Kon-zept 07/2023

Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Ansbach

Beschlossen durch den Stadtrat Ansbach am 27.06.2023

STADT+HANDEL

Neue Wege. Klare Pläne.

Impressum

AUFTRAGNEHMER
Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner GmbH
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg
Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax+49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER
Stadt Ansbach
Amt für Stadtentwicklung und Klimaschutz
Nürnberger Straße 32
91522 Ansbach

VERFASSER
Dipl.-Ing. Marc Föhrer
Andreas Schuder, Geogr. M.A.
Dipl.-Geogr. Lucas Beyer
Lea Ratzel, B.Sc.
Leipzig/Karlsruhe
03.07.2023

Neue Wege. Klare Pläne.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	**Einführung**	**6**
2	**Rechtliche Rahmenvorgaben**	**8**
2.1	Rechtliche Einordnung von Einzelhandelsentwicklungskonzepten	8
2.2	Raumordnerische Regelungen	9
3	**Methodik**	**12**
4	**Markt- und Standortanalyse**	**17**
4.1	Trends im Einzelhandel	17
4.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	27
4.3	Gesamtstädtische Nachfrageanalyse	28
4.4	Gesamtstädtische Angebotsanalyse	35
4.5	Städtebauliche Analyse	41
4.6	Nahversorgungsanalyse	86
4.7	Zwischenfazit	90
5	**Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung**	**93**
5.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	93
5.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Ansbach	103
6	**Zentrenkonzept**	**105**
6.1	Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen	105
6.2	Zentrale Versorgungsbereiche	110
7	**Nahversorgungskonzept**	**137**
7.1	Nahversorgungsstandorte	137
7.2	Handlungsprioritäten	140
7.3	Standortgerechte Dimensionierung von Lebensmittelmärkten	141
8	**Sonderstandortkonzept**	**145**
8.1	Konzeptionelle Einordnung von Sonderstandorten	145
8.2	Beurteilung der Ansbacher Sonderstandorte	146
9	**Sortimentsliste**	**150**
9.1	Methodische Herleitung	150
9.2	Sortimentsliste für Ansbach	151
10	**Steuerungsleitsätze**	**154**
10.1	Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze	154
10.2	Steuerungsleitsätze für Ansbach	154
11	**Planungsrechtliche Steuerungsempfehlungen**	**158**
12	**Schlusswort**	**160**

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

1 Einführung

Bereits seit dem Jahr 2010 wird die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Ansbach durch kommunale Einzelhandelsentwicklungskonzepte aktiv begleitet und gesteuert. Das zuletzt beschlossene Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) stammt aus dem Jahr 2015. Die dynamischen Entwicklungen des Einzelhandels in Ansbach sowie die nationalen und globalen einzelhandels- und stadtentwicklungsrelevanten Trends sowie die mit den aktuell multiplen Krisen (Corona-Pandemie, Ukraine-Krieg, Energiekrise, Inflation) einhergehenden Auswirkungen auf den Einzelhandel und insbesondere die Innenstädte erfordern eine Fortschreibung und Überprüfung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes, um die aktuelle Bestandssituation zu erfassen, Entwicklungen der letzten Jahre beurteilen und den Einzelhandel in Ansbach zukunftsgerichtet entwickeln und steuern zu können. Die Stadt Ansbach nimmt dabei eine aktive Rolle in der Einzelhandelssteuerung ein und hat diese bereits fest in ihrer Stadtentwicklungspolitik verankert. Die Stadt Ansbach hat sich dabei insbesondere auch den Schutz der Ansbacher Innenstadt zum Ziel gesetzt.

Die Einzelhandelsstrukturen in Deutschland erfahren fortlaufende Veränderungen. Ersichtlich werden diese auf der Angebotsseite insbesondere durch eine zunehmende Filialisierung, eine Wettbewerbsintensivierung, einen stärkeren Fokus der Unternehmen zur Konzentration an leistungsfähigen Standorten (bspw. Fachmarkzentren, Einkaufszentren) sowie eine weiterhin steigende Bedeutung des Onlinehandels. Gleichzeitig ist der Einzelhandel von Veränderungen auf der Nachfrageseite, vor allem von Veränderungen im Konsumverhalten hinsichtlich der Wahl des Einkaufsortes, den oftmals individuellen Ansprüchen der Kundschaft an Warenvielfalt, Präsentation und Preisgestaltung etc. sowie von Veränderungen durch den demographischen Wandel betroffen. Mit den Veränderungen der Einzelhandelsstrukturen sind insbesondere in den historisch gewachsenen Innenstädten Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit und die Attraktivität verbunden.

Bei der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts sind insbesondere auch die oberzentrale Funktion der Stadt Ansbach zur Versorgung ihrer Bürgerschaft sowie für die Bevölkerung des Einzugsgebietes im Bereich des gehobenen und spezialisierten höheren Bedarfs zu berücksichtigen. Die Stärkung und Weiterentwicklung einer lebendigen, multifunktionalen und attraktiven Innenstadt gehört damit ebenso zu den Zukunftsaufgaben von Ansbach, wie die Neuausrichtung des Zentren- und Standortgefüges vor dem Hintergrund der demografischen und gesellschaftlichen Veränderungen – darunter ist ggf. auch die Neupositionierung ausgewählter zentraler Versorgungsbereiche zu verstehen. Inwiefern der Einzelhandel einen Beitrag zu diesem Ziel zu leisten vermag, wird im folgenden Konzept spezifiziert. Gleichzeitig gilt es, ein leistungsfähiges und städtebaulich zielführendes an die räumlichen Gegebenheiten Ansbachs angepasstes Nahversorgungsangebot durch eine differenzierte und standortspezifische Einzelhandelssteuerung zu ermöglichen – auch unterhalb der Ebene der zentralen Versorgungsbereiche.

Mit dem vorliegenden Konzept beabsichtigt die Hochschulstadt Ansbach die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur auf eine

entsprechend tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch die Vitalität und Attraktivität der Versorgungsstandorte gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, wohnortnahe Grundversorgung gesichert und optimiert.

Insgesamt stehen im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Ansbach folgende Aspekte bzw. Themen im Betrachtungsfokus:

- Das Aufzeigen einer zukünftigen Stadtentwicklung, in der die Standorte des Einzelhandels in die Entwicklung der gesamten Stadt eingepasst sind,
- Die Abstimmung der Entwicklung von Einzelhandelsstandorten mit den Belangen der Innenstadt und der Attraktivität des Zentrums
- Aufzeigen von Handlungsansätzen zur Belebung der Innenstadt, Nutzungsmischung und geeigneten Maßnahmen zur Begegnung des Strukturwandels im Einzelhandel unter besonderer Berücksichtigung der Digitalisierung
- Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Ansbach zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept Empfehlungen primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Konzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing, die örtliche Händlergemeinschaft sowie die Ansbacher Bürgerschaft.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt und zusätzlich in drei Arbeitskreisen mit der Fachöffentlichkeit erörtert. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Ansbach Berücksichtigung finden.

2 Rechtliche Rahmenvorgaben

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelsentwicklungskonzepte werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen. Dabei beachtet das gesamte Einzelhandelsentwicklungskonzepte auch die aktuelle Rechtsprechung zur Dienstleistungsrichtlinie des Europäischen Gerichtshofes[1]. Diese sieht vor, dass die Wettbewerbsfreiheit des Einzelhandels nicht in unangemessenem Maße beschränkt werden darf. Entsprechend gibt das vorliegende Konzept Leitlinien für die Entwicklungen im Einzelhandel und von Standortbereichen vor, welche auf städtebaulichen Begründungen (zum Beispiel Schutz zentraler Versorgungsbereiche) aufgebaut sind und somit die Entwicklungen in einem erforderlichen, verhältnismäßigen und nichtdiskriminierenden Maße lenken sollen.

2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSENTWICKLUNGSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtisch gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürgerschaft sowie Besuchenden interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Stadtteil- oder Nahversorgungszentren und an Nahversorgungs- und Sonderstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung[2]. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelsentwicklungskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung

[1] Vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123)

[2] Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzepte für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.[3]

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Einen wichtigen Rahmen für die kommunale Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren **bindende Ziele** und **abwägbare Grundsätze** entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Ansbach wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesplanerische Vorgaben

Im Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP Bayern) in der Fassung vom 01.01.2020[4], in welchem die Stadt Ansbach als Oberzentrum festgelegt ist, finden sich folgende Ziele **[Z]** zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen im Einzelhandel, die im Folgenden dargestellt werden und die bei der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Ansbach Beachtung finden:

- **[Z 5.3.1] Lage im Raum:** „Flächen für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in zentralen Orten ausgewiesen werden. Abweichend sind Ausweisungen zulässig für Betriebe bis 1 200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2 sowie für Einzelhandelsgroßpro-

[3] Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

[4] Aktuell wird eine Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogramms Bayern angestrebt: *Der finale Entwurf der Staatsregierung vom 22. November 2022 wurde dem Landtag zur Zustimmung nach Art. 20 Abs. 2 Bayerisches Landesplanungsgesetz zugeleitet. Der Zeitpunkt für das Inkrafttreten der Änderungen im LEP richtet sich nach der weiteren Behandlung im Landtag.* (Quelle: https://www.stmwi.bayern.de/landesentwicklung/teilfortschreibung-des-landesentwicklungsprogramms-bayern/ zuletzt abgerufen am 27.01.2023). Im Entwurf der Teilfortschreibung erfolgt keine Veränderungen des Kapitels 5.3 Einzelhandelsgroßprojekte im Vergleich zum LEP Bayern 2020. Somit sind die nachfolgend dargestellten Ziele des LEP Bayern 2020 zugleich auch die Ziele der Fortschreibung und behalten ihre Gültigkeit.

jekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe"

- **[Z 5.3.2] Lage in der Gemeinde:** „Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte aufgrund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen."
- **[Z 5.3.3] Zulässige Verkaufsflächen:** „Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentsspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte, soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v. H., oder so weit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100.000 Einwohner 30 v. H., für die 100.000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v. H. der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen."

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzepts wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP Bayern in der Fassung vom 01.01.2020 erarbeitet.

Regionalplanerische Vorgaben

Der derzeit gültige Regionalplan für die Region Westmittelfranken innerhalb des Regierungsbezirks Mittelfranken in der Fassung vom 16.03.2022[5] trifft folgende einzelhandelsrelevante Ziele [Z] und Grundsätze [G]

- **[5.3]** Zur Verbesserung der Versorgungsfunktion des Handels sollen, insbesondere in den zentralen Orten, die planerischen und infrastrukturellen Voraussetzungen für den Erhalt, Aufbau und Ausbau von Handelseinrichtungen, vor allem in Sanierungs- und Neubaugebieten, geschaffen werden.
- **[5.3.1.1]** Auf die Erhaltung und Verbesserung einer bedarfsgerechten Warenversorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft soll in der Region Westmittelfranken hingewirkt werden.
- **[5.3.1.2]** Auf die Erhaltung und den Ausbau der Versorgungsfunktion des möglichen Oberzentrums Ansbach soll hingewirkt werden.
- **[5.3.2]** In der Region Westmittelfranken sollen Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur noch in zentralen Orten höherer Stufe (ab

[5] Aktuell wird eine Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogramms Bayern angestrebt: *Der finale Entwurf der Staatsregierung vom 22. November 2022 wurde dem Landtag zur Zustimmung nach Art. 20 Abs. 2 Bayerisches Landesplanungsgesetz zugeleitet. Der Zeitpunkt für das Inkrafttreten der Änderungen im LEP richtet sich nach der weiteren Behandlung im Landtag.* (Quelle: https://www.stmwi.bayern.de/landesentwicklung/teilfortschreibung-des-landesentwicklungsprogramms-bayern/ zuletzt abgerufen am 27.01.2023). Im Entwurf der Teilfortschreibung erfolgt keine Veränderungen des Kapitels 5.3 Einzelhandelsgroßprojekte im Vergleich zum LEP Bayern 2020. Somit sind die nachfolgend dargestellten Ziele des LEP Bayern 2020 zugleich auch die Ziele der Fortschreibung und behalten ihre Gültigkeit.

Unterzentrum) ausgewiesen werden, wenn durch den in der Bauleitplanung vorgesehenen Nutzungsumfang die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht wesentlich beeinträchtigt werden, der Nutzungsumfang in angemessenem Verhältnis zur Größe des jeweiligen Verflechtungsbereiches steht und die Flächen städtebaulich und verkehrsmäßig integriert werden können.

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische, empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale sind im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentsspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen

Baustein	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestandserhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	07/2022	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergänzende Funktionen, Leerstände
Händlerbefragung	Befragung durch Stadt + Handel	07/2022	Flächendeckende Verteilung als Onlinebefragung (Stichprobengröße: n = 42)	Umsatzherkunft/Einzugsbereiche, Geschäfts-/ Umsatzentwicklung, Standorteinschätzung, Angebotslücken, Stärken-Schwächen-Analyse
Haushaltsbefragung	Befragung durch Stadt + Handel	07/2022	Standardisierte Online-Befragung (Stichprobengröße: n = 594)	Einkaufsorientierung, Angebotslücken, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Stärken-Schwächen-Analyse
Passantenbefragung	Befragung durch Stadt + Handel	07/2022	Standardisierte Online-Befragung über Plakate im Innenstadtzentrum von Ansbach (Stichprobengröße: n = 215)	Passantenherkunft, Einkaufsverhalten, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Stärken-Schwächen-Analyse
Kundenherkunftserhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	07/2022	Auslage von Zählformularen in 10 Einzelhandelsbetrieben in Ansbach	Kundenherkunft, Einzugsbereiche
Experteninterviews	Interviewführung durch Stadt + Handel	08-10/2022	Interviews mit 6 Akteuren	Aktuelle Herausforderungen für den Einzelhandel in Ansbach, Einschätzung zur Einzelhandelsstruktur und -entwicklung, Einzugsbereiche, Zentrenentwicklung
Innenstadtspaziergang	Moderation durch Stadt + Handel	09/2022	Begehung der Innenstadt mit relevanten Stakeholdern	Impulsvortrag und Diskussion und Einschätzungen lokaler Stakeholder zu Stärken/Schwächen/Potenzialen der Innenstadt vor Ort

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe wurde im Juli 2022 flächendeckend durchgeführt. Die Einzelhandelserfassung erfolgte mittels einer Stichtagserhebung, wobei sämtliche zum Erhebungszeitpunkt vorgefundene Einzelhandelsbetriebe im engeren Sinne erfasst wurden.

Bei der vom Planungs- und Gutachterbüro Stadt + Handel durchgeführten Erhebung wurden neben dem Namen und der Adresse der Betriebe u. a. zwei weitere zentrale Messgrößen erfasst. Zum einen wurde die Gesamtverkaufsflächen der einzelnen Anbieter aufgenommen, zum anderen fand eine differenzierte Aufschlüsselung der Verkaufsflächen nach Warensortimenten statt, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können.

Zusätzlich wurden im Rahmen der Bestandserhebung die Verkaufsflächen nach innen- und außenliegender Verkaufsfläche differenziert. In Anlehnung an die bundesverwaltungsgerichtliche Rechtsprechung zur Definition der Verkaufsfläche

und der bauplanungsrechtlichen Implikation der Verkaufsflächengröße im Genehmigungsverfahren (z. B. verankert in der Großflächigkeitsschwelle) wurde die Außenverkaufsfläche vollumfänglich erfasst.

Bezogen auf die **Erfassungsmethodik** ist je nach Situation entweder die eigenständige Vermessung der Verkaufsfläche oder die persönliche Befragung des Personals bzw. der Geschäftsinhabenden in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts vom November 2016 (u. a. BVerwG 4 C 1.16) fand dabei konsequente Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen fand nur im Ausnahmefall statt, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Fleischer, Bäcker), Tankstellenshops, Kioske und Hofläden erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – so weit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden[6]. Außerdem wurden die zentrenergänzenden Funktionen der Zentren erhoben, da Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.) Bestandteile von zentralen Versorgungsbereichen sind.

Kundenherkunftserhebung

Um ein Einzugsgebiet für die Stadt Ansbach abzuleiten, wurde im Juli 2022 eine Kundenherkunftserhebung in zehn Einzelhandelsbetrieben in Ansbach durchgeführt. Hierfür wurden in den Betrieben Zählformulare ausgelegt, auf welchen die Mitarbeitenden händisch die Postleitzahl der Kunden vermerkten.

Händlerschaftsbefragung

Mit dem Ziel, die Ansichten und Einschätzungen der Ansbacher Händlerschaft zur Einzelhandelssituation zu erfassen, wurde im Juli 2022 eine Händlerschaftsbefragung durchgeführt. Die Befragung fand über den Online-Kanal statt und wurde über einen E-Mail-Verteiler beworben. Teilnehmen konnte die Händlerschaft aus dem Innenstadtzentrum. Der Rücklauf (n = 42) entsprach einem üblichen Rücklauf.

Befragt wurde die Händlerschaft nach ihren angebotenen Sortimenten und der Betriebsform, dem Bestehen ihres Betriebes und der Herkunft der Kundschaft. Auch die Nachfolgesituation wurde abgefragt. Im Zuge von Fragen zur wirtschaftlichen Situation, der Umsatzentwicklung und -erwartung und zum Konkurrenzdruck fanden auch die Auswirkungen der Corona-Pandemie sowie des erstarkenden Online-Handels Berücksichtigung. Ebenso wurden die Gewerbetreibenden gefragt, welche Aspekte einer vorgegebenen Auswahlliste Ihnen für die Ansbacher

[6] Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche wurden lediglich strukturprägende Leerstände (>400m² G-VKF) erfasst.

Innenstadt besonders wichtig sind. Darüber hinaus konnte sich die Ansbacher Händlerschaft über freie Antwortmöglichkeiten auch zu ihren Wünschen und Ideen für die Innenstadt äußern.

Haushalts- und Passantenbefragung

Die Befragung der Ansbacher Haushalte fand als Online-Befragung im Juli 2022 statt. Beworben wurde die Befragung über die sozialen Medien, die Homepage der Stadt Ansbach sowie die Lokalzeitung. Dabei wurden verschiedene Angaben zum Einkaufsverhalten und zur Einkaufshäufigkeit abgefragt. Einen weiteren wichtigen Baustein der Befragung nahm die Bewertung unterschiedlicher Aspekte der Ansbacher Innenstadt anhand von Schulnoten ein. Neben standardisierten Antwortmöglichkeiten enthielt der Fragebogen auch offene Antwortmöglichkeiten, bspw. für Wünsche und Ideen zur zukünftigen Entwicklung der Innenstadt oder zu fehlenden Nutzungen in der Ansbacher Innenstadt.
Die Rücklaufquote (n = 594) der Onlinebefragung lag insgesamt auf einem durchschnittlichen Niveau. Die Erkenntnisse, welche aus den Befragungen gewonnen werden konnten, fließen direkt in den jeweiligen Kapiteln in die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Ansbach (vgl. Kapitel 6, 7 und 8) ein.
Die Passantenbefragung fand ebenfalls als Online-Befragung im Juli 2022 parallel zur Haushaltsbefragung statt. Dabei wurde der gleiche Fragebogen genutzt, lediglich die Art der Bewerbung unterschied sich von der Haushaltsbefragung. Um die Passanten in der Innenstadt zu befragen, wurden für die Passantenbefragung Plakate mit einem QR-Code an prägnanten Stellen in der Stadt verteilt. Die Befragungen wurden gesondert voneinander durchgeführt, um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse zwischen tatsächlichen Innenstadtbesuchern und der Ansbacher Bevölkerung zu schaffen.
Der Rücklauf der Haushaltsbefragung fiel deutlich höher aus als der Rücklauf der Passantenbefragung (n = 125). Der niedrigere Rücklauf erklärt sich durch die ausschließliche Bewerbung durch Plakate. Dennoch bildet er einen durchschnittlichen Rücklauf ab.

Qualitative Interviews

Ergänzend zu den Einschätzungen der Kundschaft, Besuchenden und Händlerschaft der Stadt Ansbach wurden sechs Experteninterviews mit ausgewählten lokalen Akteuren aus dem Themenbereich Einzelhandel und Stadtentwicklung durchgeführt, um ortsspezifische Erkenntnisse und fachliche Aussagen zu erfassen. Die Interviews wurden telefonisch durchgeführt. Die Gesprächspartner setzten sich aus Vertretern des Einzelhandels, der Gastronomie, eines Mehrgenerationenhauses, der IHK Ansbach, dem Kulturforum Ansbach sowie der Fachschaft der Hochschule Ansbach zusammen. In den Interviews wurden die Qualitäten sowie die Stärken und Schwächen des Ansbacher Innenstadtzentrums erfragt. Besprochen wurden zudem auch die Auswirkungen der Corona-Pandemie sowie mögliche zukünftige Verbesserungsmöglichkeiten, Nutzungs- und Entwicklungsmöglichkeiten, sowie der künftige Zielgruppenfokus. Die Ergebnisse der Expertengespräche fließen in die qualitative Bewertung des Innenstadtzentrums mit ein.

Städtebauliche Analyse

Um die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche seit der Erstellung des letzten Einzelhandelsentwicklungskonzeptes nachvollziehen zu können, wurde im Juli 2022 der zentralen Versorgungsbereich begangen und eine städtebauliche Analyse durchgeführt. Ziel der Vor-Ort-Analyse war die räumliche, funktionale und städtebauliche Analyse und die darauffolgende Überprüfung der Abgrenzung und Einstufung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Bewertung und Entwicklung von Perspektiven.

