akteure unterzogen. Die beteiligten Stellen wurden von der Verwaltung der Stadt Ansbach zur Stellungnahme bis 20.02.2015 aufgefordert.

Es sind Stellungnahmen von folgenden Institutionen und Einrichtungen eingegangen:

- Regierung von Mittelfranken, Sachgebiet Raumordnung, Landes- und Regionalplanung
- Regierung von Mittelfranken, Sachgebiet Städtebau
- Citymarketing Ansbach e.V.
- Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Geschäftsbereich Standortpolitik und Unternehmensförderung
- Handwerkskammer für Mittelfranken, Abt. Wirtschaftsförderung
- Dr. Vielberth Verwaltungsgesellschaft mbH, Brücken-Center Ansbach GmbH
- Brücken-Center Ansbach Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, Lenz und Johlen Rechtsanwälte
- Handelsverband Bayern (HBE)

Die eingegangenen Stellungnahmen wurden in Abstimmung mit der Verwaltung der Stadt Ansbach in das Einzelhandelsentwicklungskonzept eingearbeitet.

Eine Zusammenfassung und Bewertung der Stellungnahmen der Träger öffentlicher Belange und weiterer Akteure befindet sich im Anhang.

## 10 WEITERE SCHRITTE

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept sieht vor als verbindliche Grundlage für die weitere kommunale Entwicklungsplanung der Stadt Ansbach zugrunde gelegt zu werden. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept in der Fassung vom 08.12.2014 wurde am 16.12.2014 im Stadtrat der Stadt Ansbach vorgestellt. Im Anschluss wurde der Entwurf des Konzepts in der Fassung vom 16.12.2014, wie in Kap. 9 beschrieben, einer Beteiligung der Träger öffentlicher Belange unterzogen. Es ist beabsichtigt in den Beschlussgremien eine verbindliche Billigung dieses Konzepts zu erhalten.

Wir empfehlen als nächste Schritte zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes:

- Vorlage des Konzeptes bei der Regierung von Mittelfranken, SG Städtebau und SG Raumordnung, Landes- und Regionalplanung.
- Prüfung der Einarbeitung der Erkenntnisse aus dem Konzept in die bestehenden Bebauungspläne, die entsprechend relevant sind.
- Prüfung der Umsetzung des § 9 Abs. 2a zur verbindlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs.
- Prüfung, inwieweit eine Ergänzung des vorliegenden Konzepts um detaillierte Fragestellungen aus dem Bereich Verkehr (Parken, ÖPNV, Fuß, Rad) machbar ist.
- Zur Durchführung flankierender Maßnahmen (Schulung, Qualifizierung etc.) ist die Möglichkeit zur Bereitstellung von Finanzmitteln zu prüfen.
- Etablieren eines Runden Tisches (wie bereits im Oktober 2014 begonnen), der den Prozess der Innenstadtentwicklung auf breiter Basis (alle Träger und Akteure) begleitet, diskutiert und daraus Projekte entwickelt.

Nürnberg, den 13.04.2015



**Büro PLANWERK**

Stadtentwicklung Stadtmarketing Verkehr

90491 Nürnberg

Winzelbürgstr. 3

T. 0911-476404

F. 0911-471632

[www.planwerk.de](http://www.planwerk.de)

[kontakt@planwerk.de](mailto:kontakt@planwerk.de)

- STADTENTWICKLUNG
- STADTMARKETING
- VERKEHR

## **11 ANHANG**

### **11.1 FRAGEBÖGEN PASSANTENBEFRAGUNG**

Fragebögen der im Sommer 2014 von PLANWERK durchgeführten Passantenbefragung

### **11.2 PLÄNE**

Pläne jeweils im Format DIN A3:

- Stadtteile: Abgrenzung
- Standorte von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Handwerk
- Verkaufsfläche im Einzelhandel
- Verkaufsflächen und Sortimentsgruppen nach Stadtteilen
- Einzelhandel - Versorgungsbereiche

### **11.3 BETEILIGUNG DER TRÄGER ÖFFENTLICHER BELANGE (TÖB)**

Zusammenfassung und Bewertung der Stellungnahmen der Träger öffentlicher Belange (TÖB)

Fragebogen Passantenbefragung Brücken-Center (2 Seiten; ebenso Altstadt)

**FRAGEBOGEN (BRÜCKENCENTER)**

FB-Nr.: \_\_\_\_\_ Befrager: \_\_\_\_\_ Uhrzeit: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

„Grüß Gott. Ich führe im Auftrag der Stadt Ansbach eine Befragung zur Attraktivität von Handel und Gewerbe durch. Haben Sie zwei Minuten Zeit, ein paar Fragen zu beantworten?“

1. Welche Produkte kaufen Sie überwiegend an welchem Ort?

	AN Altstadt	AN Brückencenter	AN Rest	Andere Städte/ Orte (nur einen Ort angeben)
Täglicher Bedarf (Nahrung, Getränke, Körperpflege, Reinigung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
Technische Produkte (TV, PC, Telefon, Elektrogeräte, Foto, Haushaltsgeräte etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
Haushalts-/ Persönlicher Bedarf (Uhren, Bücher, Sportgeräte, Spielwaren, Hausrat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
Bekleidung und Schuhe (auch Kurzwaren, Lederwaren, Gürtel etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
Baumarktprodukte, Gartenbedarf (u.a. auch Fahrräder, Farben, Pflanzen etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____
Einrichtungsbedarf (Möbel, Teppiche, Bettwaren, Tischwäsche etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____

2. Wie oft kaufen sie an den Standorten in Ansbach ein? (Altstadt und BC nennen, Rest muss Proband selbst nennen)

Standort	Kaufe dort ein					Kaufe dort nicht ein
	Täglich	2-3/Wo.	1 / Wo.	1 / Mo.	seltener	
Altstadt / Innenstadt	<input type="checkbox"/>					
Brückencenter	<input type="checkbox"/>					
A:	<input type="checkbox"/>					
B:	<input type="checkbox"/>					
C:	<input type="checkbox"/>					
D:	<input type="checkbox"/>					

3. Was sind die Gründe dafür, dass Sie heute ins Brückencenter gekommen sind? (Mehrfachnennungen möglich)

- konkrete Einkäufe erledigen
- Bummeln, Schaufenster schauen
- Freizeit (Gaststättenbesuch, Treffen mit Freunden, u.ä.)
- Dienstleistungen (Bank, Friseur, Reinigung...)
- durchquere das BC nur, weil es auf meinem Weg liegt und ich in die Altstadt zum Einkaufen, Bummeln etc. will
- parke hier nur und gehe in die Altstadt
- Arbeit/geschäftlich/Studium/Ausbildung → ENDE
- touristischer Besuch, Stadtbesichtigung → ENDE
- durchquere das BC nur und werde auch in der Altstadt nicht einkaufen, bummeln, Freizeit verbringen oder Dienstleistungen aufsuchen → ENDE

Hauptgrund (falls vorhanden): \_\_\_\_\_

4. Wie lange werden Sie sich schätzungsweise heute im Brückencenter aufhalten?

bis 30 Minuten  30 - 60 Min  1-2 Stunden  2-3 Stunden  länger als 3 Stunden  weiß noch nicht

5. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie hier?

PKW; Parkplatz: \_\_\_\_\_  Rad  zu Fuß  ÖV (Bus, Bahn)  Sonstiges

6. Waren Sie heute auch in der Altstadt oder planen Sie dies noch zu tun?

ja, bereits gewesen

ja, geplant

sowohl als auch

nein → weiter bei 7.

weiß noch nicht → weiter bei 7.

Wie sind Sie von der Altstadt hier her gekommen?

PKW neuer Parkplatz: \_\_\_\_\_  Rad  zu Fuß  ÖV (Bus, Bahn)

Wie werden Sie von hier in die Altstadt kommen?

PKW; neuer Parkplatz: \_\_\_\_\_  Rad  zu Fuß  ÖV (Bus, Bahn)

Was schätzen Sie, wie lange Sie sich in der Altstadt aufhalten werden/ aufgehalten haben?

bis 30 Minuten  30 - 60 Min  1-2 Stunden  2-3 Stunden  länger als 3 Stunden

weiß noch nicht

7. Was sind/waren die Gründe für Ihren Besuch in der Altstadt? \_\_\_\_\_

8. Haben Sie heute während ihres Besuchs einmal eine kleine Pause gemacht, sich irgendwo hingesetzt?

Ja, im BC

Ja, in der Altstadt

Ja, im BC und in der Altstadt

Nein

Wo? }  Bank, Stufe, Brunnen... (Nicht kommerziell)

Café, Bistro

SB-Restaurant (Kochlöffel, Nordsee...)

Gaststätte, Restaurant

Sonstiges

9. Welche Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen fehlen Ihnen in Ansbach?

\_\_\_\_\_

10.1 Wie attraktiv sind für Sie die Geschäfte der Ansbacher Altstadt (Schulnoten)? Bitte kurz Begründen

Note: \_\_\_\_\_ Grund: \_\_\_\_\_

10.2 Wie attraktiv sind für Sie die Geschäfte des Ansbacher Brückencenters (Schulnoten)? Bitte kurz Begründen

Note: \_\_\_\_\_ Grund: \_\_\_\_\_

11. Betrachten Sie Ansbach einmal ganz generell. Was schätzen Sie – über den Einzelhandel hinaus – an der Stadt besonders. Was gefällt Ihnen besonders gut hier? (Spontane Antwort)

\_\_\_\_\_

12. Was missfällt Ihnen an Ansbach? Was gefällt Ihnen hier nicht? (Spontane Antwort)

\_\_\_\_\_

13. Ist das Brückencenter für Sie ein Teil der Innenstadt, oder hat es mit der Innenstadt schon nichts mehr zu tun?

\_\_\_\_\_

14. Abgesehen von Brückencenter u. Altstadt – haben Sie heute – bevor Sie hier her gekommen sind – noch woanders ein Geschäft aufgesucht oder planen Sie dies noch zu tun?

Wenn ja...

a) Welches Geschäft (Name) \_\_\_\_\_

b) Wo liegt dieses Geschäft \_\_\_\_\_

15. Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt – sie selbst mitgerechnet?

1  2  3  4  5+

16. Alter: \_\_\_\_\_ Geschlecht: \_\_\_\_\_

17. Sagen Sie mir noch Ihren Wohnort/ PLZ?

Ansbach  außerhalb

OT: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

Fragebogen Passantenbefragung andere Standorte (1 Seite)

**FRAGEBOGEN (ANDERE STANDORTE)**

FB-Nr.: \_\_\_\_\_ Befrager: \_\_\_\_\_ Uhrzeit: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

„Grüß Gott. Ich führe im Auftrag der Stadt Ansbach eine Befragung zur Attraktivität von Handel und Gewerbe durch. Haben Sie zwei Minuten Zeit, ein paar Fragen zu beantworten?“

1. Welche Produkte kaufen Sie überwiegend an welchem Ort?

	AN - aktueller Standort	AN Altstadt	AN Brückencenter	AN Rest	Andere Städte/Orte (nur einen Ort angeben)
Täglicher Bedarf (Nahrung, Getränke, Körperpflege, Reinigung)	<input type="checkbox"/> _____				
Technische Produkte (TV, PC, Telefon, Elektrogeräte, Foto, Haushaltsgeräte etc.)	<input type="checkbox"/> _____				
Haushalts-/ Persönlicher Bedarf (Uhren, Bücher, Sportgeräte, Spielwaren, Hausrat)	<input type="checkbox"/> _____				
Bekleidung und Schuhe (auch Kurzwaren, Lederwaren, Gürtel etc.)	<input type="checkbox"/> _____				
Baumarktprodukte, Gartenbedarf (u.a. auch Fahrräder, Farben, Pflanzen etc.)	<input type="checkbox"/> _____				
Einrichtungsbedarf (Möbel, Teppiche, Bettwaren, Tischwäsche etc.)	<input type="checkbox"/> _____				

2. Wie oft kaufen Sie an den Standorten in Ansbach ein? (Altstadt und BC nennen, Rest muss Proband selbst nennen)

Standort	Kaufe dort ein					Kaufe dort nicht ein
	Täglich	2-3/Wo.	1 / Wo.	1 / Mo.	seltener	
Aktueller Standort	<input type="checkbox"/>					
Altstadt / Innenstadt	<input type="checkbox"/>					
Brückencenter	<input type="checkbox"/>					
A:	<input type="checkbox"/>					
B:	<input type="checkbox"/>					
C:	<input type="checkbox"/>					
D:	<input type="checkbox"/>					

3. Welche Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen fehlen Ihnen in Ansbach?  
 \_\_\_\_\_

4. Betrachten Sie Ansbach einmal ganz generell. Was schätzen Sie – über den Einzelhandel hinaus – an der Stadt besonders. Was gefällt Ihnen besonders gut hier? (Spontane Antwort)  
 \_\_\_\_\_

5. Was missfällt Ihnen an Ansbach? Was gefällt Ihnen hier nicht? (Spontane Antwort)  
 \_\_\_\_\_

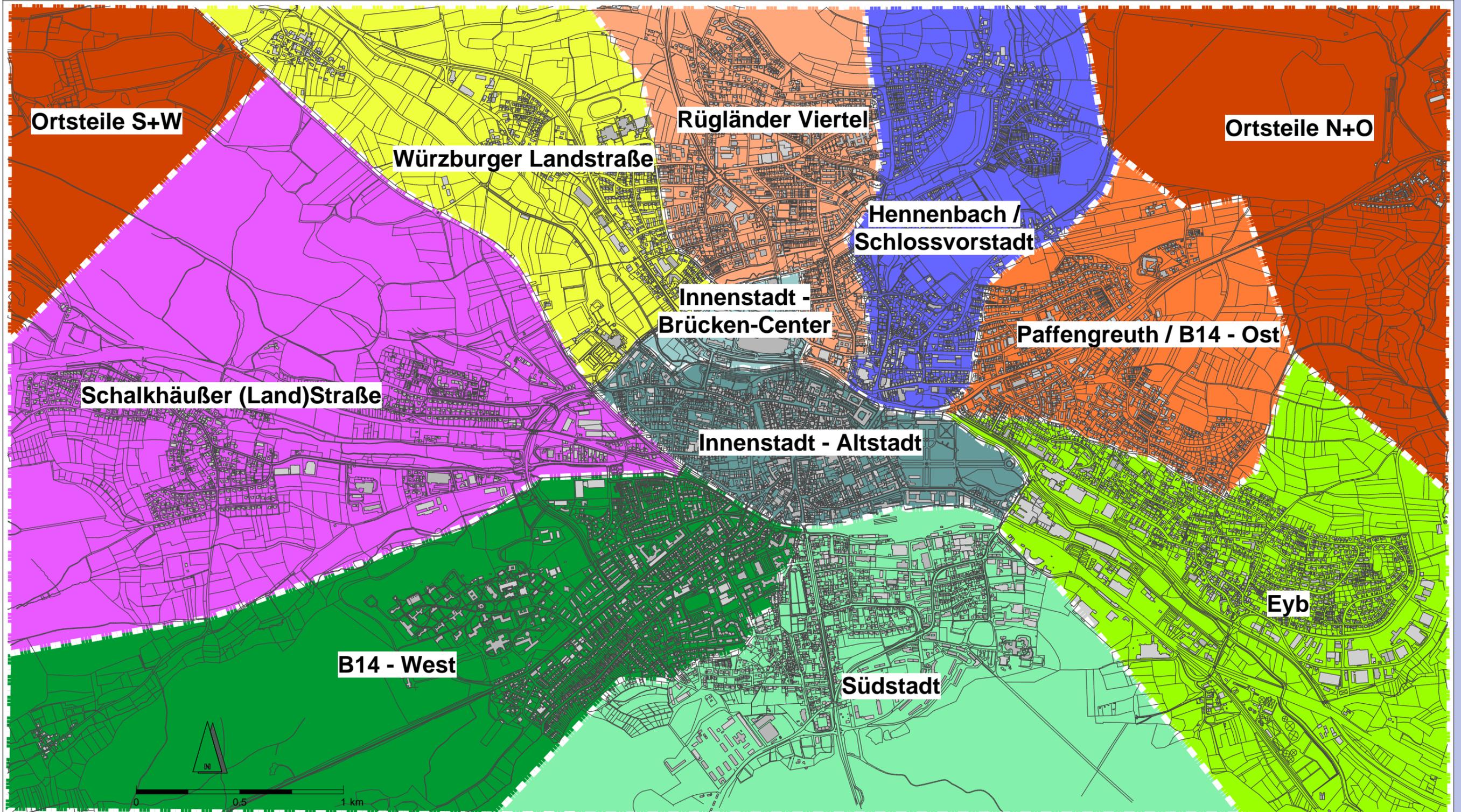
6. Sagen Sie mir noch Ihren Wohnort/ PLZ?  
 Ansbach  außerhalb  
 OT: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

7. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie hier?  
 PKW; Parkplatz: \_\_\_\_\_  Rad  zu Fuß  ÖV (Bus, Bahn)  Sonstiges

8. Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt – sie selbst mitgerechnet?  
 1  2  3  4  5+

9. Alter: \_\_\_\_\_ Geschlecht: \_\_\_\_\_

# Stadtteile: Abgrenzung



Kartengrundlage: Digitale Flurkarte Stadt Ansbach



- STADTENTWICKLUNG
- STADTMARKETING
- VERKEHR

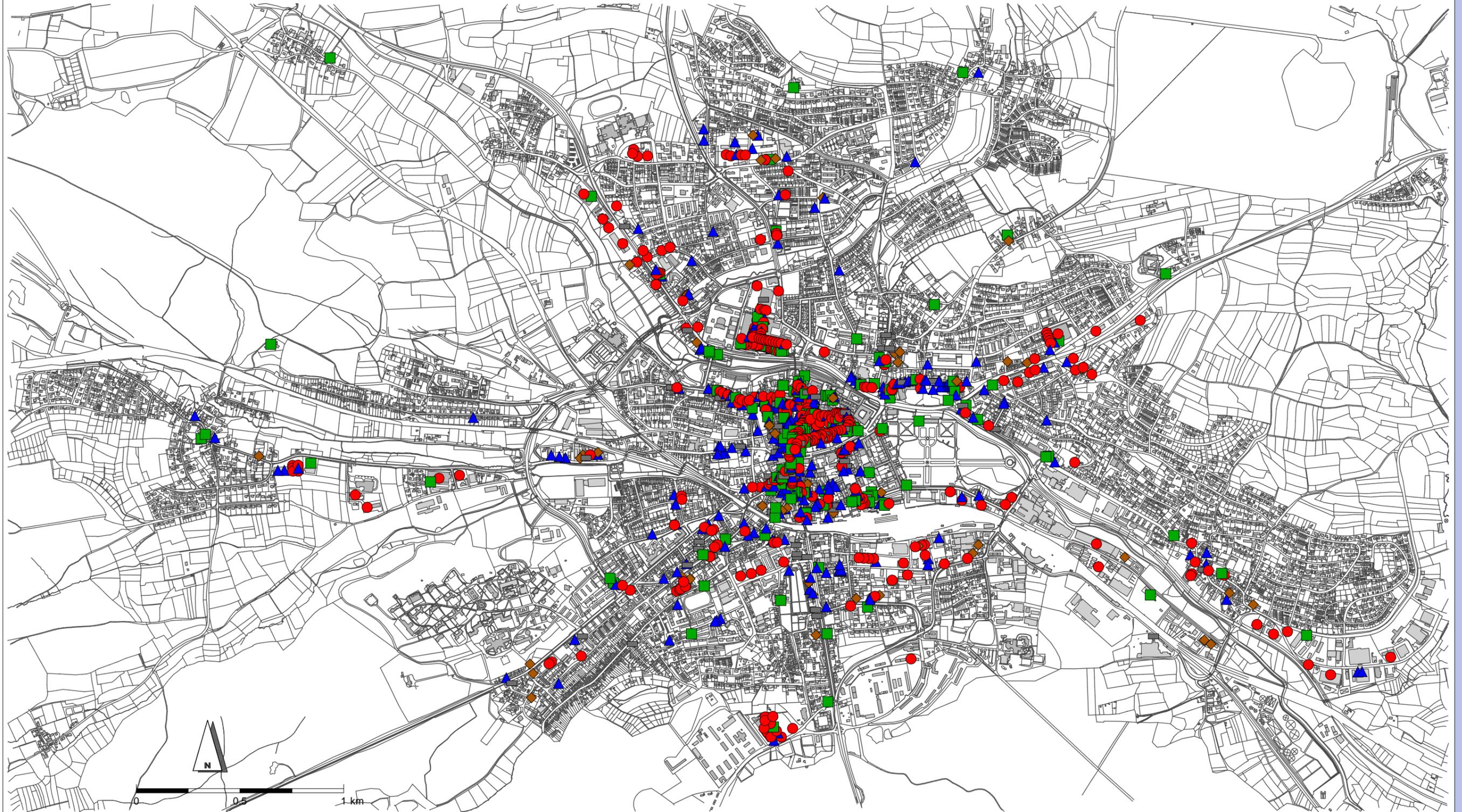
Claus Sperr, Dipl. Geogr.  
Gunter Schramm, M.A.  
Stadtplaner & Geographen