4 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzepts relevanten Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Ansbach. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder" und „Folgeeffekt" nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends emergierenden Herausforderungen für die Stadt Ansbach als Oberzentrum sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Die derzeit beobachtbaren Verwerfungen im Einzelhandel sind lediglich Vorboten der zukünftigen Entwicklungen. Umso wichtiger ist es, die innenstadtbezogenen Wandlungsprozesse systematisch zu erfassen und in ihren Zusammenhängen zu bewerten. Dabei lassen sich folgende Entwicklungsmuster erkennen:

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit[7], an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen. Der Drang nach Selbstverwirklichung sowie die Ausdifferenzierung von Lebensstilen führen zu vielfältigeren Ansprüchen an den Stadtraum und den Einzelhandel. Die Innenstadtbesuchenden von morgen bewegen sich in höchst hybriden Lebens- und Konsumwelten und haben ein tiefes Bedürfnis nach Erlebnis auf der einen Seite sowie Authentizität und lokalem Kontext auf der anderen Seite.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.[8] Neben

[7] LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

[8] 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu[9]. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste). Gerade in wachsenden Groß- und Mittelstädten sind die Auswirkungen des demografischen Wandels sowohl sektoral (z. B. verstärkter Zuzug jüngerer Bevölkerungsgruppen bzw. Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund) als auch räumlich differenziert (z. B. Nebeneinander von Wachstum und Schrumpfung in verschiedenen Stadtteilen) zu betrachten.

Digitalisierung: Die Wirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel werden im nachfolgenden Kapitel thematisiert. Allerdings erstreckt sich die Digitalisierung auf fast alle Handlungsfelder der Innenstadt – von Infrastrukturinvestitionen auf dem Weg zur „Smart City" über innovative Formen der Raumaneignung (z. B. Gamification) bis zum sinkenden Bedürfnis nach physischem Besitz in der Share Economy.

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen") wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv. Auch wenn sich Innenstadtzentren von Großstädten noch am ehesten gegenüber den Wettbewerbsvorteilen von Online-Vertriebskanälen behaupten können, ist vielerorts eine auf die jeweilige Innenstadt individuell abgestimmte Positionierungsstrategie notwendig. Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigen sich hingegen derzeit noch als überaus „robust". Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmittel sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtregionen betreffen.

[9] 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse
Quelle: Fotos © M-SUR/Fotolia, © Worawut/AdobeStock, © oneinchpunch/Fotolia, © zapp2photo/Fotolia.

Reurbanisierung: Mit den gesellschaftlichen Wandlungsprozessen geht eine zunehmende „Kraft des Ortes" einher, welche u. a. ein Grund für die Debatte um Schwarmstädte und Reurbanisierungstendenzen ist. Dabei ist dieser Teilaspekt des „genius loci" nicht neu. Neu ist allerdings, dass in einer zunehmend digitalen und virtuellen Welt ein tiefes Bedürfnis nach lokaler Verankerung oder „Rückbettung"[10] in einem physischen Kontext entsteht und sich u. a. in der Innenstadt als städtischen Treffpunkt für die nomadische und digitale Gesellschaft manifestiert. Treiber der Reurbanisierung sind aktuell insbesondere junge und hochqualifizierte Bevölkerungsgruppen sowie zukünftig auch im zunehmenden Maße die so genannten „jungen Alten" (nach der familienbedingten Haushaltsverkleinerung). Diese „Wiederentdeckung der Stadt" als Wohn- und Arbeitsort und die Vermischung von Lebens- und Arbeitswelten (lokal manifestiert in Form so genannter „Dritter Orte") bedingt auch neue Konsumverhaltensmuster.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte" Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundschaftssicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch" ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Erlebnisorientierung: Das Verbraucherverhalten ist bei einem Innenstadtbesuch schon längst nicht mehr rein versorgungsorientiert – eine klassische Einkaufsliste und ein klares Ziel gibt es nur selten. Stattdessen wünschen sich Innenstadtbesuchende darüber hinaus eine Ansprache auf verschiedenen Ebenen – dazu gehören

[10] vgl. Läpple 2003.

insbesondere Authentizität, Multikontextualität und Emotionalität. Aufgrund steigender Erwartungshaltungen in gewissen sozialen Milieus (auch durch den Vergleich auf nationaler und internationaler Ebene), erwartet die Kundschaft neben kulturellen, touristischen und städtebaulichen Highlights zusätzliche Shopping-Erlebnisse, z. B. in Form von Show-Rooms, Pop-Up-Stores, visuellen, akustischen, haptischen und olfaktorischen Sinnesreizen, zusätzlichen (auch gastronomischen) Services sowie qualifizierter Beratung durch geschultes Personal.

Der Erlebniseinkauf spielt jedoch nicht nur beim klassischen Shopping eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. Auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kundschaft zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Individualmobilität der Konsumenten: Mit der wachsenden Motorisierung in den vergangenen Jahrzehnten entwickelte sich im Zusammenspiel mit den Marktentwicklungen die fußläufige Nahversorgung vor allem im ländlichen Raum in eine motorisierte Fernversorgung. Die verbreitete Pkw-Verfügbarkeit ermöglicht heute vielen Konsumenten eine hohe räumliche Nachfrageflexibilität bei der Auswahl der Einkaufsstätten. Da gleichzeitig auch die Ansprüche der Verbraucher an die Einzelhandelseinrichtungen gestiegen sind, werden verkehrsgünstig gelegene Standorte mit einem großen Parkplatzangebot sowie einem gut sortierten Warenangebot häufig bevorzugt aufgesucht.

Um die für den Einkauf zurückzulegenden Distanzen möglichst zeitsparend zu bewältigen, werden Einkaufswege zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen bzw. Aktivitäten gekoppelt. Darüber hinaus tätigen viele Konsumenten nur noch ein- bis zweimal wöchentlich einen Lebensmitteleinkauf. Aufgrund der Menge an gekaufter Ware wird von den Konsumenten in der Regel die PKW-Nutzung favorisiert, wobei auch Lastenräder und E-Bikes zum Einsatz kommen. Ähnliche Kopplungstendenzen sind in Bezug auf den Erlebniseinkauf festzustellen.

Auf der anderen Seite ist insbesondere in Großstädten und bei jüngeren Personengruppen die Bedeutung des Pkw als Verkehrsmittel (und damit auch der Motorisierungsgrad) in den letzten Jahren zurückgegangen. Der innerstädtische Einzelhandel muss sich hinsichtlich seines Serviceangebotes also nicht nur auf ein im Wandel begriffenes Mobilitätsverhalten einstellen (z. B. vermehrte Nutzung von Car-Sharing-Diensten, E-Bikes, Lastenräder und öffentlichen Verkehrsmitteln), sondern muss auch auf veränderte Kundschaftsgewohnheiten (z. B. Warenlieferung, Ausnutzung von Omni-Channel-Marketing) reagieren.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf

bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher" je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos Stadt + Handel, pixabay.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck. In Oberzentren wie Ansbach ist dieser Trend insbesondere bei der Entwicklung der unterschiedlichen Zentrentypen zu beobachten. Auf der Ebene des Innenstadtzentrums sind vielfältige und hochwertige Angebotsstrukturen zu erkennen, welche z. T. höherpreisige und spezialisierte Waren vorhalten und eine klare, zielgruppenspezifische Ausrichtung haben. Auch discountorientierte Angebote (z. B. Lebensmitteldiscounter, Non-Food-Discounter, Sonderpostenmärkte) fungieren in kleineren Zentren als Ankerbetriebe. Viele stadtteilbezogene Zentren der mittleren Hierarchiestufe (insbesondere bei eingeschränkter Warenvielfalt und fehlender, zielgruppenspezifischer Positionierung) stehen hingegen nicht mehr oder nur nach nachrangig im Fokus von Einzelhandelsentwicklungen. Die Folge ist ein Verlust der Versorgungsfunktion und damit einhergehende Trading-Down-Prozesse. Auch die Insolvenz mehrerer Warenhausketten ist ein Indiz für die zunehmende Preis- und Zielgruppenpolarisierung.

4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen (s. u.). Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist städtebaulich nicht integrierte Standorte einher. Daneben liegen die Innenstädte (insb. A-Lagen) im Fokus der Expansionsabteilungen. Wohn- und Arbeitsplatzschwerpunkte sowie B-Lagen in Stadtquartieren (außerhalb der Innenstadt) sind für den filialisierten Einzelhandel hingegen deutlich weniger stark von Interesse bzw. stark geprägt durch discountorientierte Angebote. Neben dem Lebensmitteleinzelhandel lassen sich Konzentrationsprozesse auch in vielen anderen Einzelhandelsbranchen feststellen – insbesondere bei SB-Warenhaus-Unternehmen (z. B. Real, Kaufland), Drogeriemärkten (insb. DM, Rossmann), Buchhandlungen (z. B. Thalia, Hugendubel), Textil-Kaufhäusern (u. a. H&M, P&C, C&A, SinnLeffers), Unterhaltungselektronik-Märkten (insb. Media Markt, Saturn) und Sporthaus-Betreibern (z. B. Intersport, SportScheck, Decathlon, Karstadt Sports).

Wandel der Betriebsformen: Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen von städtebaulicher Bedeutung, wie z. B. Shopping-Center, Factory-Outlet-Center und Fachmarkzentren, verlieren andere Handelsformate (z. B. Warenhäuser) unter anderem aufgrund ihrer undifferenzierten Zielgruppenansprache und der Einkommens- und Zielgruppenpolarisierung bei den Verbrauchern an Bedeutung. Eindrucksvoll belegt wird diese Entwicklung durch die zahlreichen Schließungen von Warenhäusern (u. a. Hertie, Karstadt) bzw. die Fusion von Warenhausketten (insb. Kaufhof/Karstadt). Moderne Handelsformate weisen in vielen Fällen ein hohes Maß an Spezialisierung (z. B. Bio-Supermärkte, Mode-Geschäfte für spezielle Zielgruppen) und vertikalisierte Wertschöpfungsketten (z. B. Fast-Fashion-Anbieter) auf und haben das kundschaftsseitige Bedürfnis nach Emotionalität, Multikontextualität und multisensorischer Erfahrung erkannt. Insbesondere Shopping-Center investieren verstärkt in Branchenmix, Verweilqualität und Nutzungsvielfalt jenseits des Einzelhandels, v. a. in Gastronomieangebote. Sie entwickeln sich systematisch zu sozialen Orten und vermarkten sich als „Ort der Überraschung". Die Aufgabe von Innenstädten wird es zukünftig sein, einen für Besuchende attraktiven Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment sicherzustellen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.[11] Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre)

[11] In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

Umsätze und Flächenproduktivitäten v. a. bedingt durch den Online-Handel. Besonders betroffen sind davon insbesondere kleinere Zentren.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und lag im Jahr 2020 unter anderem bedingt durch einen verstärkten Online-Absatz hervorgerufen durch die COVID-19 Pandemie bereits bei rd. 72,8 Mio. Euro (rd. 12,6 % des Einzelhandelsumsatzes) (siehe Abbildung 4). Es ist allerdings aus fachgutachterlicher Sicht davon auszugehen, dass das Wachstum des Online-Anteils ab dem Jahr 2022 wieder ein weniger starkes Wachstum, ähnlich vor der COVID-19 Pandemie, erreichen wird. Es sind allerdings sortimentsspezifisch große Unterschiede festzustellen.

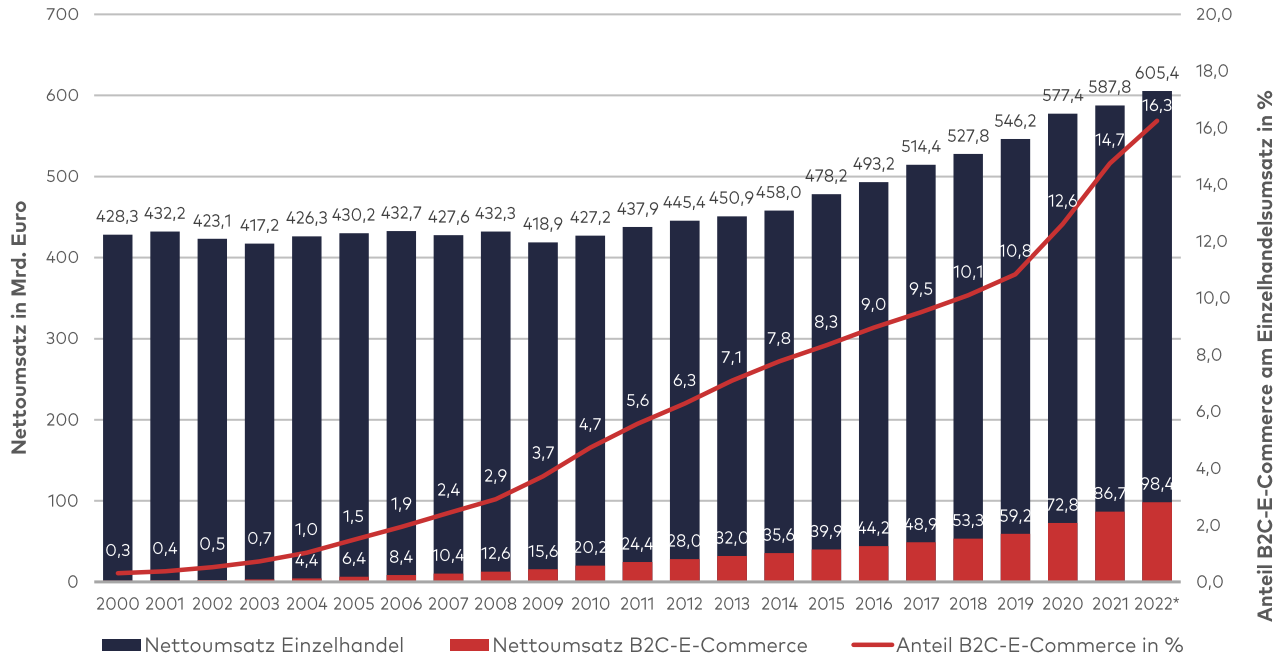


Abbildung 4: Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Fokus: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel

Die bereits seit längerem beobachtbaren Entwicklungstrends zu weniger und größeren Einheiten sowie die zunehmende Standortvergesellschaftung in Form von Fachmarktstandorten haben in den vergangenen Jahren weiter an Bedeutung gewonnen.

Wandel der Betriebsformen: Der in den letzten Jahrzehnten vollzogene Wandel der Betriebsformen umfasst erhebliche Veränderungen der Betriebs- und Standortstrukturen im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel. Betrachtet man beispielsweise die Entwicklung der absoluten Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Lebensmitteleinzelhandel, so lässt sich deutschlandweit ein Rückgang i. H. v. rd. 15 % attestieren (siehe Abbildung 5).

Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen zu registrieren. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (hinsichtlich Anzahl der Betriebe und Umsätze) ergeben sich insbesondere für die Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter

nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und teilweise den 2000er Jahren gegenwärtig im Übergang zu einer Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen.

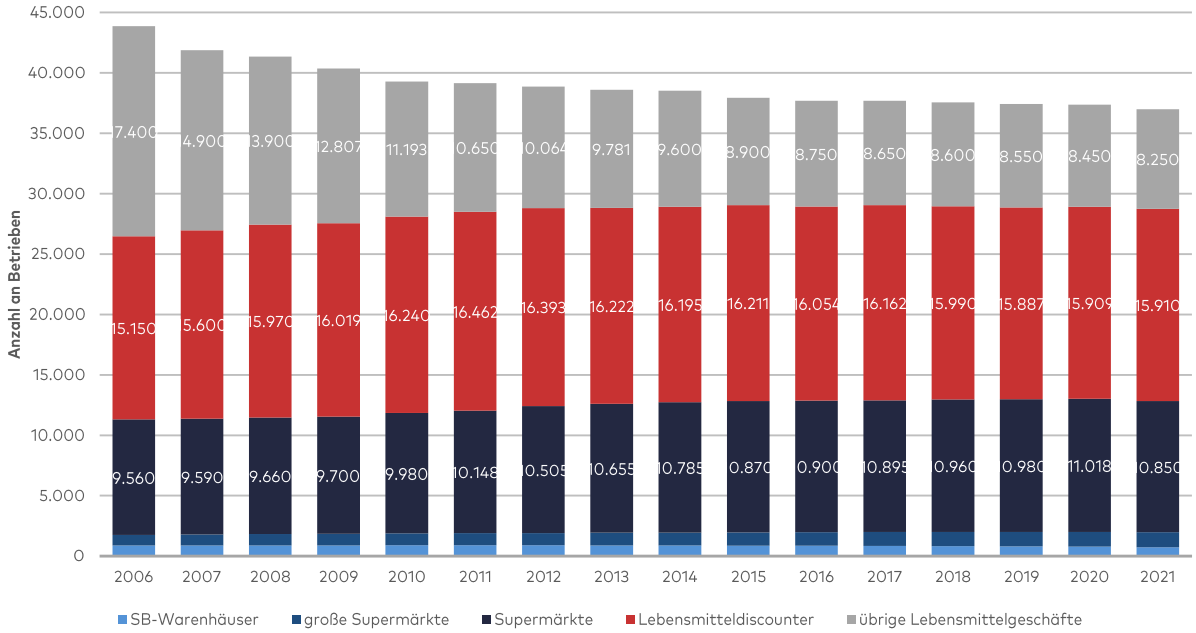


Abbildung 5: Entwicklung der Anzahl der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser" mit einem entsprechend großen Warenspektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

Verkaufsflächenentwicklung: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist im Lebensmittelhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt[12]. Bei den Lebensmitteldiscountern ist zeitgleich zu den sinkenden Filialzahlen eine moderat steigende Verkaufsfläche zu verzeichnen (siehe Abbildung 6). Dies ist Resultat eines grundlegenden Trading-Up Prozesses des Betriebstypus, welcher im Bereich der Expansion und der Modernisierung von Bestandsstandorten eine deutliche Tendenz zu signifikant größeren Markteinheiten erkennen lässt und mit einer Überprüfung/Straffung des Standortnetzes durch die Marktteilnehmer einhergeht.

[12] Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m², 2016 rd. 804 m² (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m², 2016 rd. 1.245 m² (+17 %).

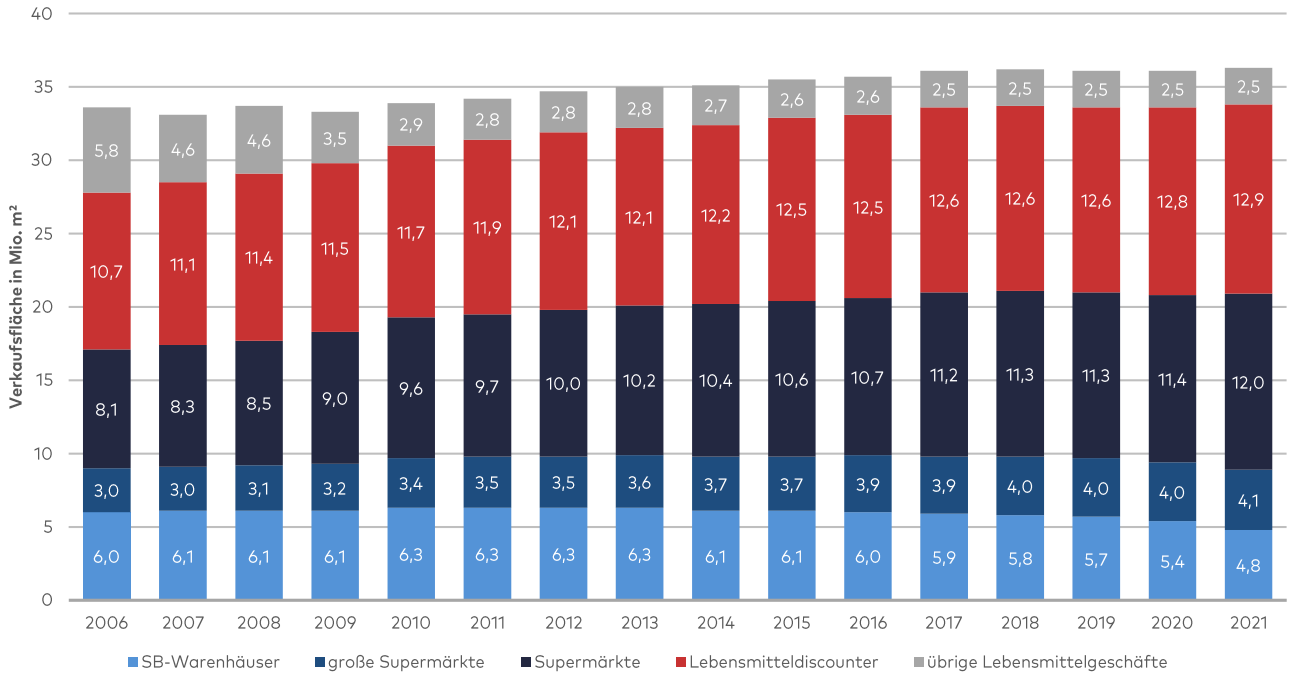


Abbildung 6: Entwicklung der Verkaufsflächen der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert.