Winzelbürgstraße 3  
90491 Nürnberg

Fon (0911) 47 64 04  
Fax (0911) 47 16 32

[www.planwerk.de](http://www.planwerk.de)  
[kontakt@planwerk.de](mailto:kontakt@planwerk.de)

# Standorte von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Handwerk



Kartengrundlage: Digitale Flurkarte Stadt Ansbach

- Einzelhandel
- ▲ Dienstleistung
- Gastronomie
- ◆ (Laden-)Handwerk, Gewerbe
- Leerstand



■ STADTENTWICKLUNG  
■ STADTMARKETING  
■ VERKEHR

Claus Sperr, Dipl. Geogr.  
Gunter Schramm, M.A.  
Stadtplaner & Geographen

Winzelbürgstraße 3  
90491 Nürnberg

Fon (0911) 47 64 04  
Fax (0911) 47 16 32

[www.planwerk.de](http://www.planwerk.de)  
[kontakt@planwerk.de](mailto:kontakt@planwerk.de)

# Verkaufsfläche im Einzelhandel



Kartengrundlage: Digitale Flurkarte Stadt Ansbach

Symbolgröße: Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>

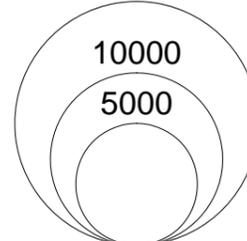
20000

Min.: 0

10000

5000

Max.: 28000



- STADTENTWICKLUNG
- STADTMARKETING
- VERKEHR

Claus Sperr, Dipl. Geogr.  
Gunter Schramm, M.A.  
Stadtplaner & Geographen

Winzelbürgstraße 3  
90491 Nürnberg

Fon (0911) 47 64 04  
Fax (0911) 47 16 32

[www.planwerk.de](http://www.planwerk.de)  
[kontakt@planwerk.de](mailto:kontakt@planwerk.de)

# Verkaufsflächen und Sortimentsgruppen nach Stadtteilen



Kartengrundlage: Digitale Flurkarte Stadt Ansbach

Symbolgröße: Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>

Min.: 1

30000

Max.: 36187

15000

5000

- |   |                                   |   |                             |
|---|-----------------------------------|---|-----------------------------|
|  | periodischer Bedarf               |  | Technik                     |
|  | Textilien, Schuhe                 |  | Heimwerker- u. Gartenbedarf |
|  | Haushalts- u. persönlicher Bedarf |  | Möbel, Einrichtungsbedarf   |



-  STADTENTWICKLUNG
-  STADTMARKETING
-  VERKEHR

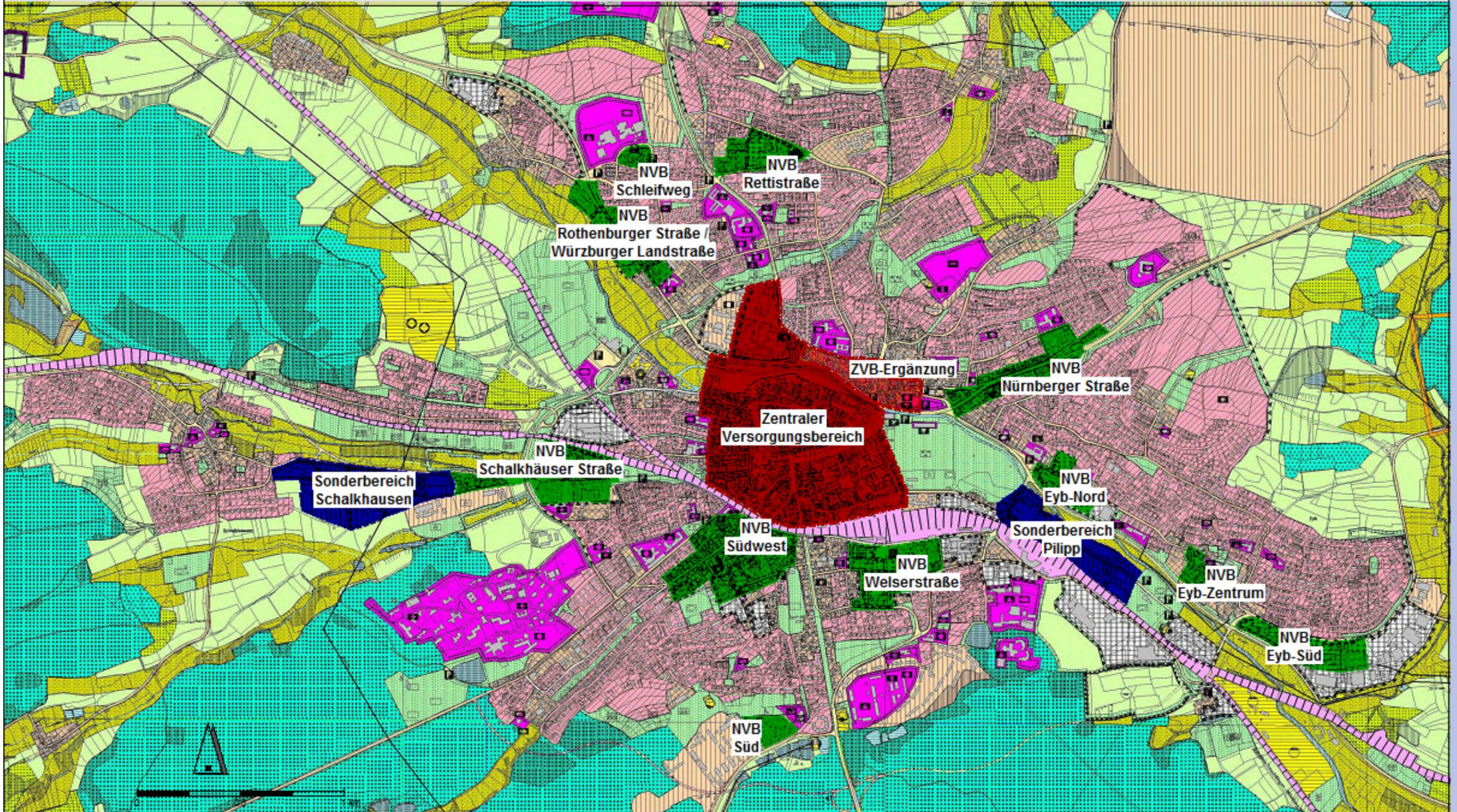
Claus Sperr, Dipl. Geogr.  
Gunter Schramm, M.A.  
Stadtplaner & Geographen

Winzelbürgstraße 3  
90491 Nürnberg

Fon (0911) 47 64 04  
Fax (0911) 47 16 32

www.planwerk.de  
kontakt@planwerk.de

# Einzelhandel - Versorgungsbereiche



Kartengrundlage: Digitale Flurkarte Stadt Ansbach



- STADTENTWICKLUNG
- STADTMARKETING
- VERKEHR

Claus Sperr, Dipl. Geogr.  
Gunter Schramm, M.A.  
Stadtplaner & Geographen

Winzlbürgstraße 3  
90491 Nürnberg

Fon (0911) 47 64 04  
Fax (0911) 47 16 32

[www.planwerk.de](http://www.planwerk.de)  
[kontakt@planwerk.de](mailto:kontakt@planwerk.de)

# Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt Ansbach Aktualisierung 2015 **Beteiligung der Träger öffentlicher Belange (TÖB)**

Nürnberg, den 13.04.2015

Bearbeitung durch:



**Büro PLANWERK**  
Stadtentwicklung Stadtmarketing Verkehr  
90491 Nürnberg  
Winzelbürgstr. 3  
T. 0911-476404  
F. 0911-471632  
[www.planwerk.de](http://www.planwerk.de)  
[kontakt@planwerk.de](mailto:kontakt@planwerk.de)

- STADTENTWICKLUNG
- STADTMARKETING
- VERKEHR

## Inhaltsverzeichnis

<b>Regierung von Mittelfranken, Sachgebiet Raumordnung, Landes- und Regionalplanung .....</b>	<b>3</b>
<b>Regierung von Mittelfranken, Sachgebiet Städtebau .....</b>	<b>4</b>
<b>Citymarketing Ansbach e.V. ....</b>	<b>5</b>
<b>Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Geschäftsbereich Standortpolitik und Unternehmensförderung .....</b>	<b>7</b>
<b>Handwerkskammer für Mittelfranken, Abt. Wirtschaftsförderung .....</b>	<b>8</b>
<b>Dr. Vielberth Verwaltungsgesellschaft mbH, Brücken-Center Ansbach GmbH .....</b>	<b>9</b>
<b>Brücken-Center Ansbach Vermögensverwaltung GmbH &amp; Co. KG, Lenz und Johlen Rechtsanwälte .....</b>	<b>12</b>
<b>Handelsverband Bayern (HBE) .....</b>	<b>14</b>

## REGIERUNG VON MITTELFRANKEN, SACHGEBIET RAUMORDNUNG, LANDES- UND REGIONALPLANUNG

22.01.2015, Thomas Rahn

Hr. Rahn hatte bereits Stellung genommen zum Rohentwurf des EEK vom November 2014, woraufhin die Angaben zu Ansiedlungspotenzialen nach LEP für Sortimentsgruppen gestrichen wurden. Damit besteht Einverständnis. Außerdem sollte noch S. 31, Kap. 4.5, 4.6 und 4.7 entsprechend redaktionell geändert werden.

*Wurde im EEK entsprechend geändert.*

Hr. Rahn hatte bezüglich Brücken-Center (Kap. 5.1.2, Kap. 7.1) bereits auf die Möglichkeiten der baurechtlichen Reglementierung von Sortimenten und Verkaufsflächen hingewiesen, woraufhin die Aussage im EEK-Entwurf geändert wurde. Eine vom Gutachter empfohlene privatrechtlich vereinbarte Selbstbeschränkung des Brücken-Centers ist aus landesplanerischer Sicht nicht relevant. Eine bauplanungsrechtliche Steuerung wird weiterhin als möglich und sinnvoll angesehen.

*Wurde im EEK in Kap. 7.1 eingearbeitet. Außerdem wurden Hinweise zum für den Bereich des Brücken-Centers bestehenden und zu ändernden vorhabenbezogenen Bebauungsplan eingearbeitet.*

Im Hinblick auf die Sondergebietspflicht für Nahversorgungsbetriebe bis 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wurde bereits der Hinweis von Hr. Rahn in Kap. 6.8.1 wiedergegeben. Im Kap. 7.10.2 (vorher 7.9.2) ist weiter darauf hinzuweisen, dass nicht nur die Sondergebietspflicht, sondern damit auch das Erfordernis der städtebaulich integrierten Lage (LEP 5.3.2) von der Ausnahme in LEP 5.3.1 unberührt bleibt.

*Wurde im EEK eingearbeitet.*

Sämtliche Hinweise der E-Mail vom 11.12.2014 behalten Gültigkeit, auch soweit sie im Einzelhandelskonzept nicht oder nur teilweise aufgegriffen wurden.

*Sämtliche Hinweise von Hr. Rahn vom 11.12.2014 wurden im EEK eingearbeitet.*

In Bezug auf Kap. 7.7 zur Bewertung der Vorhaben in der Rettistraße und Erweiterung des Brücken-Centers sind keine Hinweise veranlasst. Eine landesplanerische Beurteilung der Vorhaben erfolgt zu gegebener Zeit im Rahmen der Bauleitplanung.  
*Kein Änderungsbedarf für das EEK.*

## REGIERUNG VON MITTELFRANKEN, SACHGEBIET STÄDTEBAU

20.02.2015, Tobias Krinner

Die Einbeziehung des gesamten Brücken-Centers sowie des Bereichs um die Brauhausstraße und Nürnberger Straße in den zentralen Versorgungsbereich wird im Hinblick auf die Entwicklung der Altstadt kritisch gesehen. Aus Sicht der Städtebauförderung existiert eine Unterscheidung zwischen Altstadt und Brücken-Center. Eine Vergrößerung des zentralen Versorgungsbereichs kann als Signalwirkung für die Ausweitung von Ansiedlungen verstanden werden und zur Folge haben, dass Investitionen in der Altstadt ausbleiben. Neben der Betrachtung der gesamten Stadt muss auch Augenmerk auf die Entwicklung der Altstadt mit ihren Sanierungsgebieten gelegt werden. Daher ist zu prüfen, ob sich die Änderungen im EEK auf die Umsetzbarkeit der Ziele der Städtebauförderung im Programm „Aktive Zentren“ auswirken.

*Die Vergrößerung des zentralen Versorgungsbereichs wurde geprüft, diskutiert und abgewogen und sollte folglich verwirklicht werden. Die Anregungen wurden jedoch im EEK in Kap.7.1 eingearbeitet.*

Es ist zu betrachten, ob und in welchem Umfang sich Veränderungen in den Sortimenten im Brücken-Center durch die Nachnutzung des ehem. Praktiker-Marktes negativ auf die Altstadt auswirken. Im Kap. 5.1.2 wird diese Problematik angesprochen. Ob eine Lösung hierfür privatrechtliche Vereinbarungen sind oder auf Ebene der Bauleitplanung erfolgt (siehe Stellungnahme Hr. Rahn vom 22.01.2015), sei dahingestellt.

*Die Stellungnahme von Hr. Rahn wurde im EEK berücksichtigt. Der zentrale Versorgungsbereich stellt eine Einheit dar und kann innerhalb seiner Grenzen nicht noch einmal unterteilt werden. Die planungsrechtlichen Voraussetzungen zur Änderung von Verkaufsflächen im Brücken-Center werden durch eine Änderung des bestehenden Vorhaben- und Erschließungsplans (VEP) geschaffen. Der dabei erforderliche städtebauliche Vertrag bietet eine Steuerungsmöglichkeit zur Reglementierung von zentrenrelevanten Sortimenten.*

In Kap. 5.1.1 wird dem Zentrum eine eingeschränkte Versorgung im periodischen Bedarf bescheinigt. Die Verbesserung der Versorgung mit Artikeln des täglichen Bedarfs im unmittelbaren Stadtzentrum ist ein Ziel der Städtebauförderung. Daher ist zu prüfen, ob die Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs dazu führt, dass eine Verbesserung der Nahversorgung im Stadtzentrum ausbleibt und negative Folgen für das Zentrum nach sich zieht.

*Durch die Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs wird keine Verschlechterung eintreten, da der Teilbereich im Norden, der dem zentralen Versorgungsbereich zugeschlagen wurde, im bisherigen EEK als Ergänzungsbereich Nahversorgung Rügländer Straße definiert war. Eine Ansiedlung von Sortimenten aus der Sortimentsliste Ergänzungsbereich Nahversorgung war bisher schon möglich. Eine Aufweitung auf zentrenrelevante Sortimente verschlechtert die Nahversorgung in der Innenstadt nicht. Ferner wird durch die in 2015 geplante Eröffnung des Vollsortimenters am Hofbräuergelände die Versorgung des Stadtzentrums verbessert.*

## CITYMARKETING ANSBACH E.V.

13.02.2015, Dr. Kerstin Schulte-Eckel

Brücken-Center und Retti-Straße: Im Rahmen einer Gesamtstandortbetrachtung „Innenstadt“ sind die Pläne, das Areal der ehem. Praktiker-Fläche im Brücken-Center in der geplanten Form wieder mit Leben zu füllen und einen weiteren Magnetbetrieb in der Innenstadt anzusiedeln, zu begrüßen. Mit der Entscheidung zur Erweiterung des Brücken-Centers müssen aber zugleich wichtige Entscheidungen zur Stärkung der Altstadt getroffen und realisiert werden. Seitens der Politik und Verwaltung muss dringend Sorge getragen werden, dass das sensible Pendel zwischen Brücken-Center und Altstadt in der Waage bleibt. Zu den wichtigsten standortstärkenden Maßnahmen für die Altstadt wird das Setzen verlässlicher Rahmenbedingungen gezählt in Bezug auf lang diskutierte anstehende bauliche Projekte, wie Sanierung und Neunutzung des Rathausareals, Sanierung der Neustadt, Sanierung des Rezatparkplatzes. Diese großen Leuchtturmprojekte erlangen neue Dringlichkeit zur zukünftigen Belebung der Altstadt.

Es stellt sich außerdem die Frage, inwieweit die Ansiedlungsmöglichkeit eines Nahversorgers im Bereich Schalkhausen bereits abschließend geprüft ist.

*Die Sanierung und Neunutzung des Rathausareals, Sanierung der Neustadt sowie Sanierung des Rezatparkplatzes wurden in Kap. 7.9 als flankierende Maßnahmen mit aufgenommen.*

*Die Ansiedlungsmöglichkeit eines Nahversorgers im Bereich Schalkhausen ist nicht geprüft worden, da die Prüfung der Ansiedlungsmöglichkeit von Nahversorgern nicht Bestandteil der Untersuchungen zum EEK ist, sondern in Kap. 7.2 und 7.7.1 wird lediglich darauf hingewiesen, dass bei den angedachten Ansiedlungen im Bereich der Rettistraße die momentanen Ansiedlungspotenziale für die Gesamtstadt in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriesortimente ausgeschöpft wären und damit weitere geforderte Ansiedlungen wie im Bereich Schalkhäuser Straße nicht mehr möglich wären. Zu berücksichtigen ist, dass der Bereich ständigem Wandel unterworfen ist und jederzeit Veränderungen möglich sind.*

Attraktive Bedingungen für Geschäftsansiedlungen in Altstadt: Steigende Anzahl an Leerständen seit 2009. Die Ursachen (Lage, baulicher Zustand des Gebäudes usw.)

müssen detailliert untersucht werden um die zukünftige Nutzbarkeit der Flächen zu erkennen.