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, werden diese von den Einzelhandelsunternehmen nur an sehr frequenzstarken Lagen bzw. Standorten mit einem überdurchschnittlich hohen Kaufkraftpotenzial realisiert. Bei Standard-Betriebskonzepten außerhalb der hoch verdichteten Stadträume ist aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen[13]. Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

[13] Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

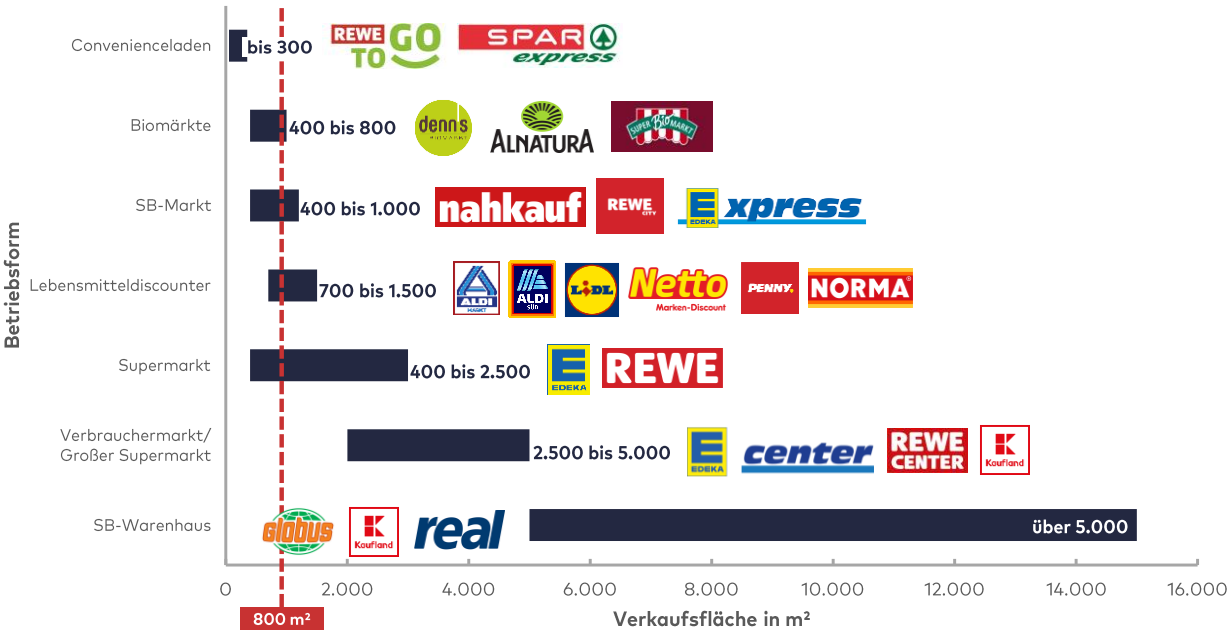


Abbildung 7: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Unternehmens- und Umsatzkonzentrationen: Fusionen, Übernahmen und internes Wachstum haben in den vergangenen Jahrzehnten zu sukzessiven Konzentrationsprozessen von Unternehmen und Umsätzen in nahezu allen Teilsegmenten des Einzelhandels geführt. So sind im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel partiell bereits Oligopolisierungstendenzen erkennbar, die in der Folge auch eine Sektoruntersuchung des Bundeskartellamtes im Zusammenhang mit der Übernahme der Tengelmann/Kaisers Märkte nach sich zog.[14] So weisen die dominierenden Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe gegenwärtig bereits einen Marktanteil von rd. 90 % auf, wobei zwei Drittel des Umsatzes auf die TOP 5 Betreiber entfallen.

Dies führt in der Folge zu einer Ausdünnung des Filialnetzes und somit letztlich zu längeren Wegen für den Verbraucher. Eine wohnortnahe (fußläufige) adäquate Versorgung mit Lebensmitteln und Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlicheren Raum und in Gebieten mit negativem Wanderungssaldo häufig nicht mehr gesichert.

Nachfolgeproblematik: Insbesondere in Städten wie Ansbach, die in der Innenstadt (vorrangig der Altstadt) einen hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte haben, stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langen Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümerseitigen Erwartungen an die Miethöhe und den weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche zunehmend anspruchsvoller. So ist bundeweit zu beobachten, dass Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer stehen. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

[14] vgl. Bundeskartellamt (2014): Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel.

4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Folgenden werden die relevanten siedlungsräumlichen Faktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur vorgestellt. Eine Darstellung weiterer relevanter angebots- und nachfrageseitiger Parameter folgt in den Kapiteln 4.3 bis 4.6.

Einordnung in den regionalen Kontext

Das Oberzentrum Ansbach ist eine kreisfreie Stadt im Bundesland Bayern. Sie wird vom Landkreis Ansbach umgeben. Das weitere Umland von Ansbach ist insbesondere von Grundzentren und nicht-zentrale Orten geprägt. In der weiteren Umgebung liegen die Mittelzentren Bad Windsheim (ca. 34 km), Rothenburg ob der Tauber (ca. 38 km), Feuchtwangen (26 km), Dinkelsbühl (ca. 39 km) Gunzenhausen (ca. 28 km) sowie das Mehrfachzentrum Windsbach (22 km)/Neuendettelsau (18 km)/Heilsbronn (19 km) . Im Nordosten Ansbach befindet sich die Metropolregion Nürnberg-Erlangen-Fürth-Schwabach in ca. 40 – 60 km Entfernung. Ansbach nimmt als einziges Oberzentrum in dem eher ländlich geprägten näheren Umfeld folglich eine zentrale Lage und Funktion ein (siehe Abbildung 8). Aufgrund der Entfernung zu den nächstgelegenen Oberzentren ist die Konkurrenzsituation für die Stadt Ansbach als moderat einzuschätzen, was eine positive Ausgangslage bedeutet.

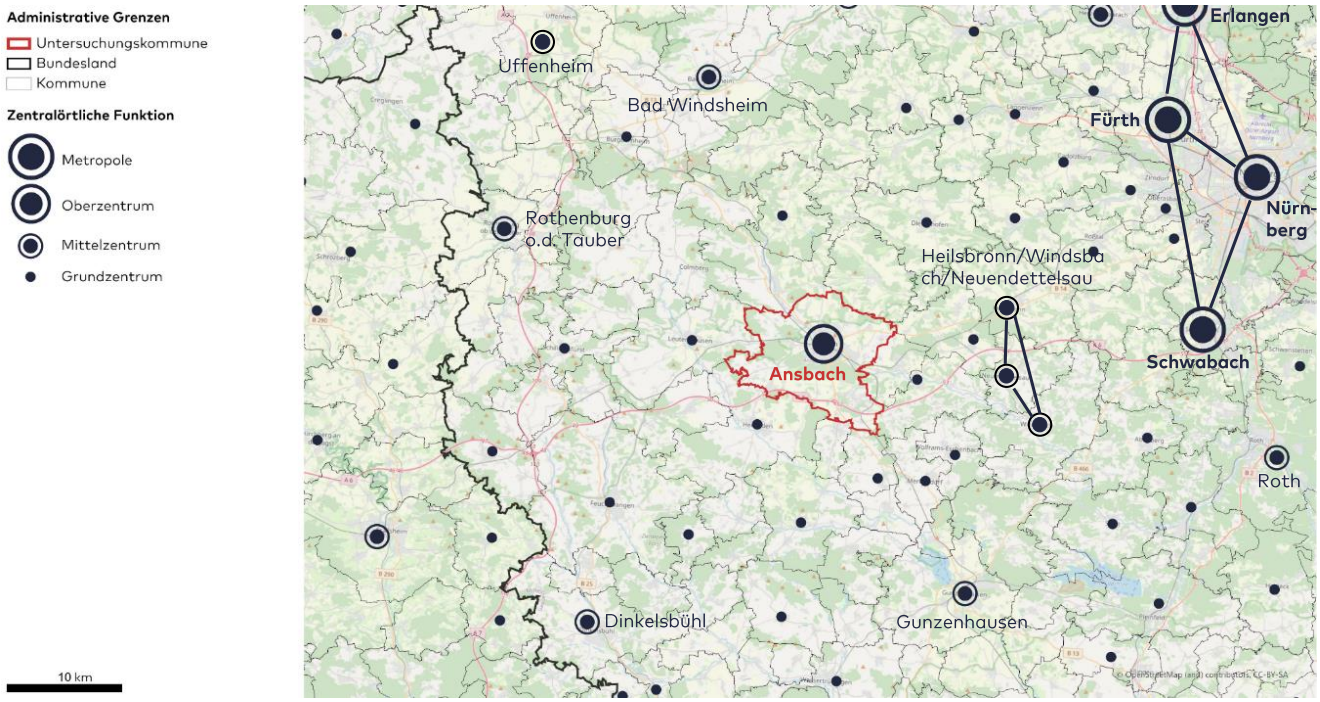


Abbildung 8: Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: Stadt Ansbach (Stand: 05/2022); ZÖF: BBSR 2008 (aktualisiert durch Stadt + Handel); Kartengrundlage: Bundes-amt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen bzw. das dargestellte Zentrengefüge zeigen insgesamt ein moderat ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld der Stadt Ansbach im regionalen Kontext, wobei einige Grund- und Mittelzentren über sortimentsspezifisch hohe Einzelhandelsausstattungen verfügen und somit in einzelnen Warengruppen Konkurrenzstandorte darstellen. Gleichwohl besteht durch die räumliche Nähe zu der Metropole eine Konkurrenzbeziehung, insbesondere im Hinblick auf die Stadt Nürnberg.

Siedlungsstruktur und Bevölkerung

Als Oberzentrum im zentralörtlichen Gefüge von Bayern zählt die Stadt Ansbach 42.842 Einwohner[15], wovon rd. 62,5 % der Kernstadt Ansbachs zuzuordnen sind. Bis zum Prognosejahr 2027 ist gemäß des Statistischen Landesamtes Bayern[16] ein leichter Bevölkerungszuwachs zu verzeichnen. Siedlungsstrukturell gliedert sich die Stadt Ansbach neben der Kernstadt in 53 weitere Stadt- oder Ortsteile, von welchen der Stadtteil Eyb mit 4.878 Einwohnern (rd. 11,4 % der Gesamtbevölkerung) den bevölkerungsreichsten Stadtteil darstellt. In den Stadtteilen Hennenbach leben rd. 8,5 % (3.641 Einwohner) bzw. Brodswinden rd. 5 % (2.146 Einwohner) der Ansbacher Gesamtbevölkerung, während in den übrigen Stadtteilen insgesamt rd. 12,6 % (5.420 Einwohner) der Gesamtbevölkerung leben.

Die Bevölkerung Ansbachs ist z. T. studentisch geprägt. Im Jahr 2021 waren rd. 3.500 Studierende an der Hochschule Ansbach eingeschrieben[17].

Verkehrliche Anbindung

Ansbach liegt im Westen des Freistaats Bayern und ist durch die Autobahn A6 mit der Metropolregion Schwabach, Nürnberg, Fürth, Erlangen verbunden. Des Weiteren ist Ansbach über die Bundestraßen B 13 und B 14 aus allen Richtungen und damit von den umliegenden Kommunen gut zu erreichen.

Hinsichtlich der Anbindung an den öffentlichen Personennah- und -fernverkehr stellt Ansbach einen wichtigen Knotenpunkt des Bahnverkehrs dar. Wesentliche Verbindungen sind dabei Treuchtlingen–Würzburg (- München), sowie Nürnberg–Stuttgart. Sowohl der Ansbacher Stadtbusverkehr als auch der Regionalbusverkehr des Landkreises Ansbach sind Teil des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg (VGN). Dem Fahrgast wird die Nutzung des örtlichen und regionalen ÖPNV vereinfacht.

Insgesamt verfügt Ansbach über eine gute Erreichbarkeit sowohl innerhalb des Stadtgebiets als auch in das Umland, wodurch sich starke räumliche und funktionale Verflechtungen ergeben.

4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Stadt Ansbach verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 306 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 7.136 Euro je Einwohner/-innen, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.922 Euro je Einwohner/-innen auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt (siehe Tabelle 2).

---

[15] Stadt Ansbach (Stand 05/2022).
[16] Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2040; Basisjahr 2020.
[17] CHE Hochschulranking 2022, online unter: https://ranking.zeit.de/che/de/ort/5

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	125,2	2.922
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	21,1	492
Blumen, zoologischer Bedarf	5,6	132
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	9,2	215
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**161,1**	**3.760**
Bekleidung	22,6	528
Schuhe/Lederwaren	6,2	144
Pflanzen/Gartenbedarf	6,4	149
Baumarktsortiment i. e. S.	22,4	523
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	4,8	112
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	6,5	151
Sportartikel/Fahrräder/Camping	9,3	218
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**78,2**	**1.825**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	7,3	170
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	3,1	71
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	3,0	69
Möbel	16,5	386
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	10,1	235
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	20,7	483
Uhren/Schmuck	3,1	72
Sonstiges	2,8	65
Langfristiger Bedarfsbereich	**66,5**	**1.552**
Gesamt	**305,7**	**7.136**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Briefmarken, Münzen; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer[18] beträgt in Ansbach rd. 99 und liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 100. In den meisten Nach-

[18] Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner/-innen einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

barkommunen Ansbachs fällt das Kaufkraftniveau ebenfalls leicht unterdurchschnittlich aus. In Herrieden befindet sich das Kaufkraftniveau deutlich oberhalb des Bundesdurchschnitts. Einige nordöstlich von Ansbach gelegene Kommunen (Flachslanden, Weihenzell und Sachsen) weisen ebenfalls ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf (Vgl. Abbildung 9).

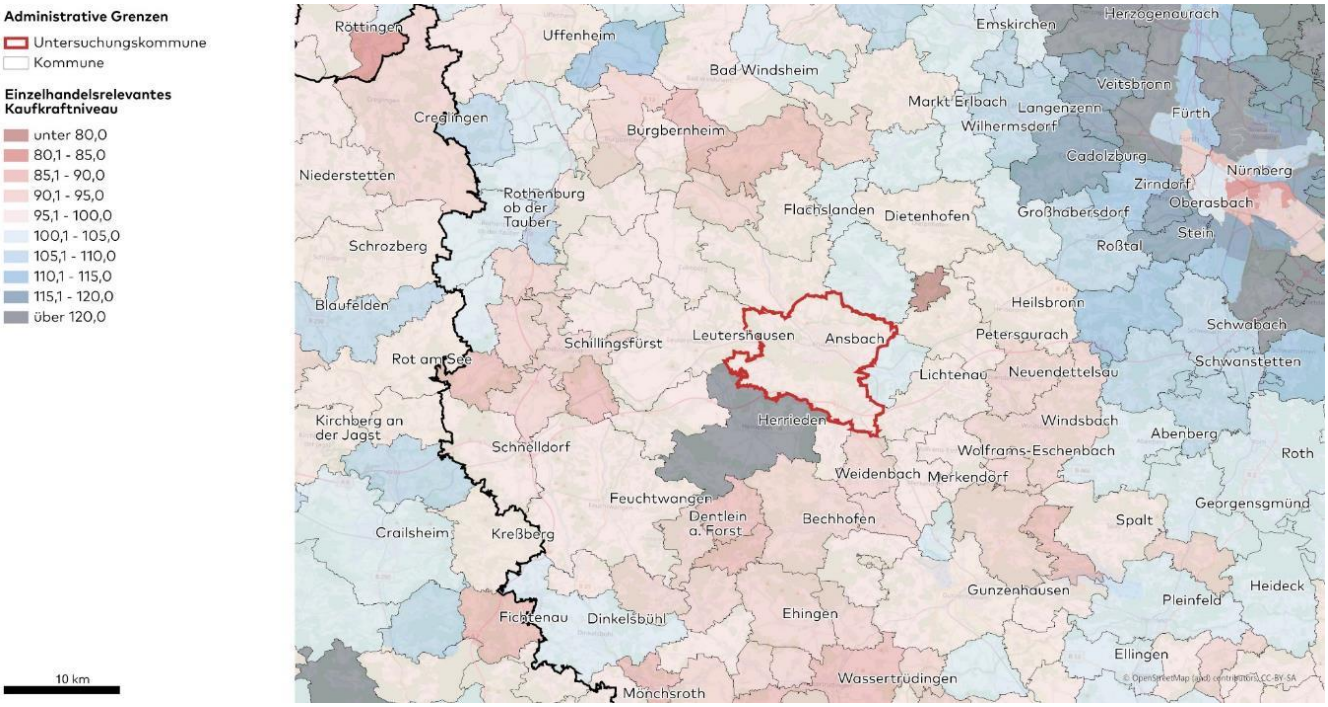


Abbildung 9: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Ansbach und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2022; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014; Kaufkraft auf Ebene der PLZ5-Gebiete.

Einzugsgebiet der Stadt Ansbach

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen sind, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundschaftsanteil der betrachteten Stadt stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb und Abflüsse von innerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet deshalb nicht an den dargestellten Grenzen. Aus den über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehenden Bereichen ist mit gewissen Streuumsätzen[19]zu rechnen.

Zur Ermittlung des Einzugsgebietes der Stadt Ansbach dienen u.a. die Ergebnisse der **Kundenherkunftserhebung**. Die Ergebnisse der teilnehmenden Einzelhandelsbetriebe wurden dabei nach Fristigkeit in die drei Kategorien kurzfristiger Bedarfsbereich, mittelfristiger Bedarfsbereich und langfristiger Bedarfsbereich eingeteilt, um differenzierte Ergebnisse je nach Art der angebotenen Waren treffen zu können.

Setzt man die Anzahl der erfassten Kunden ins Verhältnis mit der Einwohnerzahl der jeweiligen Herkunftsorte, so lassen sich anhand dieses Kundenherkunftskoeffizienten weitere Rückschlüsse hinsichtlich der anteiligen Kundenherkunft im Ansbacher Einzelhandel feststellen.

[19] diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug

Die Auswertung der Kundenherkunft für die Betriebe des kurzfristigen Bedarfsbereiches zeigt, dass der größte Anteil der Kundschaft direkt aus Ansbach stammt. Die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung zeigen darüber hinaus ein ringförmiges Einzugsgebiet um Ansbach herum auf, welches alle direkt an Ansbach anschließenden Kommunen, sowie insbesondere in südöstlicher Richtung auch einige weitere anschließende Kommunen umfasst. Einen erhöhten Kundenherkunftskoeffizienten im kurzfristigen Einzugsbereich weisen die Ansbacher Nachbarkommunen Lehrberg, Weihenzell, Sachsen bei Ansabch, sowie Lichtenau, Bruckberg, Weidenbach und Burgoberbach auf. Die Nachbarkommunen Leutershausen, Petersaurach und Bechhofen weisen hingegen einen deutlich geringeren Koeffizienten auf. Auf die übrigen Kommunen im Einzugsbereich für den kurzfristigen Bedarf entfallen jeweils geringere Anteile der Kundschaft.

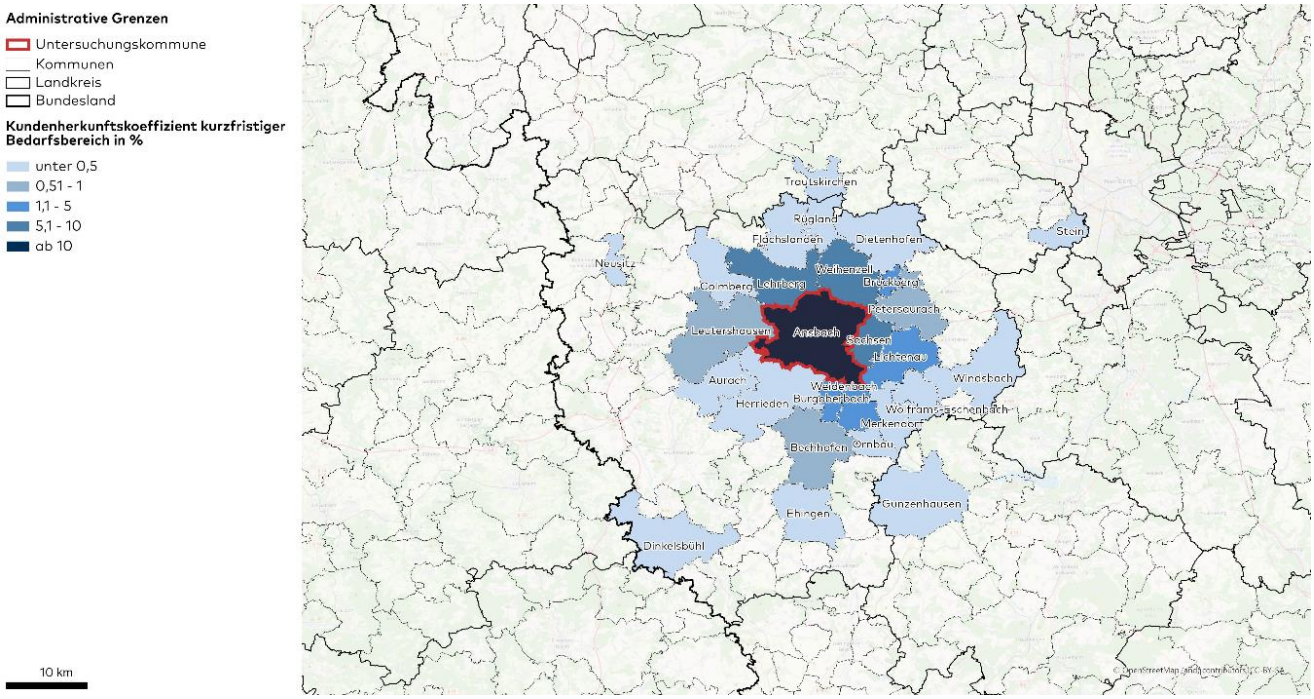


Abbildung 10: Kundenherkunft im kurzfristigen Bedarfsbereich

Quelle: Darstellung Stadt + Hande; Kundenherkunftserhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Für den mittelfristigen Bedarfsbereich ergab die Auswertung der Kundenherkunftserhebung das weitläufigste Einzugsgebiet. Der Einzugsbereich erstreckt sich neben der Stadt Ansbach nahezu über den gesamten Landkreis Ansbach, sowie Teile der an den Landkreis Ansbach angrenzenden Landkreise Neustadt an der Aisch-Bad Windsheim, Fürth, Roth und Weißenburg-Gunzenhausen ein. Auch ein Teil des Landkreises Nürnberg sowie Teile des baden-württembergischen Landkreises Schwäbisch Hall zählen zum Einzugsbereich. Auch für den mittelfristigen Bedarfsbereich stammt der höchste Anteil der Kundschaft aus der Stadt Ansbach. Hohe Kundenherkunftskoeffizienten weisen die direkt und indirekt an Ansbach angrenzenden Kommunen im zentralen, nördlichen und östlichen Teil des Landkreises Ansbach auf. Für die weiteren Kommunen des Landkreises Ansbach, sowie einige weitere Kommunen der angrenzenden Landkreise ist er Kundenherkunftskoeffizient jeweils geringer. Die niedrigsten Koeffizienten weisen die weiteren Kommunen außerhalb des Landkreises Ansbach auf.