Die vermehrte Ansiedlung durch Spezialgeschäfte mit textiler und gastronomischer Kompetenz würde die Attraktivität der Altstadt erhöhen und diese beleben. Die Stadt Ansbach kann geeignete Rahmenbedingungen für interessierte Geschäftsleute schaffen, wie z.B. das Aussetzen der Stellplatzablöse zur Förderung gastronomischer Betriebe.

*Die detaillierte Untersuchung von Leerständen und deren Ursachen ist nicht Aufgabe eines EEK. Auf die Notwendigkeit der Untersuchung wurde hingewiesen. Zur Belebung der Innenstadt werden zurzeit die Möglichkeiten von verschiedenen Zwischennutzungen (z.B. Schüler-Café, Darbietung von Kunst u.a.) geprüft bzw. umgesetzt.*

Wohnfläche in der Altstadt: Der vorgeschlagene Rückbau in Wohnflächen (leer stehende Ladengeschäfte in B- und C-Lagen) ist positiv zu bewerten. Unterstrichen wird die Forderung nach einer Nahversorgung mit angepasstem Sortiment. Um attraktiven Wohnraum für Jung und Alt zu schaffen, ist zudem ein erhöhtes Angebot an Anwohnerparkplätzen dringend notwendig.

*Kein Änderungsbedarf für das EEK. Auf die Notwendigkeit eines Parkraumbewirtschaftungskonzeptes wird hingewiesen. In C-Lagen wird zur Steigerung der Attraktivität von Wohnen im Obergeschoss der Rück- bzw. Umbau der Ladengeschäfte zugunsten von Fahrrädern / Mülltonnen bzw. Parken geprüft.*

Erreichbarkeit der Altstadt: Wie im EEK empfohlen, ist eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Thema Parken, ÖPNV, Fuß- und Radverkehr nötig. Die verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Fahrrad, mit dem ÖPNV und mit dem Pkw ist zu überprüfen. Eine Sanierung des Rezatparkplatzes (Vergrößerung der einzelnen Stellflächen und Barrierefreiheit) und eine flächendeckend moderne Parkraumbewirtschaftung (Handyparken oder Schrankenlösung) muss angegangen werden. Zudem ist eine Erweiterung der Fahrradabstellplätze und Schließfächer für Fahrradfahrer wichtig. Ansbach hat kein quantitatives, sondern ein qualitatives Parkplatzproblem und daher würde begrüßt werden, wenn bei einer Erneuerung der Hochwasserschutzmaßnahmen die Sanierung des Rezatparkplatzes einhergeht.

*Ein Parkraumbewirtschaftungskonzept wird in Kap 7.9 empfohlen. Weitere Punkte wurden im EEK in Kap. 7.9 noch eingearbeitet.*

**Kontinuierliche Pflege des Stadtbildes:** Die kontinuierliche Pflege des Stadtbildes in Bezug auf Sauberkeit, Sicherheit, Beleuchtung, Stadtmobiliar, Beschilderung etc. muss in Zukunft verstärkt in den Focus rücken. Möchten Thema „Stadthausmeister“ für die Altstadt wieder ins Gespräch bringen, der sich in Zusammenarbeit mit den vorhandenen städtischen Reinigungskräften kontinuierlich um das Erscheinungsbild der Altstadt kümmert.

*Wurde im EEK in Kap. 7.9 eingearbeitet. Als Alternative kann auch eine Kapazitätsaufstockung im Betriebsamt dienen.*

**Aufklärung über künftige Sanierungsprojekte:** Unterstreichen Aussage, dass vielerorts Modernisierungs- und Verschönerungsbedarf besteht. Seitens der Altstadt-Akteure bestehen bezüglich der Planung dringend notwendiger Sanierungen in der Altstadt Verunsicherungen bezüglich des zeitlichen Ablaufs und der genauen Maßnahmen. Verlässliche Daten bezüglich Umfang und zeitlichem Ablauf sind dringend notwendig. Voraussetzung für private Investition(sbereitschaft) ist eine verlässliche Planungssicherheit der öffentlichen Hand.

Die Sanierung der Neustadt sollte in zeitlich und örtlich begrenzten Bauabschnitten erfolgen, um die Belastung für das einzelne Geschäft so gering wie möglich zu halten. Ein Budget für Baustellenmarketing sollte bereits bei der Planung Berücksichtigung finden.

*Wurde im EEK in Kap. 7.9 eingearbeitet.*

**Einbezug des Themas Online-Handel:** Die immense Problematik für den klassischen Einzelhandel durch den stetig wachsenden Online-Handel ist im EEK-Entwurf kaum berücksichtigt. Besonders der Umsatz stark zentrenrelevanter Nonfood-Sortimente hat sich seit 2009 verdoppelt. War der E-Commerce-Anteil am Handel im Jahr 2009 noch bei 5 bis 9%, wird dieser 2020 bereits bei 30% liegen. Diese Entwicklungen werden den standortgebundenen Einzelhandel in der Innenstadt in den nächsten Jahren dramatisch verändern. Auf diese Entwicklung wird bei den Empfehlungen und Prognosen nicht eingegangen. Aufgrund der Brisanz des Themas ist aber eine tiefgreifende Auseinandersetzung mit dem Thema zwingend erforderlich. Die Stadt Ansbach sollte bei ihren Entscheidungen ebenso diese Entwicklung mit einbeziehen. Wenn Frequenzbringer wie Drogerien, Nahversorger, Ämter, Ärzte etc. aus der Altstadt abwandern, werden die Bedingungen für Händler im Nonfoodsektor deutlich erschwert.

*Auf die Thematik des Online-Handels wurde im EEK bereits hingewiesen, im Kap. 7.10.2 wurde die Thematik nun noch ausführlicher eingearbeitet. Im Kap. 7.9.4 der flankierenden Maßnahmen wird nun ebenfalls darauf eingegangen. In den Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels der BBE-Handelsberatung wird der Distanzhandel sortimentspezifisch auf Größenordnungen zwischen 2% und 20% klassifiziert. Diese Werte finden in den von der BBE-Handelsberatung angegebenen Raumleistungen der einzelnen Branchen ihren Niederschlag, indem das gesamte Umsatzvolumen jeweils um den Anteil des Distanzhandels bereinigt wird. Das Thema Online-Handel wurde von der Wirtschaftsförderung bereits aufgenommen und sollte auch von anderen Akteuren (z.B. IHK, Kreditinstitute) verstärkt behandelt werden.*

**Weitere flankierende Maßnahmen:** Neben den erfolgreich umgesetzten Ganzjahres-Events wurde von Citymarketing Ansbach gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung ein Geschäftslagen- und Leerstandsmanagement eingerichtet. Auch einige weitere Maßnahmen wurden bereits umgesetzt. Um in Zukunft diesen Weg weiter bestreiten zu können, ist eine klare Unterstützungszusage seitens der Stadt Ansbach in Verbindung mit einer ausreichenden Ausstattung an Kompetenzen nötig.

*Wurde im EEK in Kap. 7.9 eingearbeitet.*

## INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER NÜRNBERG FÜR MITTELFRANKEN, GESCHÄFTSBEREICH STANDORTPOLITIK UND UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

16.02.2015, Dr. Udo Raab

Fortschreibung des Konzeptes wird begrüßt.

Das Konzept beinhaltet die generellen Ziele der IHK: Erhaltung der Multifunktionalität der Innenstadt und Erhaltung einer umfassenden Versorgung mit Gütern des täglichen und periodischen Bedarfs, Sicherung der Aufenthalts- und Standortqualität.

Anregungen:

- In Ansbach gibt es kein quantitatives, sondern ein qualitatives Parkplatzproblem im Zusammenhang mit einer modernen Bewirtschaftung des öffentlichen Parkraums. Ein vorheriges Festlegen der Verweildauer in der Stadt ist nicht mehr zeitgemäß und der Belebung der Innenstadt nicht zuträglich. Es soll dringend in moderne Methoden wie Handyparken, Verrechnen der Parkgebühren mit Einkäufen (z.B. bei Einkauf erste Stunde parken frei) usw. investiert werden. Bitte lautet, positive umsetzbare Modelle aus anderen Städten zu untersuchen und ggf. zu übernehmen.

*Wurde im EEK in Kap. 7.9 eingearbeitet. Ein Parkraumbewirtschaftungskonzept wird in Kap 7.9 empfohlen. Bereits eingeführt wurde die „Semmeltaste“, d.h. für 20 Minuten kann für 10 Cent geparkt werden, um so kurze Erledigungen zu tätigen.*

- Zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer trägt ein attraktives Gastronomie- und Kulturangebot bei. Die genauen Defizite in diesen Bereichen werden vom EEK-Entwurf nicht aufgezeigt und müssten konkret nachgebessert werden, um entsprechende Ansiedlungen zu forcieren.

*Dies ist im Detail nicht Aufgabe eines EEK.*

- Häufig wird die Situation in der Innenstadt in den Medien als negativ dargestellt. Stattdessen sollten die positiven Aspekte und Stärken in der Öffentlichkeit herausgestellt werden. Dies bietet die Chance zu einem Umdenken in der Bevölkerung, aber auch zu einer Imagewerbung für Ansbach nach außen.

*Wurde im EEK in Kap. 7.9 eingearbeitet.*

- Bedenklich aus Sicht der Wirtschaft ist die im EEK vorgesehene gleichmäßige Nahversorgung aller Stadtteile von Ansbach. Im Rügländer Viertel kommt es bei weiterer Ausweitung des Einzelhandelsangebots (wie in der Planung) zu einer Überversorgung bei gleichzeitiger Unterversorgung entlang der Schalkhäuser Straße. Hier besteht auch entsprechend dem LEP (fußläufige Nahversorgung) dringender Handlungsbedarf für die dort lebende Bevölkerung.