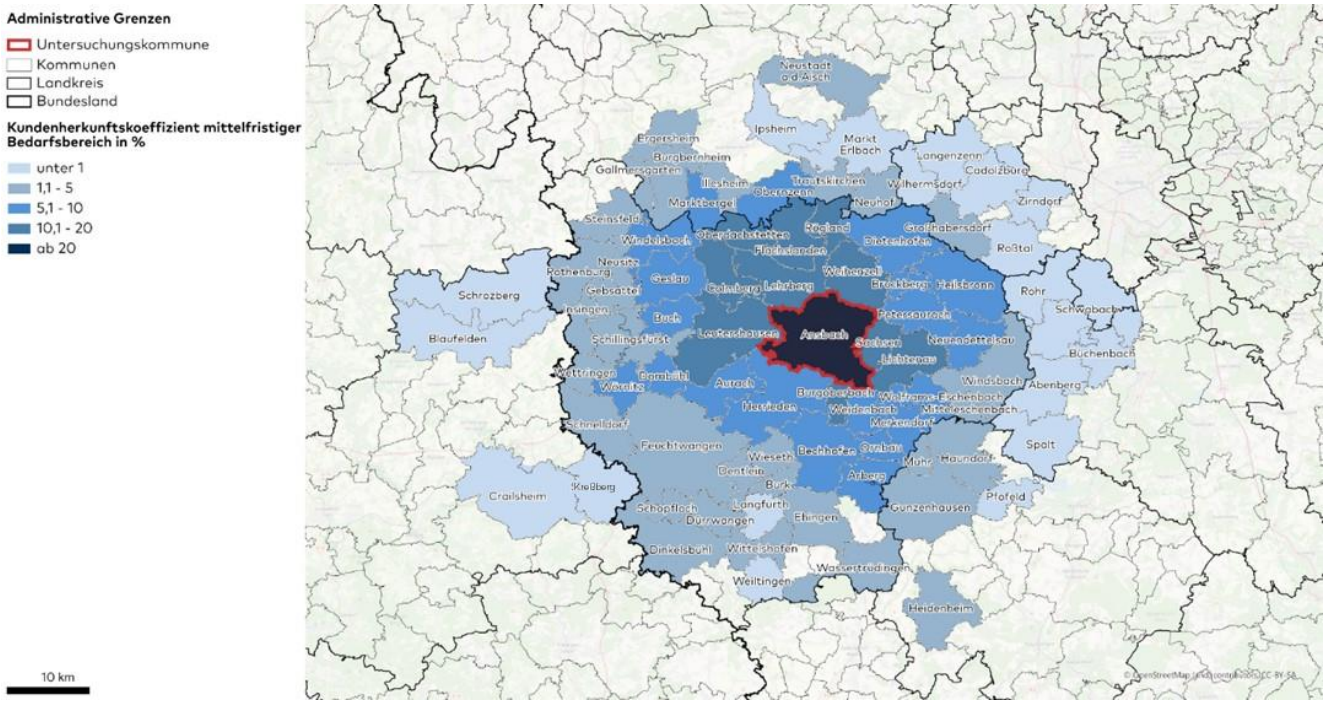


Abbildung 11: Kundenherkunft im mittelfristigen Bedarfsbereich

Quelle: Darstellung Stadt + Hande; Kundenherkunftserhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Für den langfristigen Bedarfsbereich ergab die Kundenherkunftserhebung ein ebenfalls weitläufiges Einzugsgebiet, welches sich im Vergleich zum mittelfristigen Bedarfsbereich jedoch etwas lückenhafter darstellt. Es ist zu vermuten, dass im langfristigen Bedarf (bspw. Möbel) größere Distanzen zu Gunsten eines breiteren Angebotes zurückgelegt werden und so eher die Metropolregion Nürnburg aufgesucht wird. Die höchsten Kundenherkunftkoeffizienten entfallen auf die Stadt Ansbach sowie die Gemeinde Rügland, ebenso kann für die Kommunen aus dem zentralen, sowie nordöstlichen Teil des Landkreises Ansbach ebenfalls ein erhöhter Koeffizient festgestellt werden. Der weitere Einzugsbereich mit jeweils geringeren Koeffizienzwerten deckt weite Teile des Landkreises Ansbach ab, wobei insbesondere im südlichen und westlichen Teil einige Kommunen nicht mehr zum Einzugsbereich zählen. Darüber hinaus zählen insbesondere in südöstlicher Richtung auch einige Kommunen außerhalb des Landkreises Ansbach zum Einzugsbereich im langfristigen Bedarfsbereich.

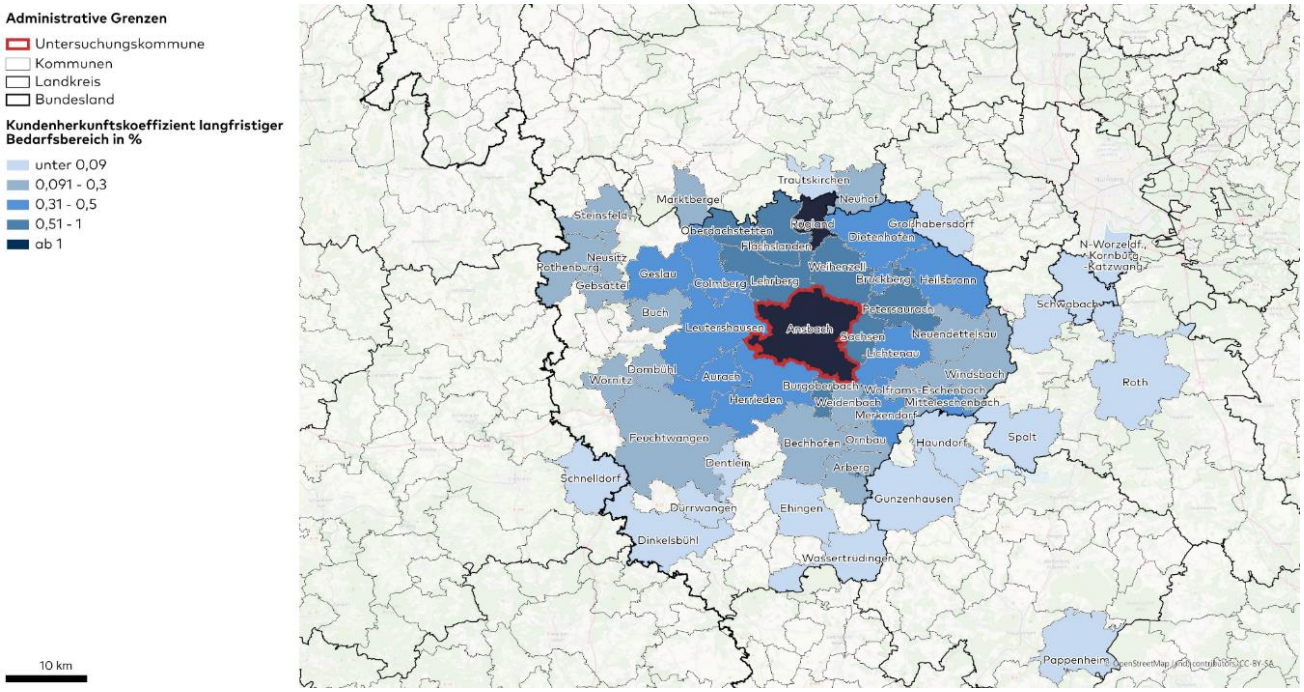


Abbildung 12: Kundenherkunft im langfristigen Bedarfsbereich

Quelle: Darstellung Stadt + Hande; Kundenherkunftserhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Auf dieser empirischen Grundlage wurde ein für alle Bedarfsstufen aggregiertes und zoniertes Einzugsgebiet für die Stadt Ansbach abgegrenzt. Neben den Ergebnissen der Kundenherkunftserhebung haben bei der **Abgrenzung des Einzugsgebiets** folgende Punkte Berücksichtigung gefunden:

- die Attraktivität und Anziehungskraft der Bestandsstrukturen in Ansbach (u. a. Branchen, Betreiber, Größen, Standorteigenschaften);
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. Entfernung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Umfeld;
- die sozioökonomischen Rahmenbedingungen von Ansbach im Vergleich zum engeren und weiteren Umfeld (insb. Bedeutung als Arbeitsort);
- die verkehrlichen, topografischen und naturräumlichen Gegebenheiten im engeren und weiteren Umfeld;
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung;
- die administrative Gliederung im engeren und näheren Umfeld;
- die Versorgungsfunktion Ansbach;
- die traditionelle Einkaufsorientierung der Bevölkerung.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Aspekte kann für die Stadt Ansbach das in Abbildung 13 dargestellte zonierte Einzugsgebiet abgegrenzt werden.

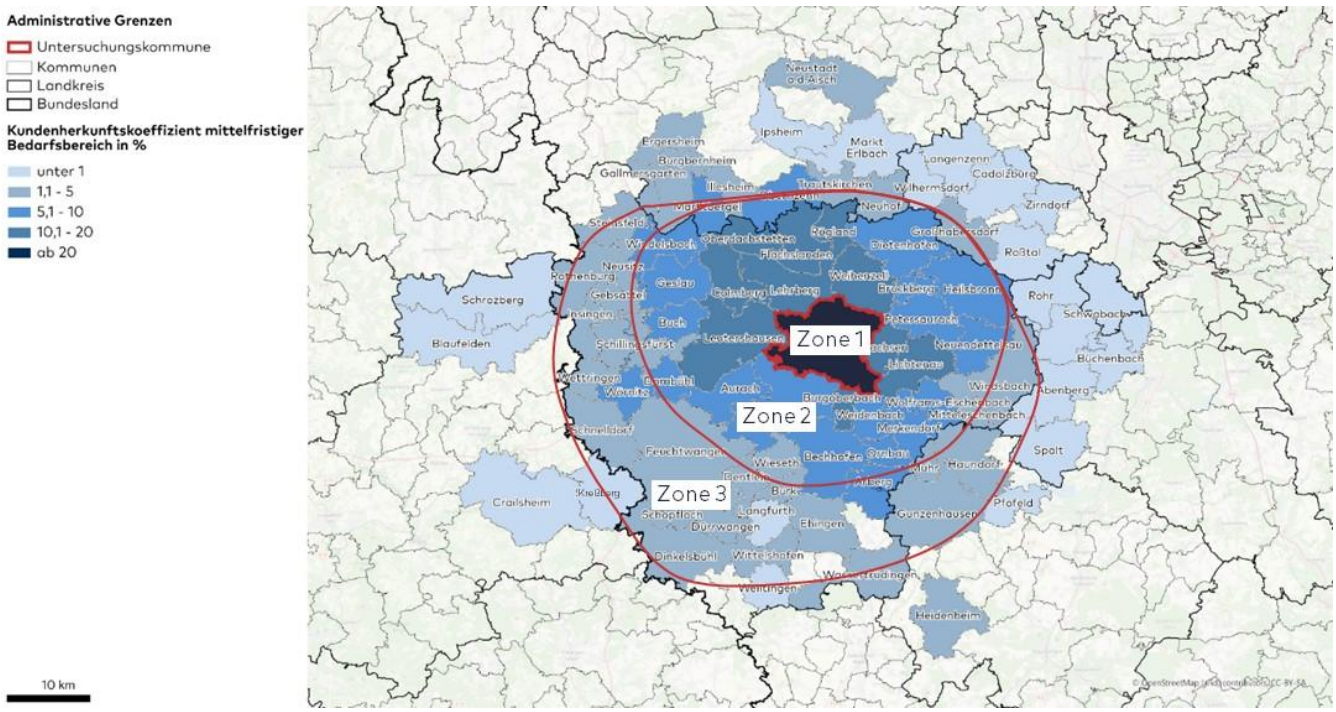


Abbildung 13: Einzugsgebiet der Stadt Ansbach

Quelle: Darstellung Stadt + Hande; Kundenherkunftserhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Es ist davon auszugehen, dass ein Großteil des Einzelhandelsumsatzes in Ansbach überwiegend aus dem aufgezeigten Einzugsgebiet generiert wird. Dabei ist eine Differenzierung des Einzugsgebietes in mehrere Zonen zielführend.

Zone I umfasst das Stadtgebiet von Ansbach, das über ein Kundenpotenzial von 42.842 Personen verfügt. Dieses wird als das Kerneinzugsgebiet definiert, aus welchem der überwiegende Kundschaftsanteil des Ansbacher Einzelhandels stammt.

Aufgrund der räumlichen Nähe, der Angebotssituation, der verkehrlichen Erreichbarkeit über die Bundesautobahn A 6, sowie die Bundesstraßen B 13 und B 14 und den Ergebnissen der Kundenherkunftserfassung umfasst **Zone II** die Kommunen Weihenzell, Dietenhofen, Heilsbronn, Bruckberg, Petersaurach, Sachsen bei Ansbach, Lichtenau, Neuendettelsau, Wolframs-Eschenbach, Mitteleschenbach, Weidenbach, Merkendorf, Ornbau, Bechhofen, Weidenbach, Burgoberbach, Wieseth, Herrieden, Aurach, Dombühl, Leutershausen, Buch, Colmberg, Geslau, Oberdachstetten, Flachslanden, Rügland sowie Teile weiterer angrenzender Kommunen. Damit erstreckt sich die Zone II des Einzugsgebiets nahezu kreisförmig um Ansbach. Das Kundenpotenzial der Zone II des Ansbacher Einzugsgebietes beläuft sich auf rd. 100.500 Personen. Dabei ist davon auszugehen, dass die direkt angrenzenden Gemeinden über eine höhere Einkaufsorientierung in Richtung Ansbach verfügen als die weiter entfernten Gemeinden.

Zone III umfasst schließlich in großen Teilen den Landkreis Ansbach, sowie Teilbereiche des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen und umfasst ein Kundenpotenzial von rd. 99.000 Personen. Das stärker auf die südwestlich von Ansbach gelegenen Bereiche ausgerichtete Einzugsgebiet ist auf die leistungsfähigen Wettbewerbsstrukturen der Metropole Nürnberg-Erlangen-Schwabach-Fürth im Nordosten zurückzuführen. Aufgrund von Raum-Zeit-Distanzen sowie den zum Teil ausgeprägten Wettbewerbsstrukturen der Mittel- und Oberzentren, sind von

Bereichen außerhalb des Einzugsgebiets nur wenige Einkaufsfahrten nach Ansbach zu erwarten.

4.4 GESAMTSTÄDTISCHE ANGEBOTSANALYSE

Im Stadtgebiet von Ansbach wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung (07/2022) insgesamt 306 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 143.600 m² verfügen. Um eine Bewertung der Einzelhandelsausstattung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Bevölkerungszahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Ansbach mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 3,35 m² je Einwohner/-in deutlich über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m² VKF/Einwohner/-in [20]) liegt. Durch die oberzentrale Versorgungsfunktion Ansbachs ist diese Verkaufsflächenausstattung als für ein Oberzentrum angemessen zu bewerten.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Ansbach

Strukturdaten	
Einwohner (Hauptwohnsitz)	42.842
Anzahl der Betriebe	306
Gesamtverkaufsfläche in m²	143.600
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	3,35

Quelle: Darstellung Stadt + Hande; Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach, Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie der zentrenergänzenden Funktionen im Ansbacher Stadtgebiet wird auf Abbildung 14 deutlich.

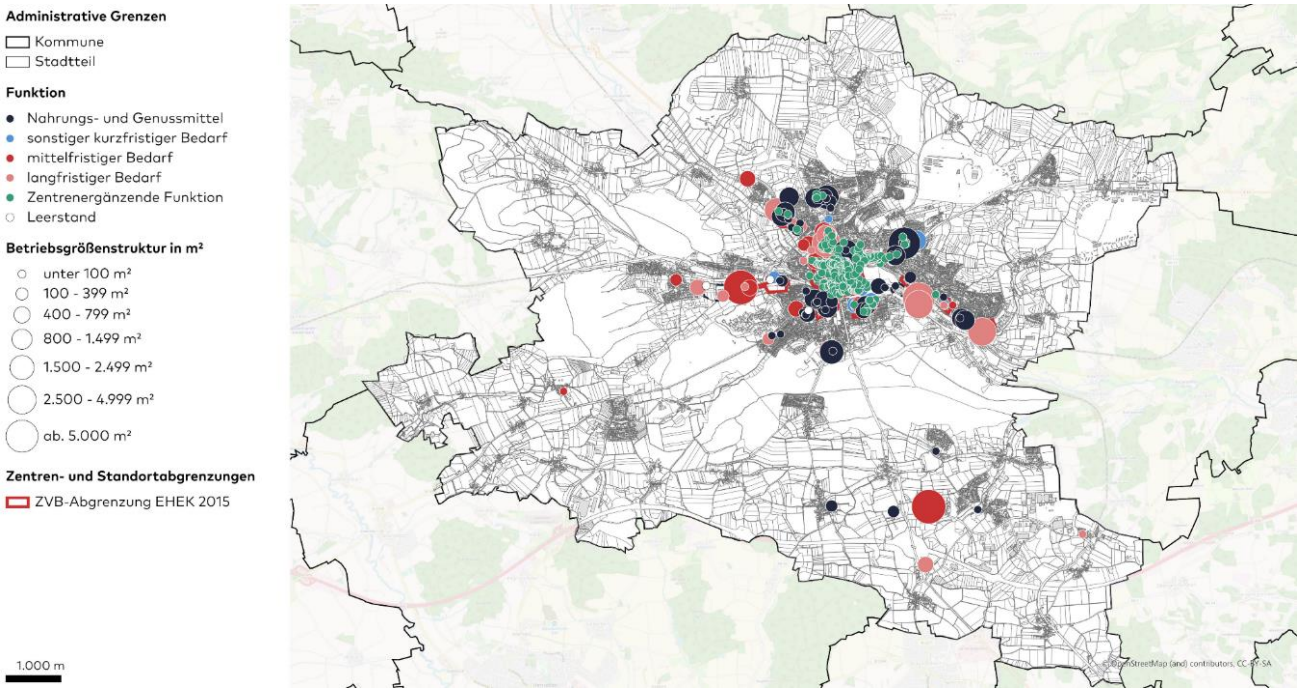


Abbildung 14: Einzelhandelsbestand in Ansbach

Quelle: Darstellung Stadt + Hande; Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach, Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

[20] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Bei einer Differenzierung der Verkaufsflächen nach Lagen wird deutlich, dass in Ansbach rd. 60 % der Verkaufsflächen in städtebaulich integrierten Lagen (rd. 31 % in ZVB, rd. 29 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen) verortet sind. Dementsprechend befindet sich ein recht hoher Anteil von rd. 40 % der Verkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen.

Das Ansbacher Innenstadtzentrum weist auf Grundlage der ZVB-Abgrenzung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts 2015 insgesamt einen Anteil von rd. 31 % der Gesamtverkaufsfläche Ansbach auf. Damit stellt das Innenstadtzentrum den wichtigsten Einzelhandelsstandort in Ansbach dar. Deutlich hervor sticht dabei das innerstädtische Leitsortiment Bekleidung, das rd. 38 % der Gesamtverkaufsfläche im Innenstadtzentrum ausmacht. Darüber hinaus nehmen gemessen an der Verkaufsfläche die Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Schuhe und Lederwaren sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik eine bedeutende, wenn auch deutlich nachgeordnete Rolle im Innenstadtzentrum ein.

An den Nahversorgungsbereichen sind 82 Betriebe mit rd. 37.440 m² Verkaufsfläche verortet. Mit rd. 19.600 m² Verkaufsfläche macht das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel über die Hälfte und somit den mit Abstand höchsten Anteil der Gesamtverkaufsfläche aus (rd. 52 % der GVKF der Nahversorgungsbereiche). Deutlich nachgelagert mit rd. 11 % entfällt auf die Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken ebenfalls ein hoher Teil der Verkaufsfläche.

An den sonstigen städtebaulich integrierten Standorten befinden sich 29 Betriebe mit rd. 4.500 m² Verkaufsfläche. Angeboten werden an diesen Standorten insb. die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel (rd. 27 %) sowie Sportartikel/Fahrräder/Camping (rd. 27 %).

14 Betriebe mit rd. 40 % der Gesamtverkaufsfläche (rd. 57.200 m²) sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Hier vorzufinden sind insb. Einzelhandelsbetriebe mit intensivem Flächenbedarf wie Möbelmärkte und Baumärkte.

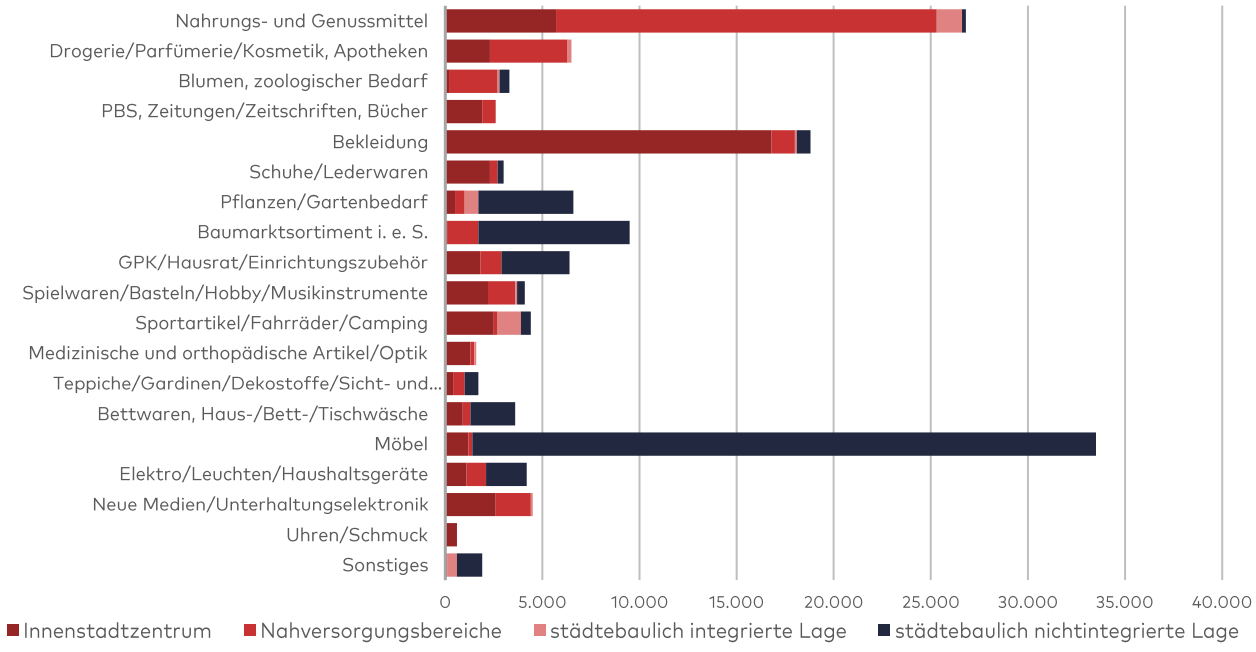


Abbildung 15: Einzelhandelsbestand in Ansbach nach Warengruppen und Lagebereichen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; ZVB-Abgrenzung: EHK Ansbach 2015; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Umsatz und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze[21] im Einzelhandel von Ansbach basiert sowohl auf allgemeinen als auch auf für die Stadt Ansbach spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung dienen Stadt + Handel vorliegende **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter**. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentsspezifischen Umsätze werden abschließend mit **nachfrageseitigen Rahmenbedingungen** (siehe dazu Kapitel 4.3) plausibilisiert. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft.
- Im Rahmen eines Desk-Researchs werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in Ansbach und dem Nahbereich beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 479,6 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 305,7 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität[22] von rd. 157 %. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion Ansbachs als Oberzentrum sowie der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels als angemessen zu bewerten. Dennoch lässt sich in einigen Warengruppen durchaus ein gewisser Handlungsbedarf zur Optimierung der Angebotsstrukturen in Ansbach identifizieren (siehe Kapitel 5.1.3). Wie Tabelle 4 und Abbildung 16 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Ansbach je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

[21] Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

[22] Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) ermittelt sich anhand der Relation aus dem Einzelhandelsumsatz einer Kommune oder sonstigen Gebietseinheit zur vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Umsatz-Kaufkraft-Relation). Bei einem Wert von über 100 % sind im Saldo Kaufkraftzuflüsse, bei einem Wert unter 100 % dagegen im Saldo Kaufkraftabflüsse anzunehmen.

Tabelle 4: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Ansbach

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität in %
Nahrungs- und Genussmittel	26.700	160,2	125,2	128
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	6.500	39,2	21,1	186
Blumen, zoologischer Bedarf	3.200	7,3	5,6	129
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	2.600	12,2	9,2	132
Kurzfristiger Bedarfsbereich	39.000	218,8	161,1	136
Bekleidung	18.800	38,7	22,6	171
Schuhe/Lederwaren	3.000	11,0	6,2	178
Pflanzen/Gartenbedarf	6.600	9,2	6,4	145
Baumarktsortiment i. e. S.	9.500	35,6	22,4	159
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	6.400	15,0	4,8	313
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	4.100	11,8	6,5	182
Sportartikel/Fahrräder/Camping	4.400	13,6	9,3	145
Mittelfristiger Bedarfsbereich	52.800	134,9	78,2	173
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	1.600	15,6	7,3	215
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1.700	3,0	3,1	97
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	3.600	6,6	3,0	221
Möbel	33.500	37,7	16,5	228
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	4.300	18,4	10,1	182
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	4.500	32,5	20,7	157
Uhren/Schmuck	600	7,4	3,1	239
Sonstiges	2.000	4,8	2,8	172
Langfristiger Bedarfsbereich	51.800	125,9	66,5	189
Gesamt	143.600	479,6	305,7	157

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2018; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Im **kurzfristigen Bedarfsbereichs** sind mit einer Zentralität von 136 % Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland festzustellen, die sich jedoch je nach Warengruppe ausdifferenzieren. Die Kaufkraftzuflüsse in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bei einer Zentralität von rd. 128 % resultieren insbesondere aus der funktionsstarken Ausstattung an Verbrauchermärkten, Lebensmittelsupermärkten und Lebensmitteldiscountern im Stadtgebiet. Vergleichbare Zentralitäten werden in

den Sortimentsbereichen Blumen, zoologischer Bedarf und PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher erzielt. Für den Sortimentsbereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik und Apotheken sind mit einer Zentralität von rd. 186 % deutliche Kaufkraftzuflüsse zu beobachten, die sich aus der hohen sortimentsspezifischen Verkaufsflächenausstattung ergeben. Diese liegt mit rd. 0,15 m² je Einwohner/-in über dem bundesweiten Durchschnitt[23] und leitet sich u. a. aus den zahlreichen Drogeriefachmärkten ab, die im Ansbacher Stadtgebiet angesiedelt sind.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden in der Stadt Ansbach deutlich höhere Zentralitäten erreicht (rd. 173 %). So werden die höchsten Kaufkraftzuflüsse in der Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (rd. 313 %), sowie deutlich untergeordnet in den Sortimenten Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (rd. 182 %) und in den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten Schuhe/Lederwaren (rd. 178 %) und Bekleidung (rd. 171 %) erzielt. Der hohe Zentralitätswert für das Sortiment GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör ergibt sich im Wesentlichen durch die Randsortimente des Möbelmarktes Pilipp, sowie durch zahlreiche Fachgeschäfte, die meist in der Ansbacher Innenstadt verortet sind.

Mit Blick auf die Warengruppen des **langfristigen Bedarfsbereichs** zeigt sich ein differenziertes Bild hinsichtlich der sortimentsspezifischen Kaufkraftbindungen, die sich jedoch überwiegend auf einem hohen Niveau befinden. Insgesamt werden mit einer Zentralität von rd. 189 % deutliche Kaufkraftzuflüsse in der Warengruppe ersichtlich.

Die höchsten Zentralitäten werden in den Warengruppen Uhren/Schmuck (rd. 239 %), Möbel (rd. 228 %) und Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche (rd. 221 %) erreicht. Die Kaufkraftzuflüsse im Sortimentsbereich Uhren/Schmuck lassen sich auf die zahlreichen Fachgeschäfte in der Ansbacher Innenstadt zurückführen. Für das Sortiment Möbel ergeben sich die Kaufkraftzuflüsse im Wesentlichen durch die Möbelmärkte Pilipp und Möbel Boss, deutlich untergeordnet aber auch durch die Betriebe JYSK und Raumausstattung Toman in der Ansbacher Innenstadt, sowie als Randsortiment des Baumarktes OBI. Die Zentralität im Bereich Haus-/Bett-/Tischwäsche ergibt sich durch die Randsortimente der Möbelmärkte, sowie durch weitere filialisierte Anbieter wie DEPOT, TEDi und Action, aber auch durch Fachgeschäfte in der Ansbacher Innenstadt.

Weitere, etwas weniger stark ausgeprägt Kaufkraftzuflüsse, lassen sich bezüglich der Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel/Optik (rd. 215 %) und Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte (rd. 182 %) feststellen.

Geringe Kaufkraftabflüsse sind aufgrund vergleichsweise geringer ausgeprägter Bestandsstrukturen in der Warengruppe Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz zu verzeichnen.

Mit einem abschließenden Blick auf die betrachteten sortimentsspezifischen Zentralitäten bleibt festzuhalten, dass die Stadt Ansbach insgesamt den zugewiesenen oberzentralen Versorgungsauftrag über die Stadtgrenzen hinaus erfüllt.

[23] Bundesdeutscher Durchschnitt: 0,08 m² VKF/EW, Quelle: eigenere Berechnung auf Basis EHI 2020.

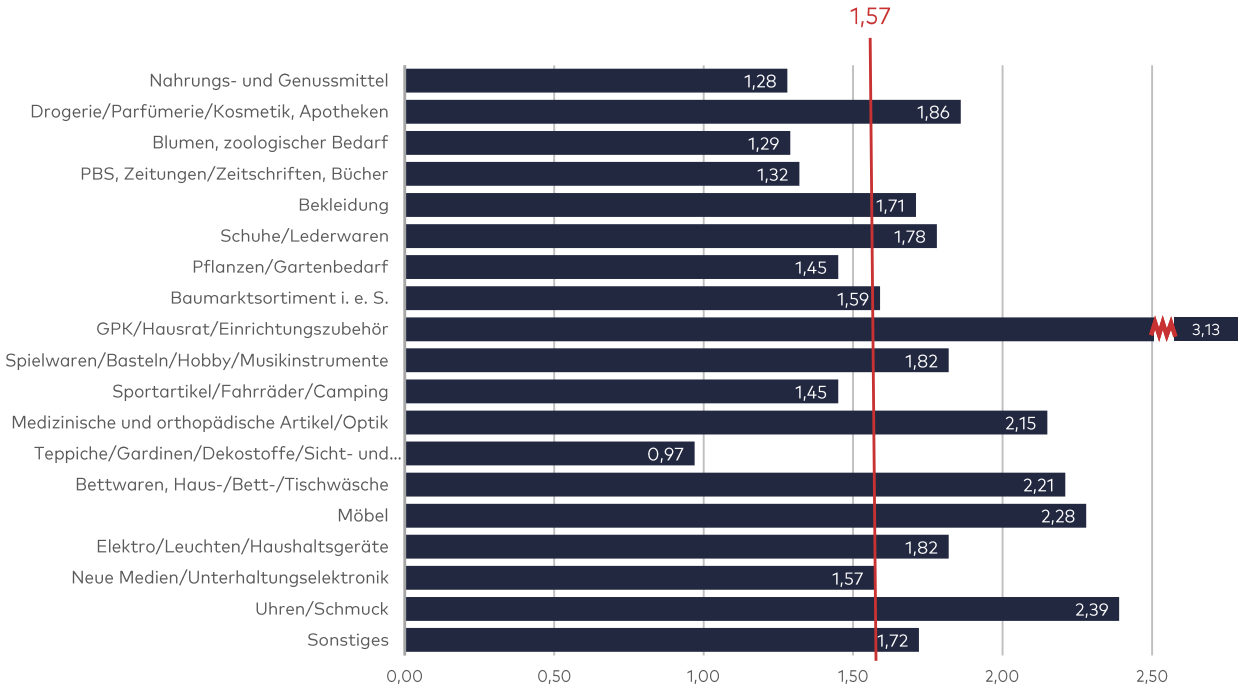


Abbildung 16: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Ansbach

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

Bewertung der Entwicklung seit 2015

Im Rahmen der Konzeptfortschreibung wird auch die Entwicklung des Einzelhandels seit der Konzepterstellung im Jahr 2015 (vgl. Planwerk) betrachtet. Dazu werden die relevanten Strukturdaten der aktuellen Analyse aus dem Jahr 2022 mit den Daten des Einzelhandelsentwicklungskonzepts aus dem Jahr 2015 verglichen (s. Tabelle 5).

- Die Einwohnendenzahl der Stadt Ansbach ist in den letzten Jahren (rd. + 7,5 %) leicht gestiegen. Auch zukünftig wird eine leichte Steigerung der Einwohnendenzahl prognostiziert.
- Im Vergleich zu der vorangegangenen Bestandserhebung ist die Anzahl der Betriebe um 54 (rd. -15 %) zurückgegangen. Gleichzeitig wurden rd. 1.900 m² (rd. -1,3 %) Verkaufsfläche weniger erfasst. Der Rückgang der Betriebszahl entspricht einem bundesweit feststellbaren Trend und zeigt auf, dass auch – insbesondere die Innenstädte von - Oberzentren von den Auswirkungen der Strukturwandels, des Online-Handels und der Corona-Pandemie betroffen sind. In Ansbach ist in den vergangenen Jahren insbesondere ein Rückgang an Fachgeschäften im Bereich des Lebensmittelhandwerks sowie in den Sortimenten Blumen/zoologischer Bedarf, Zeitungen, Bekleidung, Glas, Porzellan und Keramik sowie Elektronik festzustellen.
- Im Vergleich zu den Betriebsrückgängen ist die Verkaufsfläche im Stadtgebiet deutlich weniger stark gesunken. Dies liegt vor allem an einem, dem bundesweiten Trend entsprechenden Zuwachs der Verkaufsflächen der Lebensmittelmärkte, welche den Verkaufsflächenrückgang abgemildert haben.
- Bezüglich der Gesamtverkaufsflächenausstattung je Einwohner/-in ist aufgrund des Verkaufsflächenrückgangs und der steigenden Einwohnerzahlen ein Absinken von 3,64 m² je Einwohner/-in auf einen Wert von 3,35 m² festzustellen.

- Seit 2015 hat sich die absolute einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Ansbach sowohl für die Gesamtstadt als auch die Kaufkraft je Einwohner deutlich erhöht. Ein Kaufkraftanstieg ist ebenso bundesweit zu beobachten. Seit 2015 erfolgte darüber hinaus ein leichtes Absinken des Kaufkraftniveaus.

Tabelle 5: Bewertung der Entwicklung seit 2015 - Relevante Kennwerte im Vergleich

Strukturdaten	2015	2022	Entwicklung	
Einwohner (Hauptwohnsitz)	39.839 (31.12.2013)	42.842	+7,5 %	↑
Anzahl der Betriebe	360	306	-15 %	↓
Gesamtverkaufsfläche in m²	145.500	143.600	-1,3 %	↓
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	3,64	3,35	-8 %	↓
Kaufkraft in Mio. Euro	226,6	303,6	+34 %	↑
Kaufkraft je Einwohner	5.687	7.136	+1.449	↑

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022, Einwohner Stadt Ansbach (Stand: 05/2022), IFH Retail Consultants GmbH 2022; EEK Ansbach 2015; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet.

4.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

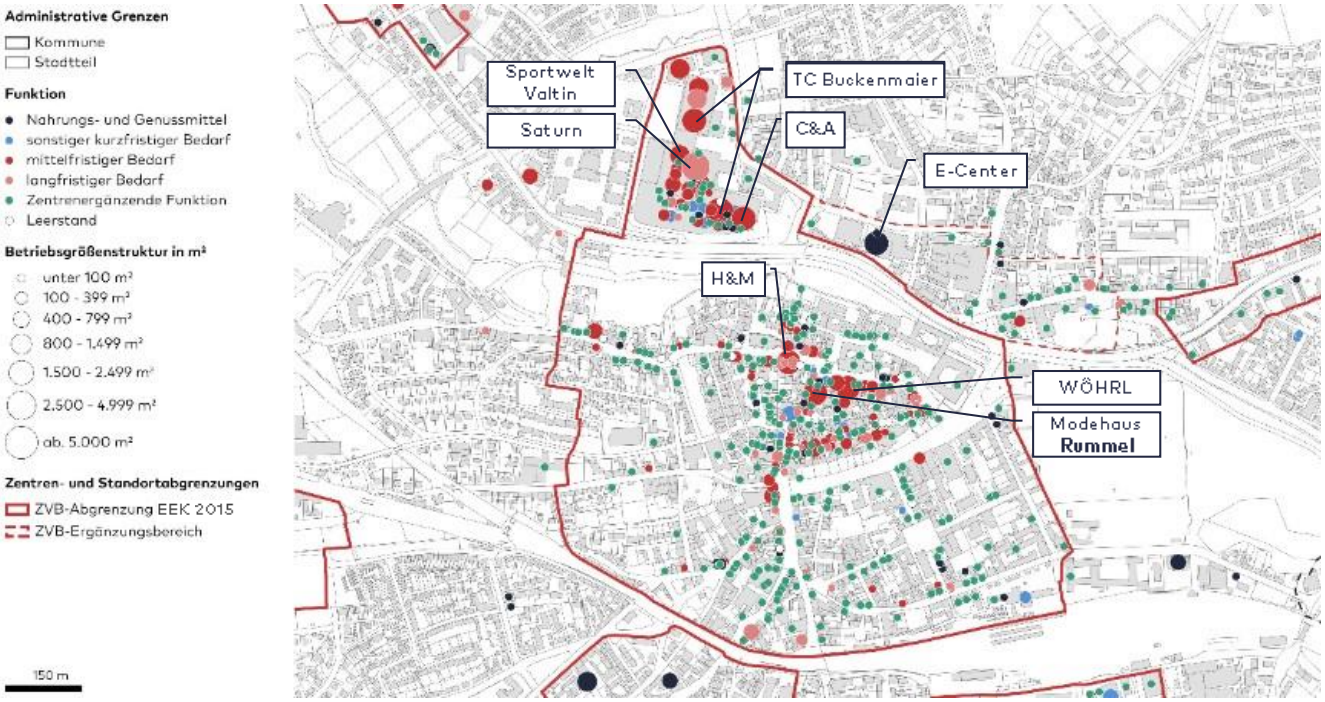
Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse und unter Berücksichtigung des EEK Ansbach 2015 kann in Ansbach mit der Innenstadt ein strukturprägender Bereich identifiziert werden. Im Folgenden wird der ZVB Innenstadt Ansbach hinsichtlich seiner städtebaulich-funktionalen Aspekte ausführlich analysiert.

Anschließend an die städtebauliche Analyse werden die Ergebnisse der Haushalts-, Passanten- und Händlerbefragung vorgestellt, bevor für Ansbach durchgeführte Analysen der Innenstadt thematisiert werden.

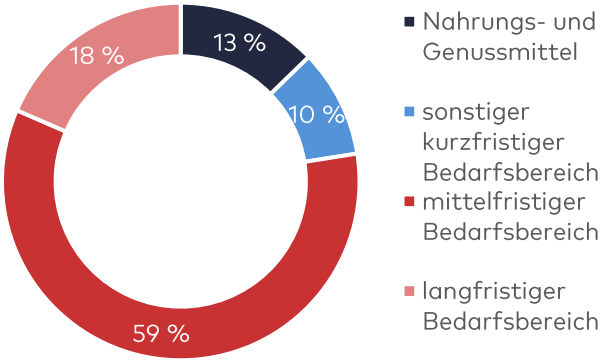
ZVB INNENSTADT ANSBACH

Räumliche Analyse

Versorgungsgebiet	oberzentrales Einzugsgebiet



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	42.842

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	185	60,5 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	44.400	30,9 %
Anzahl der Leerstände**	35	15,9 %
Zentrenergänzende Funktionen	281	-

Magnetbetriebe

H&M, Saturn, C&A, TC Buckenmaier, Sportwelt Valtin, E-Center, WÖHRL, Modehaus Rummel

Exemplarische städtebauliche Situation

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Einwohner: Stadt Ansbach (Stand: 05/2022); ZVB-Abgrenzung: EEK Ansbach 2015; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.; Fotos: Stadt + Handel.

ZVB INNENSTADT ANSBACH

Räumliche Integration

Zentrale Lage in der Ansbacher Kernstadt; in weiten Teilen direkte Anbindung an Wohnbebauung; Hofgarten Ansbach im Osten; weitläufiger ZVB mit differenzierten Einzelhandelsausprägungen durch die Nähe von Altstadt und Brücken-Center zueinander; Einzelhandelsbedeutung in den Randbereichen der Altstadt zunehmend schwächer durch auslaufende Angebotsstrukturen und zunehmende Bedeutung der Wohnfunktion; Altstadtkern städtebaulich in umgebende Strukturen eingebettet, Brücken-Center im Nordwesten des ZVB lediglich über Brücken fußläufig mit den südlichen Bereichen zu erreichen, dadurch städtebaulich-funktionaler Zusammenhang etwas eingeschränkt.

Verkehrliche Erreichbarkeit

Äußere Anbindung über die Residenzstraße (B 14), die Schalkhäuser Straße, die B 13 sowie die Maximilianstraße: insb. Maximilianstraße/Promenade als befahrbare Einkaufslagen mit straßenseitigem Parken; weitere Parkflächen an der Reitbahn sowie an der Rezat; fußläufige Erreichbarkeit des Ansbacher Bahnhofs als Teil des ZVB im Süden; ÖPNV-Anbindung über mehrere Bushaltestellen im Zentrum; Schlossplatz als zentraler Umstiegspunkt des Stadtbusverkehrs in unmittelbarer Nähe; straßenbegleitende Fußwege; sehr gute Beschilderungen für Fußgänger sowie Abstellmöglichkeiten für Radfahrer.

Versorgungsfunktion

Bedeutende oberzentrale Versorgungsfunktion im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich für das gesamte Stadtgebiet und das Einzugsgebiet, Nahversorgungsfunktion durch das E-Center sowie die geplante Nachnutzung des ehemaligen real im Brücken-Center; kein discountorientiertes Angebot im ZVB sowie kein strukturprägender Lebensmittelmarkt im Bereich der Altstadt; mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks über den ZVB verteilt vorhanden; angemessene VKF-Ausstattung in Bezug auf die Gesamtstadt (30,9 % der GVKF); hohes funktionales Gewicht im Hinblick auf die Anzahl der Betriebe (60,5 % Betriebe); hohes städtebauliches Gewicht durch städtebauliche Einbindung und Nutzungsmix aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Wohnen

Einzelhandelsbesatz

H&M, Modehaus Wöhrl und Modehaus Rummel als wichtige Magnetbetriebe im Bereich der Altstadt; TC Buckenmaier, Saturn, C&A und Sportwelt Valtin Magnetbetriebe des Brücken-Centers; E-Center im ZVB-Ergänzungsbereich als aktuell einziger strukturprägender Lebensmittelmarkt im ZVB (perspektivisch auch REWE im Brücken-Center); höchste Einzelhandelsdichte und größte Frequenzen im Brücken-Center sowie im Bereich Martin-Luther-Platz, Johann-Sebastian-Bach-Platz, Uzstraße; zunehmende Anzahl an Leerständen und abnehmende Einzelhandelsdichte in den Randlagen der Altstadt; wenig filialisierter Einzelhandel im Bereich der Altstadt, viele inhabergeführte Fachgeschäfte mit breitem Warenangebot in unterschiedlichen Sortimentsbereichen: hoher Filialisierungsgrad im Brücken-Center; Marktstraße mit höchster Frequenz durch Filialisten; zahlreiche Gastronomieangebote in zentralen Lagen; Kundenläufe in Randbereiche durch lückenhaften Besatz eingeschränkt.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

Einzelhandelsbetriebe in der Altstadt größtenteils kleinteilig und häufig inhabergeführt; nur wenige strukturprägende Angebote auch durch eingeschränkte Flächenverfügbarkeit durch die historischen Strukturen; Im Brücken-Center viel großformatiger Einzelhandel und viele filialisierte Angebote; Ankerbetriebe gesammelt im Brücken-Center sowie im Zentrum der Altstadt; vorhandene Angebote insbesondere im mittelfristigen, aber auch langfristigen Bedarfsbereich; Lebensmittelangebote durch das Lebensmittelhandwerk sowie das E-Center im ZVB-Ergänzungsbereich (perspektivisch REWE Brücken-Center); sonstiger kurzfristiger Bedarf durch mehrere Apotheken, Floristen sowie Müller im Brücken-Center.