*In Kap 7.2 und 7.7.1 wird bereits darauf hingewiesen, dass bei den ange-dachten Ansiedlungen im Bereich der Rettistraße die momentanen Ansiedlungspotenziale für die Gesamtstadt in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriesortimente ausgeschöpft wären. Ziel des EEK ist aktiv die Beseitigung von Unterversorgung.*

Im gesamten Prozess darf die schnelle Dynamik des Handels nicht vergessen werden. Strenge Festschreibungen, die zu Einschränkungen der dynamischen Anpassungen führen, wie sie im Gutachten am Beispiel Brücken-Center aufgeführt werden, sind diesem Prozess nicht zuträglich.

*Aus dem Grund wird in Kap. 7.1 vorgeschlagen, dass die Vereinbarung nach Ablauf von 5 Jahren nach Vertragsabschluss geändert werden kann und dass bei grundlegenden strukturellen Veränderungen vor Ablauf der 5-Jahres-Frist beide Seiten in kooperativer Weise eine Aktualisierung der Vereinbarung erarbeiten.*

Zur Bewältigung der großen Aufgaben der Stadt ist eine engere Zusammenarbeit aller Akteure vor Ort unbedingt erforderlich.

*Die enge Zusammenarbeit wurde aktiv schon begonnen. Im September 2014 wurde durch die Stadt und Citymarketing Ansbach ein Innenstadtforum „Wir sind Innenstadt“ mit dem Ziel, die Innenstadt zukünftig voranzubringen, initiiert. Dies soll fortgesetzt werden, um somit einen kontinuierlichen Prozess der Stärkung der Innenstadt erfolgreich zu gestalten. Eine weitere Veranstaltung ist bereits für Anfang Mai 2015 geplant.*

## HANDWERKSKAMMER FÜR MITTELFRANKEN, ABT. WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

*entwickeln, v.a. durch Rad- und Fußverbindungen zwischen den nördlichen Stadtteilen, aber auch durch die ÖPNV-Anbindung.*

18.02.2015, Klaus Pfattheicher

Begrüßen die Absicht, mit der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungsgutachtens die bedarfsgerechte zukunftsorientierte Entwicklung des Einzelhandels in Ansbach fortzusetzen.

Halten es für zielführend, vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung (immer mehr ältere Menschen mit Einschränkungen in der Mobilität) das Augenmerk auf die Sicherung der dezentralen Nahversorgung in den Wohngebieten zu legen. Vor allem die Lebensmittelhandwerke (Bäcker, Metzger) haben in den Wohngebieten zumeist die Nahversorgungsfunktion. Sollten sich entsprechende Angebote in den Randlagen oder außerhalb der Wohngebiete etablieren, gefährdet dies die unmittelbare Versorgung in den Wohngebieten.

*Die Nahversorgung in den einzelnen Stadtteilen ist auch Ziel des EEK. Auch bisher schon verfolgt die Stadt Ansbach konsequent das Ziel, in Randlagen oder außerhalb der Wohngebiete keine neuen Versorgungsstandorte zu schaffen; dies ist weiterhin erklärtes Ziel.*

Sehen insbesondere die Ballung nördlich der Würzburger Landstraße und der B14 kritisch.

*In Kap 7.2 und 7.7.1 wird bereits darauf hingewiesen, dass bei den angedachten Ansiedlungen im Bereich der Rettistraße die momentanen Ansiedlungspotenziale für die Gesamtstadt in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriesortimente ausgeschöpft wären. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass der Bereich ständigem Wandel unterworfen ist und jederzeit Veränderungen möglich sind. Es ist außerdem zu sehen, dass zwischen den Stadtteilen Rügländer Viertel und Hennenbach / Schlossvorstadt ein fließender Übergang besteht, weswegen diese oft gemeinsam zu betrachten sind. Während im Stadtteil Hennenbach / Schlossvorstadt Defizite in der Versorgung im periodischen Bedarf bestehen, übernimmt der Nahversorgungsstandort an der Rettistraße im Rügländer Viertel somit eine Versorgungsfunktion auch für Hennenbach / Schlossvorstadt bzw. für den gesamten Ansbacher Norden, in dem er zentral liegt. Folglich gilt es die Erreichbarkeit zu sichern und weiter zu*

## DR. VIELBERTH VERWALTUNGSGESELLSCHAFT MBH, BRÜCKEN-CENTER ANSBACH GMBH

20.02.2015, Christian Bretthauer, Andreas Schmid

Zentraler Versorgungsbereich: Stimmen mit der räumlichen Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs überein. Dies entspricht den tatsächlichen Verhältnissen hinsichtlich der baulichen Entwicklung (Bergwelt), der erforderlichen Nutzungsänderung im Fachmarkt (Modehaus statt Baumarkt) sowie der Wahrnehmung der Angebote, Parkflächen und Laufwege durch Kunden und Besucher. Hintergrund: Das Brücken-Center wurde konzipiert, um das Handels- und Dienstleistungsangebot der Altstadt zu bereichern und zu ergänzen. Wegen der historischen Prägung der Altstadt waren und sind Ladenflächen in bestimmten Größen mit der unerlässlichen Anbindung an Verkehrswege und Parkräume nicht darstellbar. Die neue Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs bestätigt deutlich, dass Altstadt und Brücken-Center zusammen gewachsen sind und somit zusammen gehören. Die Grundlagen wurden von den politischen Entscheidungsträgern im kooperativen Benehmen mit dem Investor gelegt, von den Nachfolgern maßvoll unter besonderer Beachtung der Altstadt weiter entwickelt und damit die Zielsetzung, die Attraktivität des Gesamtstandortes zu erhalten und auszubauen, erreicht. Nur durch eine zeitgemäße Angebotsvielfalt auf kurzen, bequemen Wegen mit hoher Service- und Aufenthaltsqualität wird es Ansbach gelingen, im Wettbewerb mit anderen Regionen und den Veränderungen durch den Online-Handel zu bestehen.

*Kein Änderungsbedarf für das EEK.*

Ansbacher Liste: Ein Vergleich der Sortimentsgliederung in der Ansbacher Liste mit den heute aktuellen Einzelhandelskonzepten zeigt die große Diskrepanz hinsichtlich der gewünschten „Steuerung“ von Ansiedlungen mit den tatsächlich vorhandenen Möglichkeiten.

Die kleinteilige Struktur der Ansbacher Altstadt wird sich in absehbarer Zeit nicht ändern. Um die Anbieter für die Innenstadt dennoch zu generieren, bietet das Brücken-Center flexible Flächen für die eher großflächigen Sortimente.

Auch das Brücken-Center benötigt zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit alle Sortimentsgruppen, hat sich aber im Gegensatz zu anderen Shopping-Centern dabei

maßvoll verhalten, indem insbesondere bei kleinflächigen Anbietern zumeist nur ein Anbieter (z.B. Optiker) vorhanden ist.

Zudem gibt es Handelsformate, welche zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente auf einer Fläche anbieten, deren jeweilige Größen den Kundenanforderungen entsprechend variieren. Eine Aufteilung ist aus pragmatischen Gründen nicht möglich (ansonsten müsste die Stadt Ansbach im gesamten Stadtgebiet kontinuierlich die tatsächlichen Nutzungen kontrollieren).

*Trotzdem besteht weiterhin die Unterscheidung von zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Dies ist gängige Praxis. Anderweitige Tendenzen zur Abkehr davon sind bundesweit bislang nicht erkennbar.*

Vorschlag zur Begrenzung Verkaufsflächen für Textilien und Schuhe: Angesichts der sich schnell wandelnden Handelswelt ist eine Begrenzung auf Flächengrößen nicht zielführend und nicht begründbar. Ein Vorteil des Brücken-Centers ist die Möglichkeit, größere Einzelhandelsflächen in der Innenstadt anbieten zu können. Dies ist in der Altstadt derzeit kaum realisierbar.

Eine Begrenzung auf 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einheit für Textilien und 800 m<sup>2</sup> für Schuhe ist weder zeitgemäß noch begründet worden. Bereits im Bebauungsplan von 1994 wurden 4.500 m<sup>2</sup> Mietfläche, entspricht 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, für ein einzelnes Textilhaus genehmigt und keine Begrenzung bei Schuhen. Bei Berücksichtigung des allgemeinen Flächenwachstums gerade im Textileinzelhandel müsste eine neue Obergrenze deutlich höher liegen, bei mindestens 5.400 m<sup>2</sup> Mietfläche (Basis der Berechnung: 1994). Damit läge man noch deutlich unter der Größe, die Modehäuser in anderen Städten mit vergleichbarer Einwohnerzahl heute schon betreiben. Kleinere Modehäuser können der oberzentralen Funktion Ansbachs nicht gerecht werden.

*Wegen der sich wandelnden Handelswelt wird in Kap. 7.1 vorgeschlagen, dass die Vereinbarung nach Ablauf von 5 Jahren nach Vertragsabschluss geändert werden kann und dass bei grundlegenden strukturellen Veränderungen vor Ablauf der 5-Jahres-Frist beide Seiten in kooperativer Weise eine Aktualisierung der Vereinbarung erarbeiten.*

*Im EEK-Entwurf wurde eine Begrenzung auf 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einheit im Sortimentsbereich Bekleidung vorgeschlagen. Diese Begrenzung wurde nun in Abstimmung zwischen Stadt Ansbach und Gutachter auf 2.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche modifiziert. Die Begrenzung auf eine Fläche von 2.400 m<sup>2</sup> bzw. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je*

*Einheit ist als Vorschlag zu verstehen und muss zwischen den Akteuren, auch nach Verabschiedung des EEK, diskutiert werden. In der Diskussion kann sich auch auf eine andere, etwas höhere Grenze geeinigt werden. Die 2.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Bekleidung ergeben sich aus einer akzeptablen Wettbewerbsfähigkeit für das gleiche Sortiment in der Altstadt. Dort bestehen knapp 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Bekleidung, so dass 30% davon als Standortobergrenze angenommen wurden, was rd. 2.400 m<sup>2</sup> ergibt. Beim Sortimentsbereich Schuhe ist dieser Wert deutlich geringer. Hier kämen bei dieser Berechnung rd. 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche heraus. Die 800 m<sup>2</sup> ergeben sich aus dem Erfahrungswert, dass ein einzelner attraktiver Standort in dieser Größe ermöglicht werden sollte.*

#### Einzelne Gesichtspunkte im EEK:

- Die Dynamik in der Handelsentwicklung (u.a. Online-Handel) und die auf Grund der Kundenwünsche veränderten Handelsformate (u.a. größere Ladenflächen für mehr Service) mit den Folgen Wandlung der Innenstädte und Wirkungsverlust der bisherigen Steuerungsinstrumente, z.B. durch Aufteilung der Sortimente in zentrenrelevant und nicht-zentrenrelevant, wird nicht berücksichtigt.