Zentrenergänzende Funktionen

Breiter Angebotsmix im gesamten Zentrum; gute Ausstattung mit zentrenergänzenden Funktionen als wichtige Frequenzbringer für das Zentrum abseits des Einzelhandels; gute räumliche Verteilung der zentrenergänzenden Funktionen insbesondere im Altstadtkern, aber auch in den Randbereichen der Innenstadt; Gastronomieangebote häufig gesammelt an zentralen Straßen und Platzlagen (z. B. Martin-Luther-Platz, Platenstraße, Pfarrstraße).

Städtebauliche Struktur

Weitläufiges Zentrum mit unterschiedlich starker Einzelhandelsausprägung; z.T. weite Laufwege und etwas eingeschränkter städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zwischen Altstadt und Brücken-Center; innerer Bereich der Altstadt verkehrsberuhigt bzw. Fußgängerzone; Trennwirkung durch Verkehrsbelastung Residenzstraße; Wegeführung durch schmale Gassen teils unklar; insbesondere in Randbereichen des ZVB breite Wege und klare Achsen mit hoher Sichtbarkeit; überwiegend kleinteilige Bebauung in der Altstadt; funktional orientierter Zentrencharakter im Bereich Brücken-Center und E-Center; viele zentrale Platzsituationen und Aufenthaltsflächen, z.B. Promenade, Martin-Luther-Platz, Johann-Sebastian-Bach-Platz.

Städtebauliches Erscheinungsbild

Im Altstadtbereich überwiegend einheitliches Stadtbild mit größtenteils historischen Gebäudestrukturen; einige Fassaden weisen z. T. deutlichen Modernisierungsbedarf auf, viele Lagebereiche haben aber ein sehr gutes Erscheinungsbild (insbesondere im Altstadtkern); Bereich Brücken-Center und ZVB-Ergänzungsbereich als eigene städtebauliche Lagen mit überwiegend funk-

tionalem Charakter; Pflasterung in Teilen nicht barrierefrei, wird aktuell in vielen Altstadtbereichen ausgetauscht mit Leitsystem für Menschen mit Sehschwäche versehen; hohe Aufenthaltsqualität in vielen Bereichen durch hochwertiges Mobiliar und viel Grün; Verbesserungsmöglichkeiten durch Platzierung des Mobiliars.

Markante Entwicklungen seit 2015

Neueröffnung des E-Centers im ZVB-Ergänzungsbereich; Betriebsaufgabe des real im Brücken-Center (Nachnutzung durch Rewe angedacht).

Zukunftsfähigkeit (Fazit)

Zentraler Einkaufsort der Stadt Ansbach mit hoher Aufenthaltsqualität und moderner Gestaltung in Kombination mit historischem Altstadtcharakter; hoher Fokus auf Barrierefreiheit bei stattfindenden Umbaumaßnahmen; Gute verkehrliche Erreichbarkeit für alle Verkehrsteilnehmenden und hohe Versorgungsfunktion durch Angebote in allen Bedarfsstufen; verkehrsberuhigte Innenstadt sorgt für angenehme Einkaufsqualität; Hoher Anteil an klassischen innerstädtischen Leitsortimenten insbesondere im Brücken-Center; gute Mischung aus groß- und kleinflächigem Einzelhandel; städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zwischen Altstadt, Brücken-Center und E-Center etwas eingeschränkt.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

4.5.1 Potenzial-Defizit-Plan

Um die Qualitäten und Schwachstellen der Ansbacher Innenstadt in einem räumlichen Kontext zu analysieren, wurde ein Potenzial-Defizit-Plan für den zentralen Versorgungsbereich erstellt (Vgl. Abbildung 17).

Die Ansbacher Altstadt verfügt über eine sehr gute Ausgangslage. In städtebaulicher Hinsicht ist dabei insbesondere der historische Charakter der Altstadt mit den attraktiven Fachwerkbauten und den ansprechenden Platzsituationen (insb. Promenade) zu nennen. Auch mit Blick auf die Kultur- und Freizeitmöglichkeiten hat die Innenstadt von Ansbach einiges zu bieten: Neben der Residenz und dem Hofgarten finden sich viele weitere geschichtlich geprägte Gebäude und Anlagen sowie Grünflächen und kulturelle Einrichtungen wie das Kino oder Theater. Die Nahversorgung für die Innenstadt wird aktuell durch EDEKA im ZVB-Ergänzungsbereich gewährleistet, perspektivisch wird das Angebot durch einen REWE-Vollsortimenter im Brücken-Center ergänzt.

Gleichwohl lassen sich in der Altstadt auch einige Herausforderungen für die zukünftige Entwicklung erkennen. Markante Leerstände prägen die Altstadt negativ und tragen negativ zum Erscheinungsbild der Innenstadt bei. Ebenso fehlen u. a. auch angesichts der Konkurrenz durch das Brücken-Center, filialisierte Ankernutzungen in der Fußgängerzone, die für eine Belebung der zentralen Innenstadt sorgen können. Dabei können insbesondere fehlende Angebote für junge Menschen ausgemacht werden. In städtebaulicher Hinsicht bildet die B 14 eine Barriere zwischen Brücken-Center und historischer Innenstadt und auch die Schalkhäuser Straße/ Promenade grenzt die südlichen Teile der Innenstadt vom historischen Stadtkern ab.

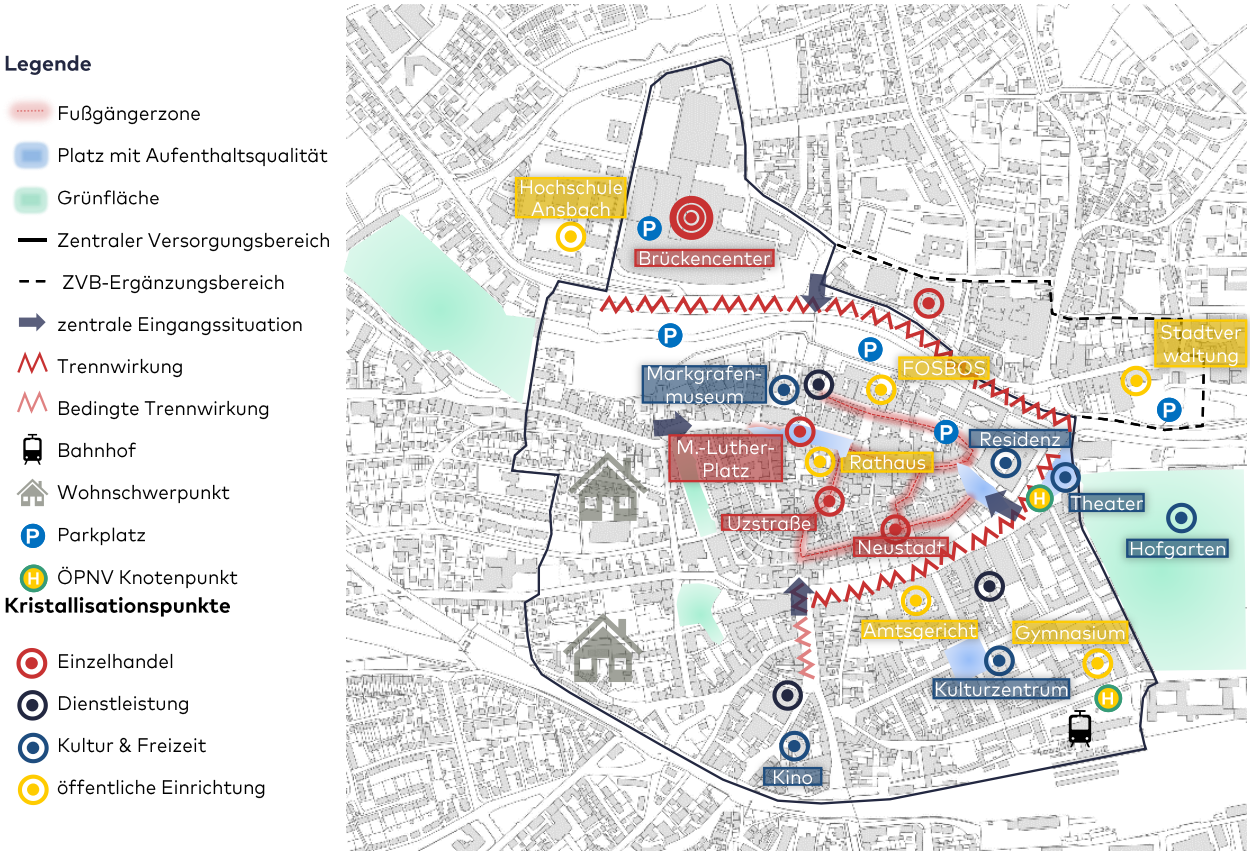


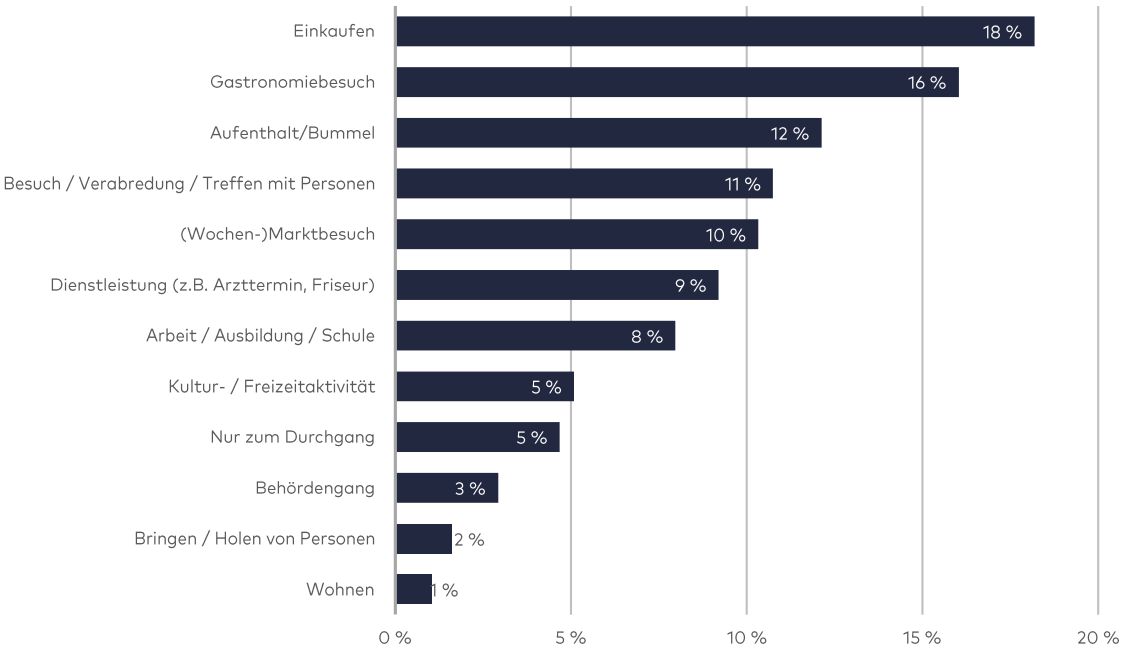
Abbildung 17: Potenzial-Defizit-Plan der Ansbacher Innenstadt
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

4.5.2 Die Ansbacher Innenstadt aus Sicht der Kundschaft

Im Zuge der Erstellung des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzepts wurden mehrere Befragungen durchgeführt, darunter eine Haushaltsbefragung, an welcher 594 Personen teilnahmen, sowie eine Passantenbefragung, an welcher 215 Personen teilnahmen. Hierbei wurden die Teilnehmenden zu Ihren Einkaufsgewohnheiten befragt und um eine Bewertung verschiedener Aspekte der Ansbacher Innenstadt gebeten. Der Fragebogen von Haushalts- und Passantenbefragung war dabei im Wesentlichen identisch. Während die Haushaltsbefragung insbesondere digital sowie über die Presse beworben wurde, wurde die Passantenbefragung ausschließlich durch in der Innenstadt ausgehängte Plakate beworben, um hierbei insbesondere die Personen anzusprechen, die sich aktiv in der Ansbacher Innenstadt aufhalten. Eingangs konnten die Befragten angeben, ob sie in Ansbach wohnen, oder Tages- bzw. Übernachtungsgast sind. Dabei gaben sowohl bei der Passanten-, als auch bei der Haushaltsbefragung jeweils rd. 87 % der Befragten an, in Ansbach zu wohnen, während jeweils rd. 13 % der Befragten zu Besuch in Ansbach waren. Nachfolgend werden die wesentlichen Erkenntnisse der Befragungen für das Innenstadtzentrum dargestellt.

Besuchsgründe/Besuchshäufigkeit

Als wichtigster Besuchsgrund der Ansbacher Innenstadt entfielen rd. 18 % Nennungen auf das Einkaufen, gefolgt von Gastronomiebesuchen (rd. 16 %). Ebenfalls wichtig für den Innenstadtbesuch empfinden die Befragten den Aufenthalt und Bummel in der Ansbacher Innenstadt (rd. 12 % der Nennungen) (s. Abbildung 18).



n= 1946 (Mehrfachantworten möglich)

Abbildung 18: Besuchsgrund Haushaltsbefragung (n = 1.946, Mehrfachantworten möglich)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Auch die Teilnehmenden der Haushaltsbefragung nannten die Aspekte Einkaufen (rd. 19 % der Nennungen), Aufenthalt/Bummel (rd. 14 % der Nennungen) und Gastronomiebesuch (rd. 12 % der Nennungen) als wichtigste Besuchsgründe der Ansbacher Innenstadt. Damit gleichen sich die Ergebnisse beider Befragungen im Wesentlichen (s. Abbildung 19).

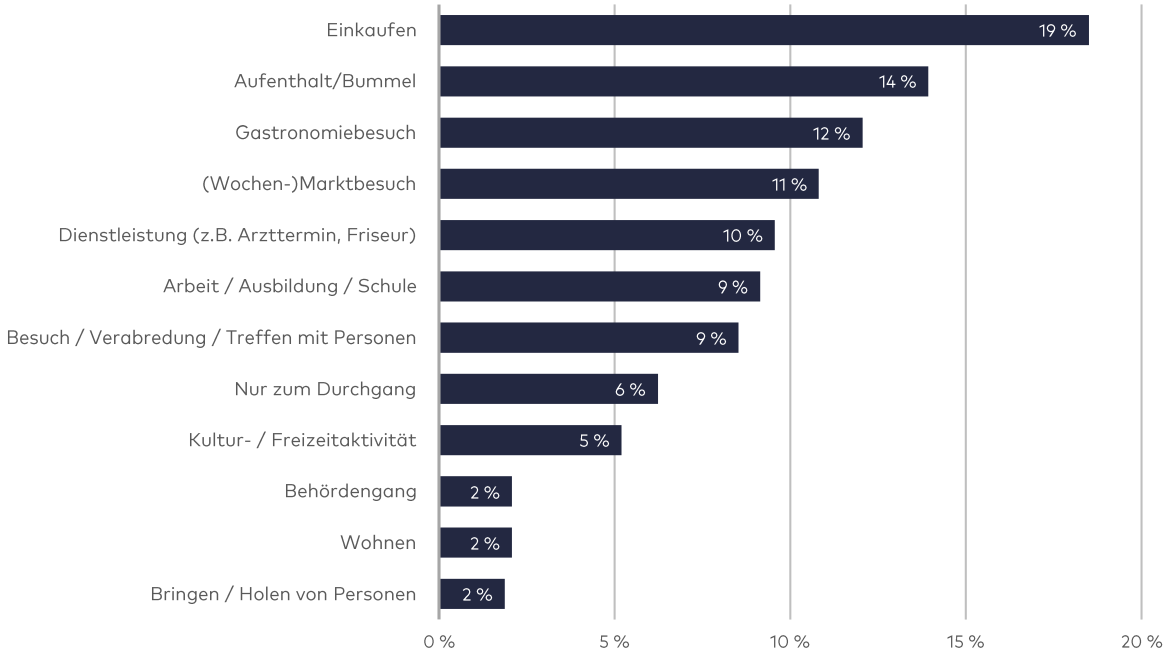


Abbildung 19: Besuchsgrund Passantenbefragung (n = 481, Mehrfachantworten möglich)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Während der überwiegende Teilnehmenden der Haushaltsbefragung die Ansbacher Innenstadt mehrmals pro Woche oder mehrmals pro Monat aufsucht (rd.

74 %), kommen nur rd. 6 % der Teilnehmenden täglich in die Innenstadt. Unter den Teilnehmenden der Passantenbefragung verhält sich dies etwas anders, da hier rd. 10 % der Teilnehmenden die Ansbacher Innenstadt besuchen (s. Abbildung 20). Dies ist in Anbetracht der Bewerbungsmethodik der Passantenbefragung (Plakataushänge in der Innenstadt) im Vergleich zur Haushaltsbefragung (Presse und Social Media) ins Verhältnis zu setzen. Rd. 20 % der Befragten gaben bei beiden Befragungen an, nur mehrmals pro Jahr oder seltener in die Ansbacher Innenstadt zu kommen.

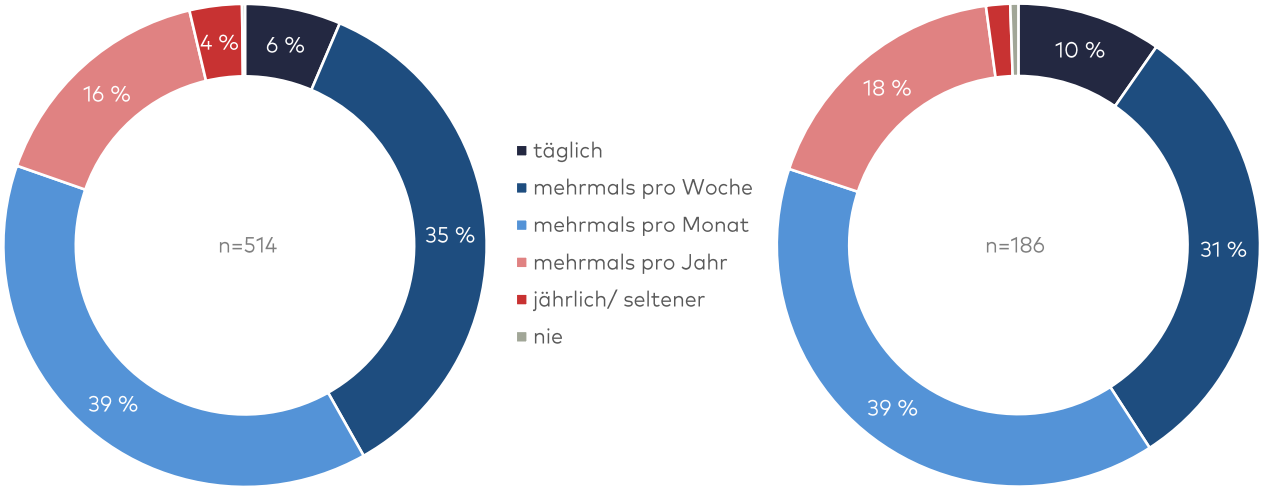


Abbildung 20: Besuchshäufigkeit (Haushaltsbefragung links: n = 514; Passantenbefragung rechts: n = 186. Mehrfachantworten möglich)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten Stadt + Handel (Haushalts- und Passantenbefragung 07/2022)

Aufenthaltsdauer

Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigen, dass der überwiegende Teil der Befragten sich zwischen zehn und 90 Minuten in der Ansbacher Innenstadt aufhält. Am häufigsten verweilen die Besucher zwischen 31 und 60 Minuten in der Innenstadt (rd. 41 %). Kurze Besuche unter zehn Minuten finden in der Ansbacher Innenstadt nur selten statt (rd. 3 %). Nur ein geringer Teil der Befragten verweilt über 90 Minuten in der Innenstadt (rd. 10 %). Unter den Teilnehmenden der Passantenbefragung nutzt ein deutlich größerer Teil die Ansbacher Innenstadt für kurze Besuche unter zehn Minuten (rd. 17 %). Dies ist auch dadurch zu erklären, dass die Passanten häufiger täglich in der Ansbacher Innenstadt zugegen sind und somit die Einzelhandels- und ergänzenden Angebote häufiger für kurze Besorgungen nutzen. Dagegen werden längere Aufenthalte in der Ansbacher Innenstadt, insbesondere zwischen 61 und 90 Minuten, von den Passanten weniger häufig avisiert (rd. 15 %) (s. Abbildung 21).

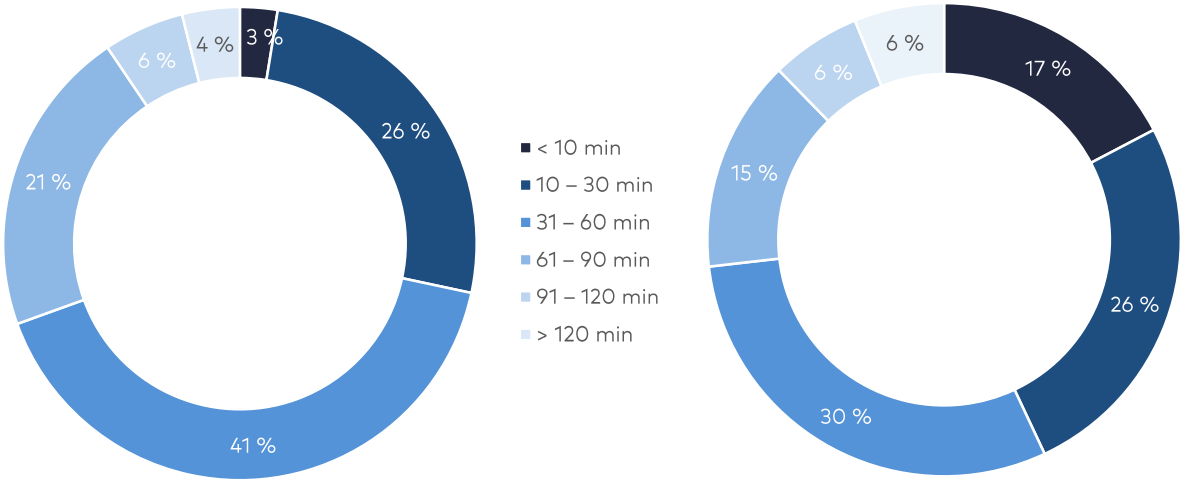


Abbildung 21: Aufenthaltsdauer (Haushaltsbefragung links: n = 508, Passantenbefragung rechts: n = 179. Ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Stadt + Handel (Haushalts- und Passantenbefragung 07/2022).

Verkehrsmittelwahl

Rund die Hälfte der Teilnehmenden der Haushaltsbefragung nutzt für den Innenstadtbesuch das Fahrrad als häufigstes Verkehrsmittel, bzw. geht zu Fuß. Unter den Passanten gilt dies sogar für rd. 58 % der Teilnehmenden. Gleichzeitig nutzen nur 36 % der Passanten den PKW, um in die Ansbacher Innenstadt zu gelangen, während dieser für rd. 46 % der Teilnehmenden der Haushaltsbefragung das meistgenutzte Verkehrsmittel ist (s. Abbildung 22). In diesem Kontext ist davon auszugehen, dass unter den Teilnehmenden der Passantenbefragung mehr Personen einen besonders kurzen Weg in die Ansbacher Innenstadt zurücklegen müssen, als dies bei der Haushaltsbefragung der Fall ist. Gleichwohl können die Unterschiede auch durch die Bewerbung der Passantenbefragung durch in der Innenstadt ausgehängte Plakate und damit verbunden deren Positionierung erklärt werden (z. B. Positionierung an Plätzen mit Fahrradabstellanlagen).

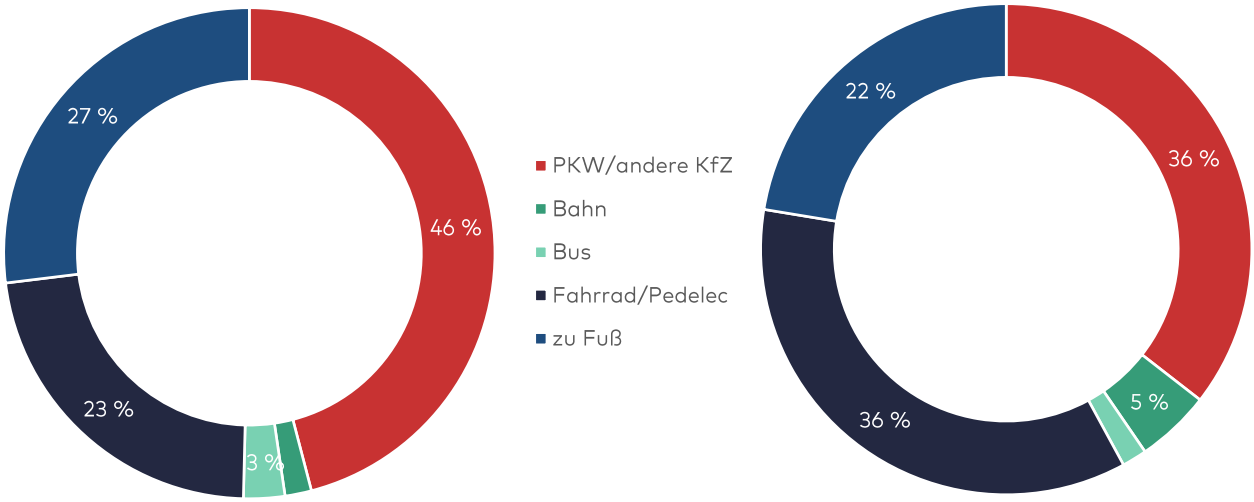


Abbildung 22: Verkehrsmittelwahl (Haushaltsbefragung links: n = 516, Passantenbefragung rechts: n = 183. Ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Daten: Stadt + Handel (Haushalts- und Passantenbefragung 07/2022).

Einkaufsverhalten

Sowohl bei der Haushalts- als auch bei der Passantenbefragung gaben rd. 42 bzw. 43 % der Teilnehmenden an, in Bezug auf ihr Einkaufsverhalten in den letzten drei bis fünf Jahren keine Veränderung festgestellt zu habe. Gleichwohl gaben rd. 47 % (Haushaltsbefragung), bzw. rd. 42 % (Passantenbefragung) der Teilnehmenden an, die Ansbacher Innenstadt seltener aufzusuchen. Nur 11 % der Befragten bei der Haushaltsbefragung gaben an, die Ansbacher Innenstadt in den letzten 3-5 Jahren häufiger aufzusuchen. Unter den Passanten gaben dies 16 % der Befragten an, ein etwas höherer, wenngleich ebenfalls geringer Anteil der Teilnehmenden (s. Abbildung 23).

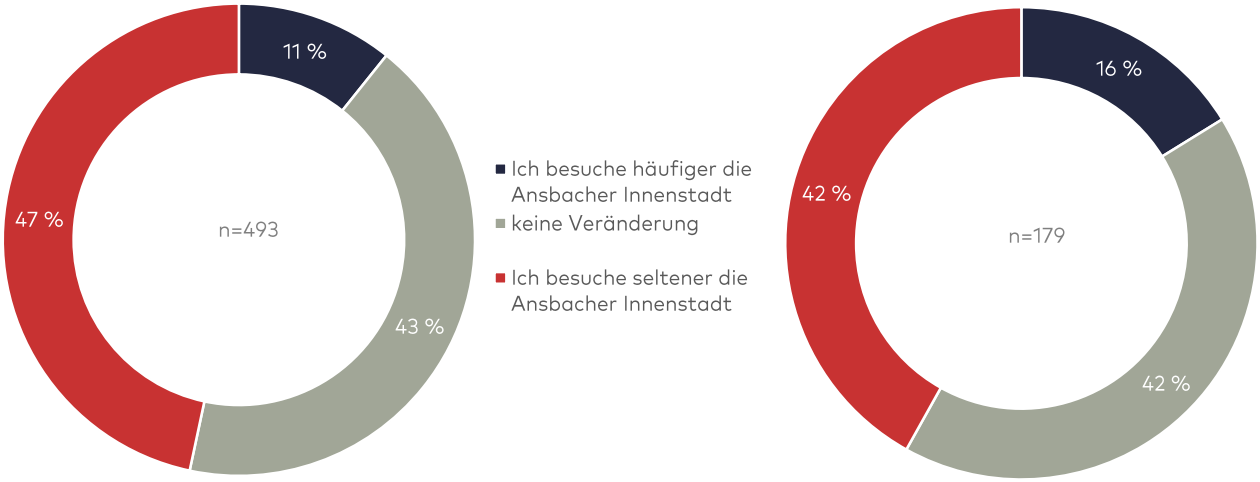


Abbildung 23: Einkaufsverhalten (Haushaltsbefragung links: n = 493, Passantenbefragung rechts: n = 179. Ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Daten: Stadt + Handel (Haushalts- und Passantenbefragung 07/2022).

Reduzierte Einkaufshäufigkeit

Die Befragten wurden gebeten, die Gründe für ihr verändertes Einkaufsverhalten anzugeben. Für die Teilnehmenden der Haushaltsbefragung, die die Innenstadt seltener aufsuchen, lag dies in erster Linie an einer Verschlechterung des Einzelhandelsangebotes, während als weiterer wichtiger Grund genannt wurde, dass in der Ansbacher Innenstadt „nichts mehr los ist". Als dritthäufigster Grund wurde die gesunkene Attraktivität der Innenstadt genannt. Weitere mögliche Gründe, wie etwa ein schlechteres gastronomisches Angebot oder der Online-Handel, wurden nur deutlich weniger oft ausgewählt (s. Abbildung 24).

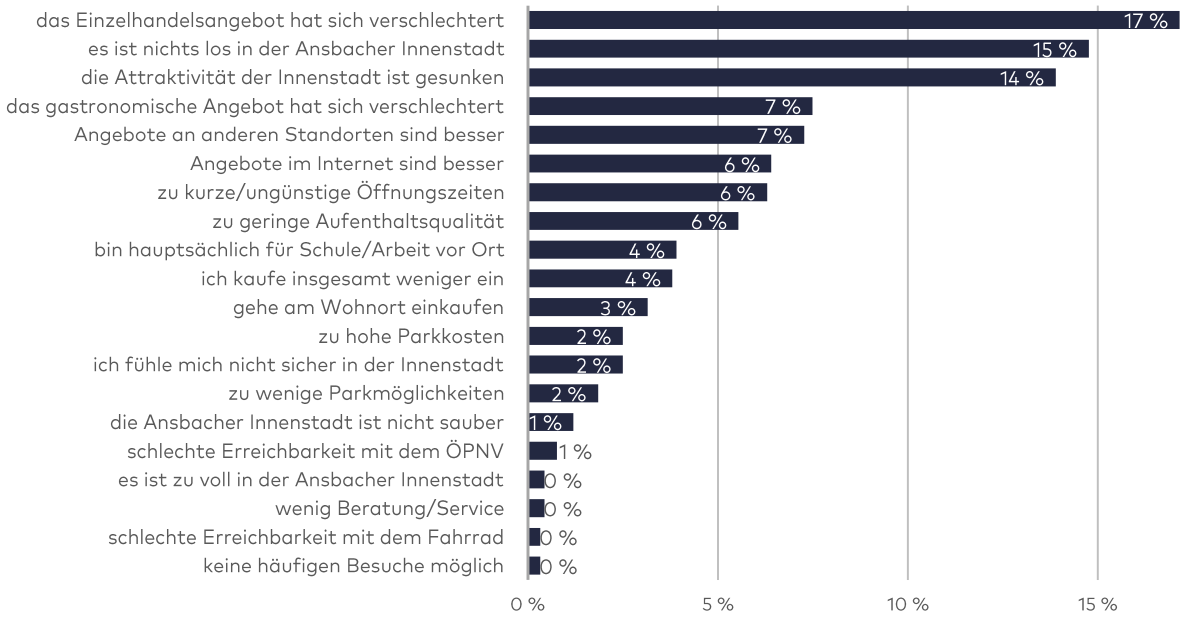


Abbildung 24: Reduzierte Einkaufshäufigkeit (n = 921, Mehrfachantworten möglich)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Auch bei der Passantenbefragung wurden die betroffenen Befragten nach ihren Gründen für den selteneren Innenstadtbesuch gefragt. Auch hier wurden die oben genannten Faktoren am häufigsten genannt, so dass sich die Ergebnisse der beiden Befragungen nur unwesentlich voneinander unterscheiden (s. Abbildung 25). Die Gründe für den selteneren Innenstadtbesuch stehen also meist unmittelbar in Bezug zu den Ansbacher Einzelhandelsangeboten und sind nur nachrangig auf andere Faktoren zurückzuführen.

Abbildung 25: Reduzierte Einkaufshäufigkeit (n = 314, Mehrfachantworten möglich)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Erhöhte Einkaufshäufigkeit

Unter den Befragten der Haushaltsbefragung gaben rd. 30 % an, dass sie die Ansbacher Innenstadt durch eine räumliche Veränderung in der eigenen Lebenssituation häufiger aufsuchen. Damit tragen Gründe, die für eine Stärkung der Ansbacher Innenstadt stehen, wie etwa eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität oder ein besseres gastronomisches Angebot, nur unwesentlich dazu bei, dass die Ansbacher Bevölkerung häufiger in die Innenstadt kommt. Dies ist auch vor dem Hintergrund, dass nur ein geringer Teil der Befragten überhaupt häufiger in die Innenstadt kommt, kritisch einzustufen. Die Angaben der Befragten deuten vielmehr an, dass sich die Angebote in der Ansbacher Innenstadt in den vergangenen 3-5 Jahren nur geringfügig oder gar nicht verbessert haben (s. Abbildung 26).

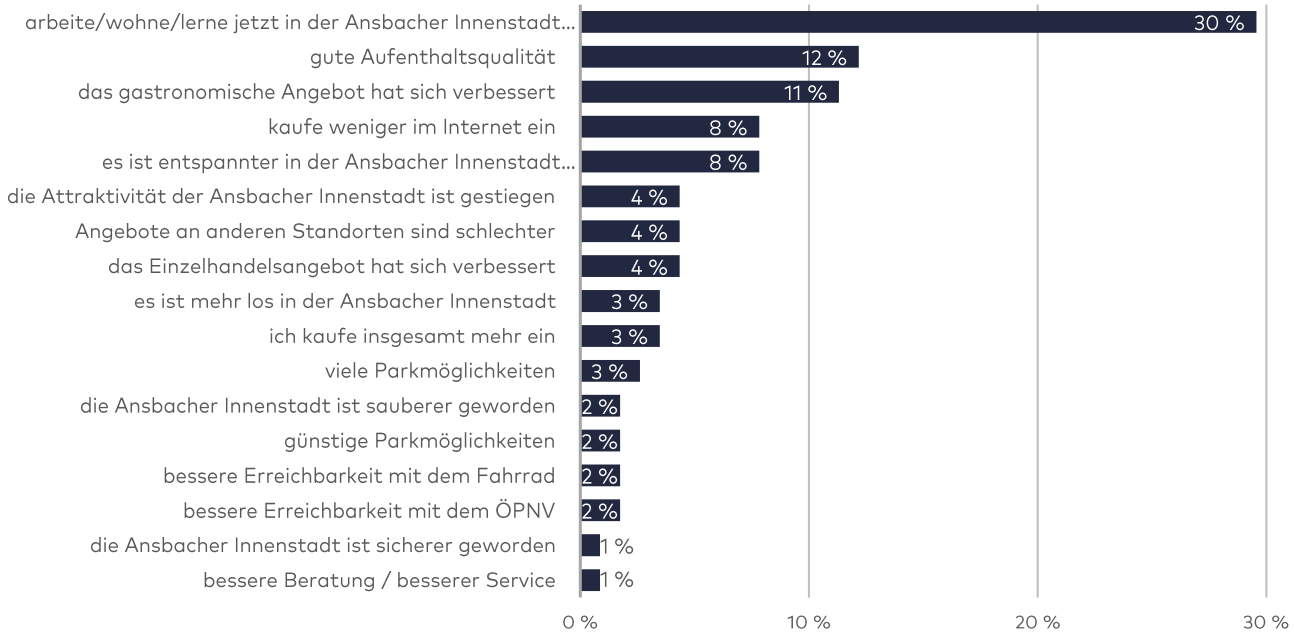
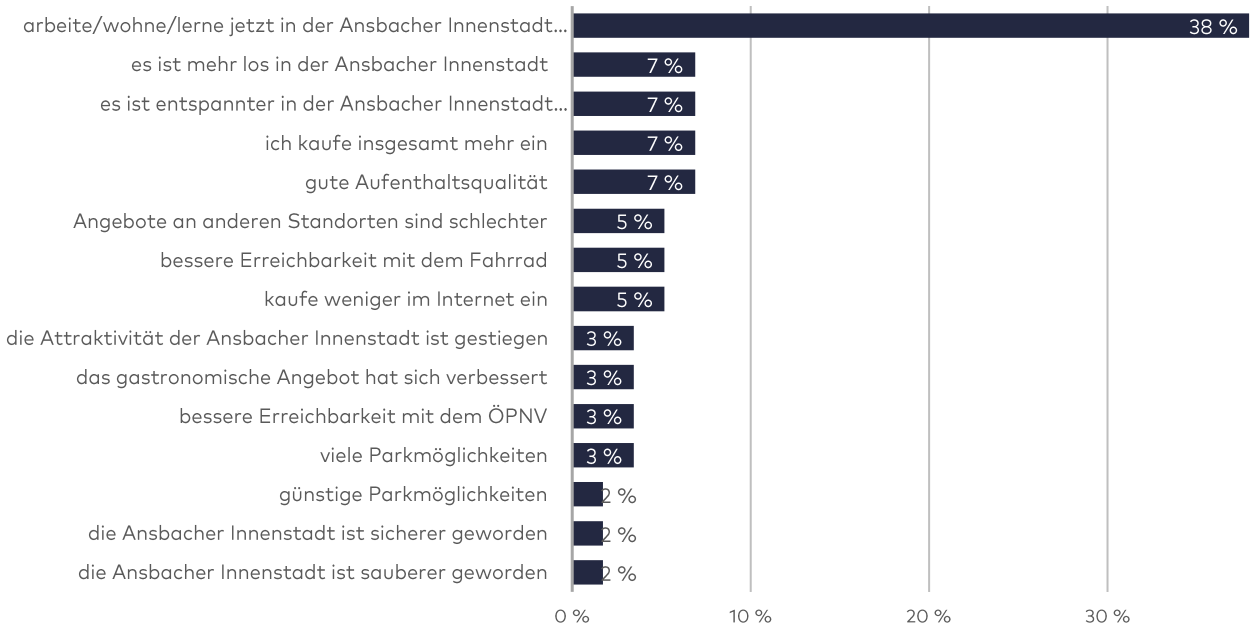


Abbildung 26: Erhöhte Einkaufshäufigkeit (n = 115, Mehrfachantworten möglich)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Im Rahmen der Passantenbefragung gab ein nochmals größerer Teil der Befragten (rd. 38 %) an, die Innenstadt vorrangig aufgrund von räumlichen Veränderungen in der persönlichen Lebenssituation häufiger aufzusuchen, so dass auch hier Gründe, bei welchen die Angebote in der Innenstadt relevant sind, nur deutlich untergeordnet genannt werden (s. Abbildung 27). Vielmehr ist davon auszugehen, dass ein Teil der Befragten, die die Ansbacher Innenstadt nun häufiger aufsuchen, diese in der Vergangenheit durch einen anderen Wohn-, Lern- oder Arbeitsort gar nicht aufgesucht haben.



n= 58 (Mehrfachantworten

Abbildung 27: Erhöhte Einkaufshäufigkeit (n = 58, Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Einkaufsorte

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden die teilnehmenden Haushalte gefragt, wo sie überwiegend die aufgelisteten Sortimente kaufen. Im Wesentlichen sind hierbei folgende Ergebnisse hervorzuheben (s. Abbildung 28):

- Der Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel wird im gesamten Stadtgebiet gekauft. Einen deutlichen Fokus auf bestimmte Standorte gibt es dabei nicht. Die Konkurrenzstandorte außerhalb Ansbachs spielen nur eine untergeordnete Rolle.
- Die Sortimente Bekleidung und Schuhe werden besonders häufig im Brücken-Center (rd. 52 %) darüber hinaus, wenn auch deutlich nachgeordnet, in der Ansbacher Altstadt gekauft. Damit wird ein deutliches Übergewicht des Brücken-Centers im Vergleich zur Ansbacher Altstadt deutlich. Nachrangig werden die Sortimente auch in Nürnberg gekauft (rd. 12 %).
- Was den Kauf von Einrichtungszubehör und Hausrat angeht, sticht die Ansbacher Altstadt, sowie der Standort Schalkhäuser Landstraße (Obi) hervor. Häufig werden diese Sortimente von den Befragten allerdings auch am Konkurrenzstandort Nürnberg gekauft.
- Die Sortimente Pflanzen/Garten/Baumarkt werden in Ansbach im Wesentlichen am Standortbereich Schalkhäuser Landstraße gekauft, wo mit dem Baumarkt Obi ein wesentlicher Anbieter für die Sortimente angesiedelt ist (rd. 51 %). Nachrangig wird das Sortiment auch am Standortbereich in der Adalbert-Pilipp-Straße gekauft (insbesondere durch das Möbelhaus Pilipp).
- Sportartikel und Fahrräder werden zum überwiegenden Teil in der Ansbacher Innenstadt gekauft (rd. 32 %), während nachgeordnet auch das Ansbacher Brücken-Center eine wichtige Destination für diese Sortimente darstellt. Die Einkäufe entfallen dabei im Wesentlichen auf die entsprechenden Fachmärkte (z.B. Sportwelt Valtin).

- Möbel werden in Ansbach zu einem überwiegenden Teil (rd. 45 %) am Standortbereich Adalbert-Pilipp-Straße gekauft. Hier ist das Möbelhaus Pilipp mit einem umfangreichen Angebot angesiedelt. Weitere Standortbereiche in Ansbach spielen eine eher untergeordnete Rolle, während ein nicht unwesentlicher Teil der befragten Kundschaft das Sortiment auch außerhalb Ansbachs in Nürnberg nachfragt (rd. 24 %).
- Das Sortiment Unterhaltungselektronik wird zum überwiegenden Teil im Ansbacher Brücken-Center gekauft. Dies ist insbesondere auf den Saturn Markt zurückzuführen. Ebenfalls wichtig mit MediaMarkt ist der Standortbereich Rothenburger Straße. Außerhalb Ansbachs wird das Sortiment nur in geringem Umfang in Nürnberg nachgefragt.

Die Ergebnisse der Passantenbefragung sich in Bezug auf die Einkaufsorte nach Sortiment im Wesentlichen identisch (s. Abbildung 29).