*Auf die Thematik des Online-Handels wurde im EEK bereits hingewiesen, im Kap. 7.10.2 wurde die Thematik nun noch ausführlicher eingearbeitet. Im Kap. 7.9.4 der flankierenden Maßnahmen wird nun ebenfalls darauf eingegangen. Das Steuerungsinstrument ist aus Sicht des Gutachters nicht wirkungslos geworden und ist weiterhin gängige Praxis.*

- Optimierungsbedarf des Konzepts:
  - Befragung der Passanten: nur 19% aus dem Umland (hieraus aber mehr als die Hälfte des Umsatzes).
  - Keine detaillierte Darstellung der Leerstände und deren Ursachen.
  - Räumliche Verteilung der Einzelhandels-Angebote nur nach Fläche, nicht nach Anzahl der Ladenlokale als zusätzlicher Maßstab zum Vergleich der Bereiche Altstadt – Brücken-Center.
  - Fehlende Einbindung US-Bürger und Touristen.

*Die genannten 19% aus dem engeren Umland (bis etwa 20 km) entsprechen tatsächlich den angetroffenen und befragten Passanten. Die Leerstände sind in Kap. 4.1.1 (v.a. Abb. 16) als graues Rechteck mit abgebildet. Da sich die Zahl der Leerstände seit 2009 bei gleicher Erhebungsmethode etwa ver-*

*doppelt hat, wird in Kap. 4.1.1 empfohlen, dass die Situation im Rahmen des Flächenmanagements hinterfragt wird. Abb. 15 und Abb. 16 in Kap. 4.1.1 zeigen die räumliche Verteilung der Standorte von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Handwerk sowie Leerstände, woraus auch die jeweilige Anzahl deutlich wird. In der Passantenbefragung wurden vereinzelt auch US-Bürger auf Englisch befragt.*

- Die Ermittlung der Ansiedlungspotenziale für die jeweiligen Sortimente ist eine Momentaufnahme und deckt Folgendes auf:
  - Das geplante Fachmarktzentrum Rettistraße mit über 4.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche deckt das freie Potenzial bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogerie vollständig ab, so dass diese Sortimente in der Innenstadt nicht mehr realisierbar wären und dies auch dem Grundsatz der fußläufigen Versorgung widerspricht, darüber hinaus bliebe der Bereich Schalkhäuser Landstraße weiterhin unterversorgt.
  - Bei Textilien / Schuhe reicht das freie Potenzial für die Ansiedlung des Modehauses TC Buckenmaier aus und dies sogar ohne die Reduzierung von Textilverkaufsfläche als Kompensation.

*In Kap 7.2 und 7.7.1 wird bereits darauf hingewiesen, dass bei den ange-dachten Ansiedlungen im Bereich der Rettistraße die momentanen Ansiedlungspotenziale für die Gesamtstadt in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriesortimente ausgeschöpft wären. Zu berücksichtigen ist, dass der Bereich ständigem Wandel unterworfen ist und jederzeit Veränderungen möglich sind.*

*Es steht an keiner Stelle im EEK, dass das Ansiedlungspotenzial für die Gesamtstadt in der Sortimentsgruppe Textilien, Schuhe für eine Ansiedlung des Modehauses TC Buckenmaier nicht ausreichen würde. Anlass für die vorgeschlagene Begrenzung der Verkaufsfläche ist nicht das Ansiedlungspotenzial, sondern es geht um eine akzeptable Wettbewerbsfähigkeit für den Standort Altstadt. Dort bestehen knapp 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Bekleidung, so dass 30% davon als Standortobergrenze angenommen wurden, was rd. 2.400 m<sup>2</sup> ergibt. Beim Sortimentsbereich Schuhe ist dieser Wert deutlich geringer. Hier kämen bei dieser Berechnung rd. 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche heraus. Die 800 m<sup>2</sup> ergeben sich aus dem Erfahrungs-*

*wert, dass ein einzelner attraktiver Standort in dieser Größe ermöglicht werden sollte.*

- Die Notwendigkeit der Ansiedlung von Bekleidung im gehobenen Genre zeigt der ermittelte Kaufkraftabfluss und die Passantenbefragung (fehlende Geschäfte ...), darüber hinaus ist nur dieses Leitsortiment in dieser Form (inhabergeführt, hochwertiger Ladenbau und Service) geeignet, überregionale Anziehungskraft im Einzugsgebiet von über 300.000 Personen durch Alleinstellung zum Nutzen der Gesamtstadt zu entfalten.

*Kein Änderungsbedarf für das EEK. Das Einzugsgebiet Ansbachs wird als einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich im LEP 2013 mit 201.265 Einwohnern ermittelt. Laut LEP 2013 ist der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftabschöpfung bei Innenstadtbedarf der für jeden Zentralen Ort bestimmte einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich der Standortgemeinde, der die Versorgungsstruktur und Attraktivität eines Zentralen Ortes und seine überörtliche Erreichbarkeit widerspiegelt. Dabei wird die Attraktivität des in einem Zentralen Ort vorhandenen Einzelhandels anhand der sog. Zentralitätskennziffer bewertet, die die Relation zwischen dem im Ort erzielten Einzelhandelsumsatz und der Kaufkraft der örtlichen Bevölkerung darstellt. Die Erreichbarkeit wird anhand von nach Zentralität gestaffelten Fahrzeit-Isochronen im motorisierten Individualverkehr bestimmt. Für nicht zentrale Orte ist die Einwohnerzahl der Gemeinde zugrunde zu legen.*

- Eine Reglementierung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nur für das Brücken-Center widerspricht grundsätzlich der Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs und ist nur dann im Konsens gestaltbar, wenn die Realitäten in der Einzelhandels-Entwicklung ausreichend berücksichtigt werden und der Dynamik im Handel trotz der Festlegung von „Leitplanken“ genügend Handlungsspielraum verbleibt.

*Wegen der Dynamik im Handel wird in Kap. 7.1 vorgeschlagen, dass die Vereinbarung nach Ablauf von 5 Jahren nach Vertragsabschluss geändert werden kann und dass bei grundlegenden strukturellen Veränderungen vor Ablauf der 5-Jahres-Frist beide Seiten in kooperativer Weise eine Aktualisierung der Vereinbarung erarbeiten. Die aktuelle Erweiterung im Brücken-Center wurde nur durch eine Befreiung von den Festsetzungen des Vorhaben- und Erschließungsplans (VEP) möglich, welche jedoch mit der Maßgabe einer gewissen Reduzierung an anderer Stelle verbunden war.*

- Von hoher Bedeutung für den Innenstadt-Handel ist die Erreichbarkeit mit dem Pkw, besonders im ausgeprägt ländlichen Raum Ansbachs. Die Anzahl der Parkflächen scheint ausreichend, bei Qualität und Service sind Verbesserungen möglich. Ein Parkraumkonzept könnte Wege hierzu aufzeigen.  
*Ein Parkraumbewirtschaftungskonzept wird in Kap 7.9 empfohlen.*
- Der Einstufung des Bereichs ehemaliger Kohlenlagerplatz an der Brauhausstraße / Brünneleinswiese als reines Wohngebiet kann nicht zugestimmt werden, da hierfür eine gemischte Nutzung sinnvoll und vorgesehen ist.  
*Es ist nicht nachvollziehbar, an welcher Stelle im EEK-Entwurf der Bereich Brauhausstraße / Brünneleinswiese als reines Wohngebiet eingestuft würde. Dieser Bereich ist an keiner Stelle thematisiert. Für den Bereich Brauhausstraße / Brünneleinswiese besteht ein rechtskräftiger Bebauungsplan, der ein allgemeines Wohngebiet festsetzt. An der städtebaulichen Zielsetzung hat sich laut Stadt Ansbach nichts geändert.*

## BRÜCKEN-CENTER ANSBACH VERMÖGENSVERWALTUNG GMBH & Co. KG, LENZ UND JOHLEN RECHTSANWÄLTE

20.02.2015, Dr. Rainer Voß

Es wird ausdrücklich begrüßt, dass in Berücksichtigung der aktuellen städtebaulichen Situation das Brücken-Center als Bestandteil der Innenstadt angesehen wird. Beim Brücken-Center handelt es sich in rechtlicher Hinsicht um ein Einkaufszentrum, da es einheitlich geplant, organisiert und beworben wird. Die Unterscheidung in den textlichen Festsetzungen zum Vorhaben- und Erschließungsplan für den östlichen Teilbereich der ehemaligen Hindenburg-Kaserne ist obsolet geworden, wo noch zwischen Einkaufszentrum und Fachmarktzentrum unterschieden worden ist. Aufgrund aktueller rechtlicher Betrachtung handelt es sich um ein Einkaufszentrum. *Kein Änderungsbedarf für das EEK. Dies wurde von der Landesplanung bereits 2011 so gesehen.*

Zu begrüßen ist, dass das EEK in Kap. 5.1.2 von einem „konstruktiven Miteinander“ zwischen Altstadt und Brücken-Center spricht. Insofern ist es wichtig, dass die Einzelhandelsentwicklungen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt - Altstadt und Innenstadt - Brücken-Center abgestimmt und vernetzt werden. Kritisch werden allerdings die Ausführungen in Kap. 7.1 gesehen. Es macht nur ein arbeitsteiliges Wirken von Altstadt und Brücken-Center Sinn. Es liegt auf der Hand, dass in der Altstadt keine Flächenverfügbarkeit für größere Einzelhandelseinheiten gegeben ist. Dort ist die Struktur eher kleinteilig mit vorwiegend inhabergeführten Läden. Für die Attraktivität der Einkaufsstadt Ansbach muss es auch möglich sein, dass im Einkaufszentrum größere Verkaufseinheiten angeboten werden. Allein das Vorhalten des heutigen Angebotes entspricht nicht einer zukunftsorientierten Einzelhandelslandschaft. Die in Kap. 7.1 formulierten regulatorischen Vorschläge werden zu einem Erstarren der Einzelhandelssituation führen. Anmerkungen zur vorgeschlagenen „Selbstbeschränkung“:

- Nicht nachvollziehbar ist, wie in einem klassischen Einkaufszentrum mind. 25% der verfügbaren Verkaufsfläche durch nicht zentrenrelevante Sortimente belegt wird. Das Brücken-Center ist nicht bzw. nicht mehr dafür ausgelegt, dass Baustoffe, Autoteile und Reifen angeboten werden. Ein solches

Angebot würde den Kunden abschrecken und zu einem Trading-Down-Effekt führen.

*Gerade der bisherige (frühere) breite Branchen-Mix ist (war) der besondere Reiz des Brücken-Centers gegenüber anderen Einkaufszentren. Bisher hatte das Brücken-Center einschließlich Praktiker-Markt einen Anteil von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten von über 25%. Ein Erhalten dieses breiten Branchen-Mixes einschließlich nicht-zentrenrelevanter Sortimente von mind. 25% wird als wünschenswert erachtet. Dies dürfte auch im Interesse des Investors liegen. Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind außerdem nicht nur Baustoffe, Autoteile und Reifen, sondern v.a. auch Elektrogeräte und Leuchten, Einrichtungsbedarf, Sportgeräte und Campingartikel sowie weitere Baumarktsortimente, die im Gegensatz zu den aufgeführten mehr relevant für das Brücken-Center sind.*

- Halten es im Gegensatz zum Entwurf des EEK für entscheidend, dass das Zusammenspiel zwischen Altstadt und Brücken-Center insofern reibungslos funktioniert, als die kleinteiligen Nutzungen vorwiegend in der Altstadt zur Verfügung stehen und die großen Einheiten im Einkaufszentrum. Vom Eigentümer des Einkaufszentrums wird verlangt, dass er sich bei kleinen Ladeneinheiten deutlich zurückhält, damit die vorwiegend inhabergeführte Einzelhandelsstruktur in der Altstadt erhalten bleibt. Eine Beschränkung macht Sinn, als im Wesentlichen nur Mindestgrößen zulässig sind. Läden mit weniger als 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche betragen zurzeit im Brücken-Center ca. 4%. Es kann ein Satz von 7% vereinbart werden, der nicht überschritten werden darf.

*Auch in der Altstadt gibt es größere Einzelhandelseinheiten, die dort als wichtige Ankerbetriebe erhalten werden sollen. Zudem entstehen die größten Frequenzverlagerungen aus der Altstadt nicht durch kleine Ladeneinheiten im Brücken-Center.*

- Eine Laufzeit einer Vereinbarung von 5 Jahren ist zu begrüßen, sodass nach Ablauf des Zeitraums eine neue Bewertung der Einzelhandelssituation vorgenommen wird.

*Kein Änderungsbedarf für das EEK.*

Schlagen zur rechtssicheren Umsetzung eine Änderung des Durchführungsvertrages zum Vorhaben- und Erschließungsplan für den östlichen Teilbereich der ehemaligen Hindenburg-Kaserne vor.

*Eine Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplans (VEP) wird erarbeitet.*

## HANDELSVERBAND BAYERN (HBE)

03.03.2015, Uwe H. Werner

Das aktualisierte EEK ist grundsätzlich als Entscheidungshilfe z.B. für die Beurteilung von zukünftigen Ansiedlungen im Einzelhandelsbereich geeignet und wird daher außerordentlich begrüßt.

Wesentliche Strukturdaten der derzeitigen Einzelhandelssituation in Ansbach:

- Außerordentlich hoher und weit überdurchschnittlicher Verkaufsflächenbesatz, der sich gegenüber 2010 nochmals um 11.500 m<sup>2</sup> erhöhte.
- Überdurchschnittlich hohe Leerstandsquote.
- Trotz rückgängiger Kaufkraft der Ansbacher Bevölkerung Umsatzsteigerung gegenüber 2010; nochmals Steigerung der weit überdurchschnittlichen Einzelhandelszentralität.

*Kein Änderungsbedarf für das EEK. Da sich die Zahl der Leerstände seit 2009 bei gleicher Erhebungsmethode etwa verdoppelt hat, wird in Kap. 4.1.1 empfohlen, dass die Situation im Rahmen des Flächenmanagements hinterfragt wird.*

Innenstadt / Altstadt: Die Zielsetzung des EEK, hinsichtlich der Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen die vorhandene Versorgungsqualität des Standortes Altstadt zu erhalten bzw. weiter zu stärken, insbesondere im Bereich der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs, wird außerordentlich begrüßt. Dies trifft ebenso für die vorgeschlagenen Maßnahmen in Kap. 5.1.1 zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt / Altstadt zu. Halten zusätzlich eine Verbesserung der Erreichbarkeit der Innenstadt / Altstadt mit dem ÖPNV, Fahrrad und PKW, die Schaffung von ausreichenden Parkflächen in unmittelbarer Nähe zur Altstadt und eine modernere Bewirtschaftung der Parkflächen erforderlich.

*Im EEK in Kap. 7.9.5 ist dies ausgeführt.*

Brücken-Center: Die Zielsetzung der Stärkung der Ansbacher Innenstadt mit den beiden Teilen Altstadt und Brücken-Center wird geteilt. Die Bemühungen aller Beteiligten, das Brücken-Center als Attraktivitätsgewinn des Gesamtstandortes in die Innenstadt zu integrieren, werden ausdrücklich begrüßt und gewürdigt. Gleichwohl

besteht eine Konkurrenzbeziehung in Hinblick auf Kundenfrequenzen und Umsatzverteilung. Die Kap. 5.1.2 vorgeschlagenen flankierenden Maßnahmen zur besseren Anbindung des Brücken-Centers an die Altstadt werden ausdrücklich begrüßt.

*Kein Änderungsbedarf für das EEK.*

Zentraler Versorgungsbereich (Ergänzungsbereich): Eine Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs durch die Aufnahme des nördlichen Bereichs des Brücken-Centers wird kritisch gesehen. Die Bedenken des Gutachters in Kap. 7.1 im Hinblick auf die Gefahren einer Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten werden ausdrücklich geteilt. Die bisherigen Baumarktf Flächen wurden überwiegend zum Absatz nicht zentrenrelevanter Sortimente genutzt. Durch die geplante Nutzungsänderung, Teile der Verkaufsflächen für innenstadtrelevante Sortimente zur Verfügung zu stellen, besteht die Gefahr, dass die Innenstadt / Altstadt nicht wie gewünscht gestärkt, sondern durch Frequenzverlagerungen geschwächt würde. Wünschenswert wäre eine Nachnutzung des Praktiker-Standortes durch Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

*Die Steuerung von Sortimentsbereichen erfolgt durch die Änderung des für das Brücken-Center bestehenden Vorhaben- und Erschließungsplans (VEP), der zusammen mit dem städtebaulichen Vertrag Grundlage des vorhabenbezogenen Bebauungsplans für den Bereich des Brücken-Centers ist.*

Zukünftige Entwicklungen des Einzelhandels: Bislang unzureichend wird im EEK der zu erwartende Strukturwandel im Einzelhandel durch das stetige Anwachsen des Online-Handels berücksichtigt. Der derzeitige E-Commerce-Anteil von rd. 10% wird nach Prognosen diverser Institute, Verbände, Unternehmensberatungsgesellschaften, Universitäten etc. im Jahr 2020 bereits bei 20 bis 30% liegen und entsprechend bei bestimmten Sortimentssegmenten höher. In Folge dessen wird der Flächenbedarf im Einzelhandel auch durch neue Virtualisierungsmöglichkeiten um rd. 30% abnehmen. Weiterhin wird sich die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe reduzieren. Dem sich daraus ergebenden Verkaufsflächenüberschuss wurde im EEK nur unzureichend Rechnung getragen. Halten die dargestellten Ansiedlungspotenziale für sehr ambitioniert. Insbesondere die Ausweisung von zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt / Altstadt ist daher kritisch zu betrachten.

*Auf die Thematik des Online-Handels wurde im EEK bereits hingewiesen, im Kap. 7.10.2 wurde die Thematik nun noch ausführlicher eingearbeitet. Im Kap. 7.9.4 der*

*flankierenden Maßnahmen wird nun ebenfalls darauf eingegangen. In den Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels der BBE-Handelsberatung wird der Distanzhandel sortimentspezifisch auf Größenordnungen zwischen 2% und 20% klassifiziert. Diese Werte finden in den von der BBE-Handelsberatung angegebenen Raumleistungen der einzelnen Branchen ihren Niederschlag, indem das gesamte Umsatzvolumen jeweils um den Anteil des Distanzhandels bereinigt wird.*

**Büro PLANWERK**  
**Nürnberg, den 13.04.2015**