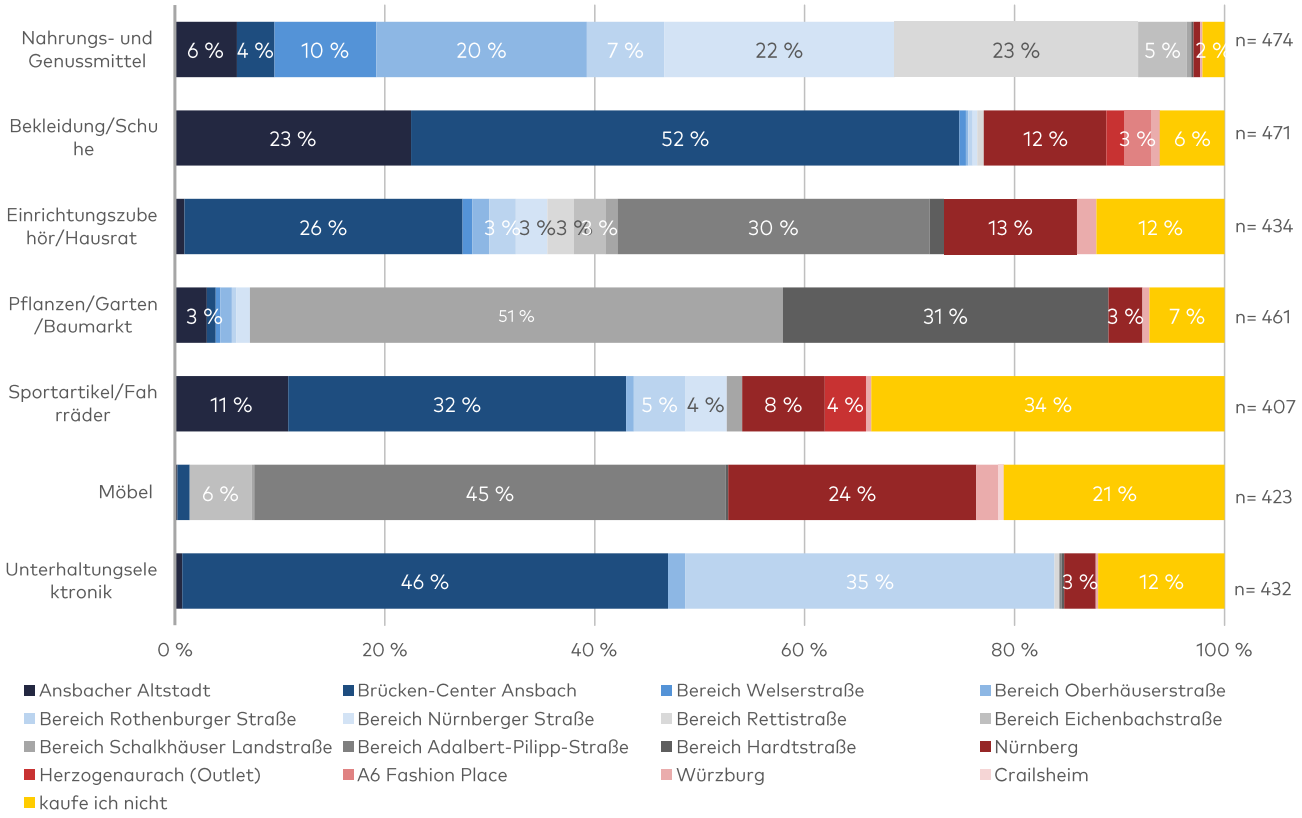


Abbildung 28: Einkaufsorte Haushaltsbefragung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

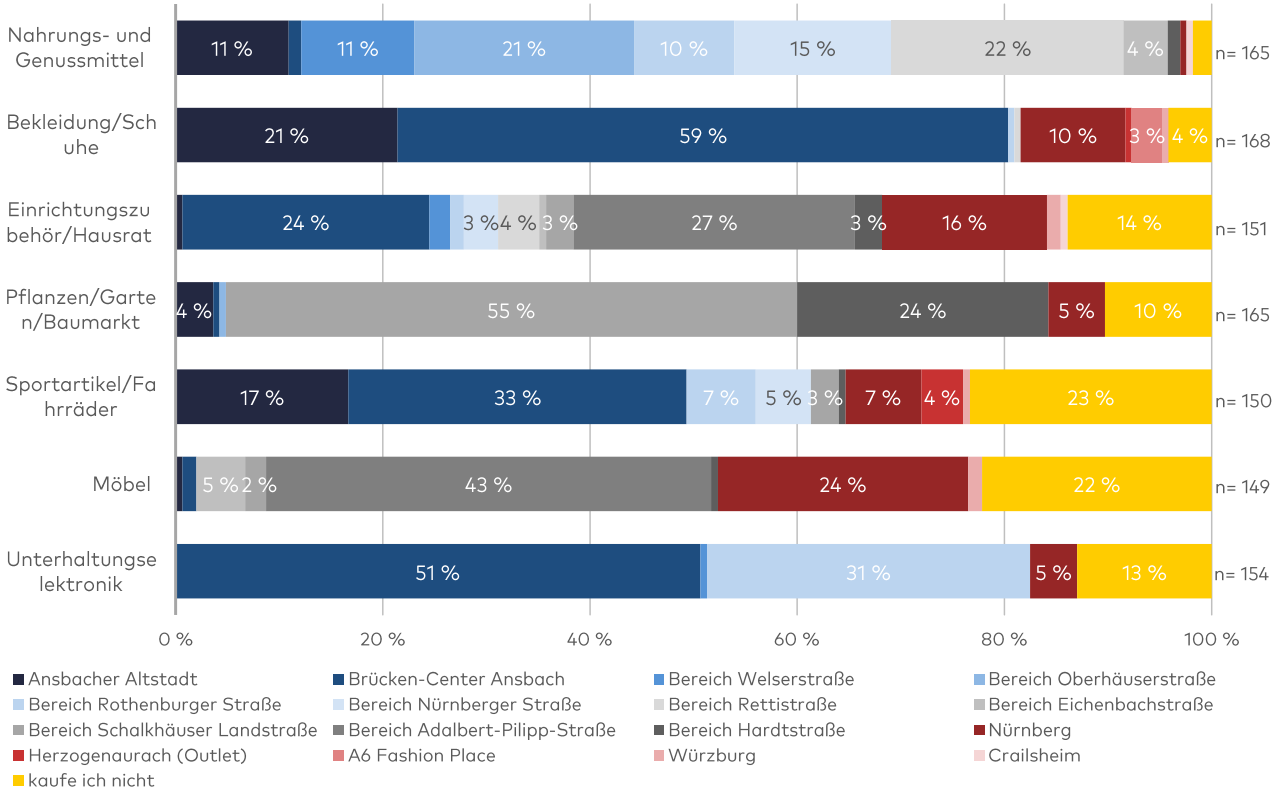


Abbildung 29: Einkaufsorte Passantenbefragung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Vermisstes

Bei der Haushaltsbefragung gaben 21 % der Befragten an, dass es keine Artikel oder Warengruppen gibt, die sie beim Einkauf in der Innenstadt von Ansbach vermissen. Die übrigen 79 %, und somit die deutliche Mehrheit, gab an, dass beim Einkauf in der Ansbacher Innenstadt bestimmte Artikel oder Warengruppen fehlen (s. Abbildung 30).

Am häufigsten wurden dabei Lebensmittel, Haushaltswaren, Drogeriewaren, Schuhe und Bekleidung genannt (s. Abbildung 31).

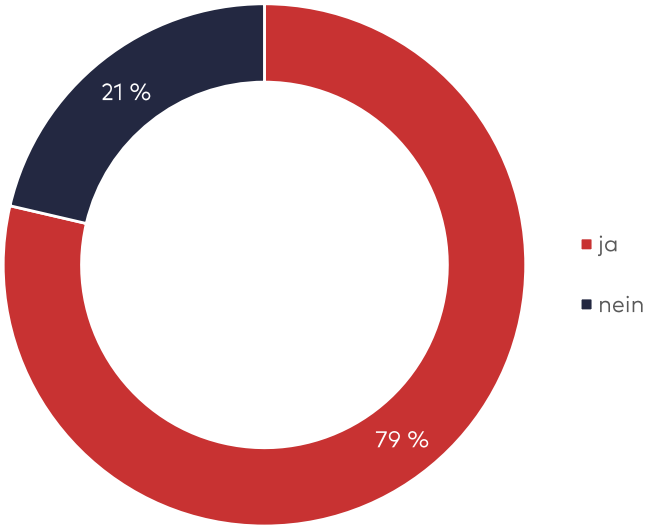


Abbildung 30: Vermisstes Haushaltsbefragung (1) (n = 440, ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Abbildung 31: Vermisstes Haushaltsbefragung (2) (n = 448)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Auch unter den Teilnehmenden der Passantenbefragung gab der Großteil der Befragten an, Angebote in der Ansbacher Innenstadt zu vermissen (s. Abbildung 32).

Auch hier wurden insbesondere Lebensmittel genannt, gefolgt von Drogeriewaren, Schuhe, Bekleidung und Haushaltswaren. Die Ergebnisse der beiden Befragungen unterscheiden sich damit nur unwesentlich voneinander. Deutlich wird, dass insbesondere nahversorgungsrelevante Sortimente, wie auch die klassischen innerstädtischen Leitsortimente stärker gewünscht werden (s. Abbildung 33).

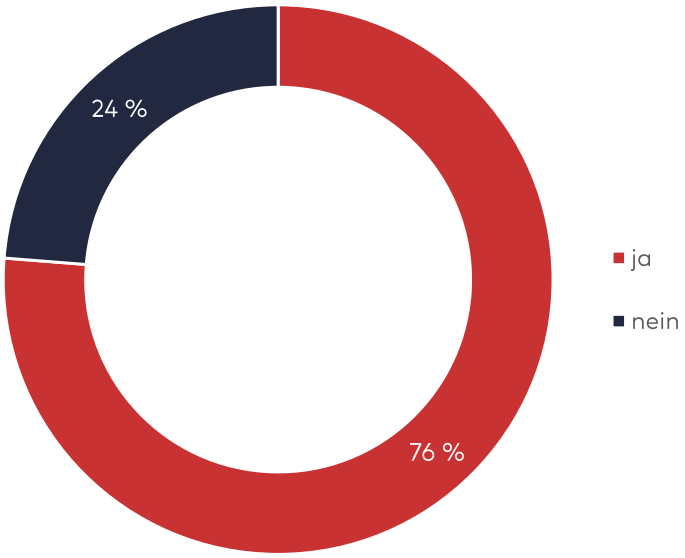


Abbildung 32: Vermisstes Passantenbefragung (1) (n = 160, ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Abbildung 33: Vermisstes Passantenbefragung (2) (n = 186)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Fehlende Nutzungen

Neben den einzelhandelsrelevanten Angeboten wurden auch viele weitere Nutzungen genannt, die den Befragten in der Ansbacher Innenstadt derzeit fehlen. Dabei vermissen die Teilnehmenden der Haushaltsbefragungen insbesondere Nutzungen in Bezug auf die Gastronomie, sowie nachrangig auch kulturelle Angebote, bzw. Veranstaltungen in der Ansbacher Innenstadt (s. Abbildung 34). Auch fehlende Verweilmöglichkeiten, Begrünung und Aufenthaltsorte wurden verstärkt genannt.

Abbildung 34: Fehlende Nutzungen Haushaltsbefragung (n = 419)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Abbildung 35: Fehlende Nutzungen Passantenbefragung (n = 166)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Wichtige Aspekte

Bei der Haushaltsbefragung gaben jeweils rd. 14 % der Befragten an, dass ihnen das gastronomische Angebot sowie das Einzelhandelsangebot in der Ansbacher Innenstadt besonders wichtig sind. Eine weitere wichtige Rolle für die befragten Personen spielen unter anderem die Aufenthaltsqualität und Atmosphäre (rd. 11 %) oder Veranstaltungen und Events (rd. 10 %) (s. Abbildung 36).

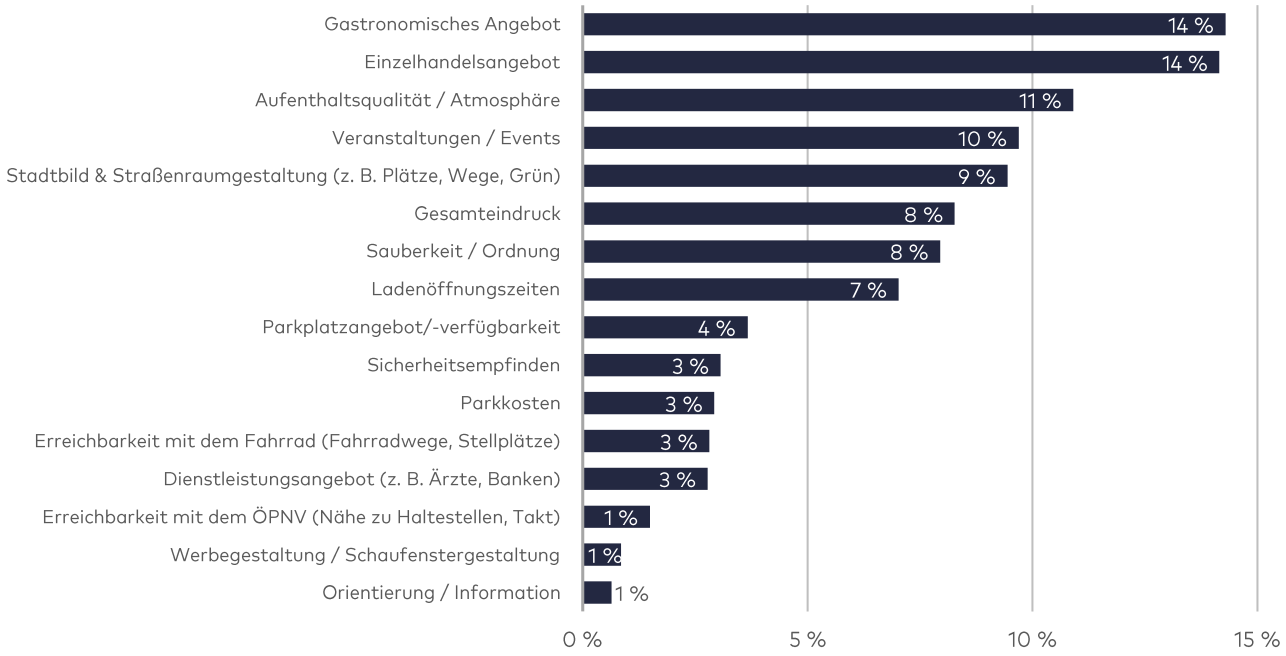


Abbildung 36: Wichtige Aspekte (n = 2.805, Mehrfachantworten möglich)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Auch bei der Passantenbefragung gaben mit rd. 15 % die meisten Befragten an, dass Ihnen das gastronomische Angebot in der Innenstadt von Ansbach am wichtigsten ist. Für rd. 14 % der Passanten ist auch das Einzelhandelsangebot in der Ansbacher City besonders wichtig. Weiterhin werden das Stadtbild und die Straßenraumgestaltung häufig als wichtige Aspekte genannt (s. Abbildung 37).

Es zeigt sich somit, dass neben der Leitfunktion Einzelhandel, weitere Nutzungen wie die Gastronomie für die Attraktivität der Ansbacher Innenstadt von hoher Bedeutung sind. Deren Bedeutung wird vor dem Hintergrund des Erstarken des Online-Handels voraussichtlich steigen.

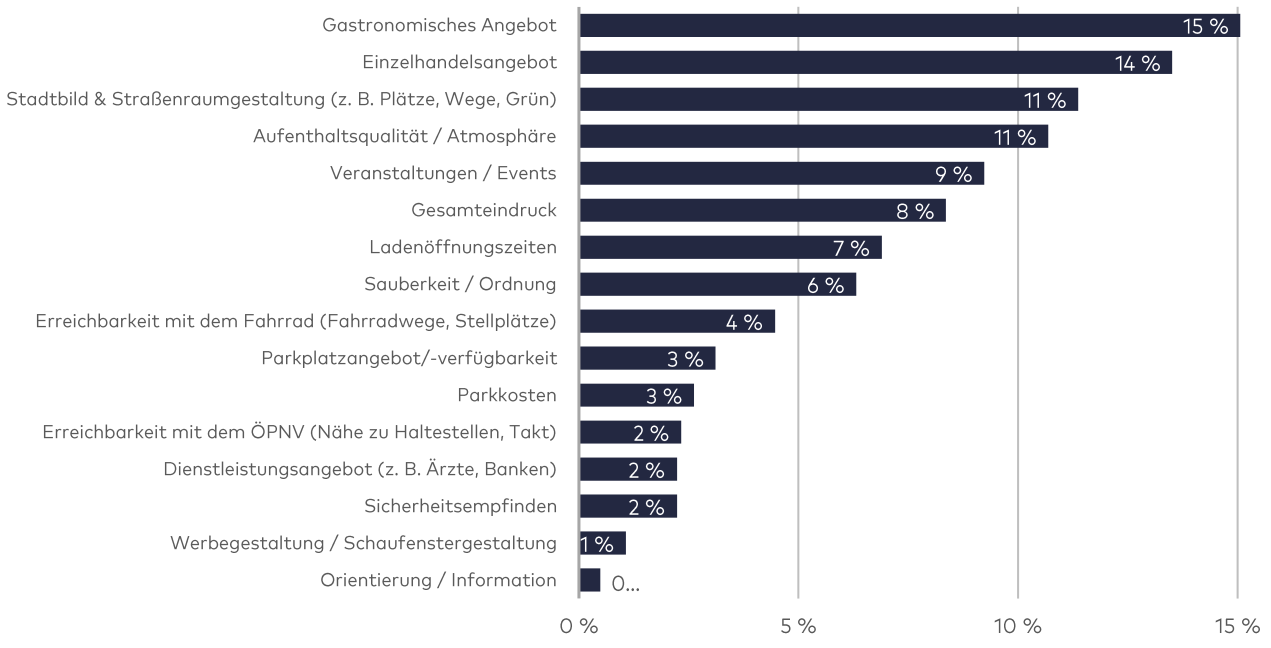


Abbildung 37: Wichtige Aspekte (n = 1.029, Mehrfachantworten möglich)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Attraktivität

In Bezug auf die Attraktivität der Ansbacher Innenstadt wurden verschiedene Aspekte durch die Befragten anhand von Schulnoten bewertet. Bei der Haushaltsbefragung verzeichnete der Gesamteindruck mit einer Durchschnittsnote von rd. 3 keinen positiven bzw. negativen Ausschlag. Am besten wurden die Aspekte „Sicherheitsempfinden", „Erreichbarkeit mit dem Fahrrad", „Sauberkeit und Ordnung" und „Orientierung und Information" bewertet. Deutlich negativ bewertet wurde insbesondere das Einzelhandelsangebot, aber auch die Aspekte Veranstaltungen/Events, Werbegestaltung/Schaufenster und Ladenöffnungszeiten (s. Abbildung 38).

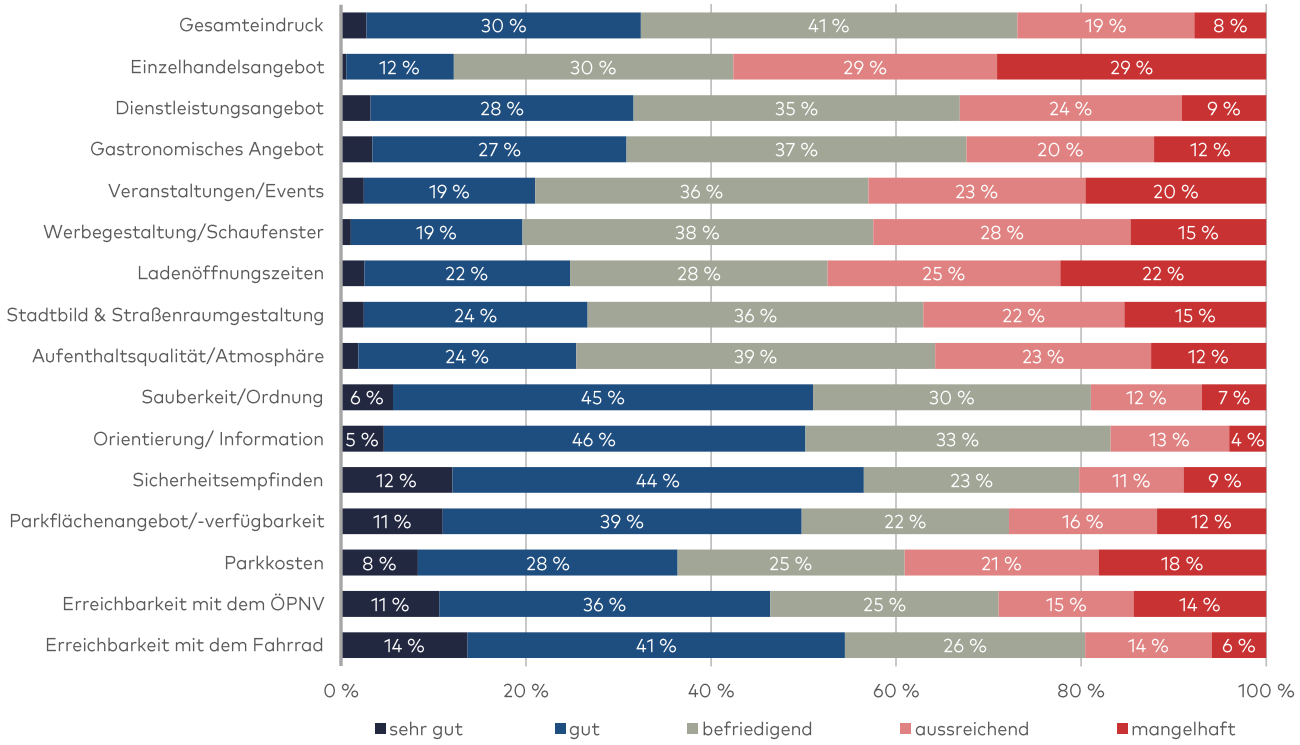


Abbildung 38: Attraktivität Haushaltsbefragung
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Die Ergebnisse der Passantenbefragung fielen in Bezug auf die Attraktivität der Ansbacher Innenstadt im Wesentlichen identisch aus (s. Abbildung 39).

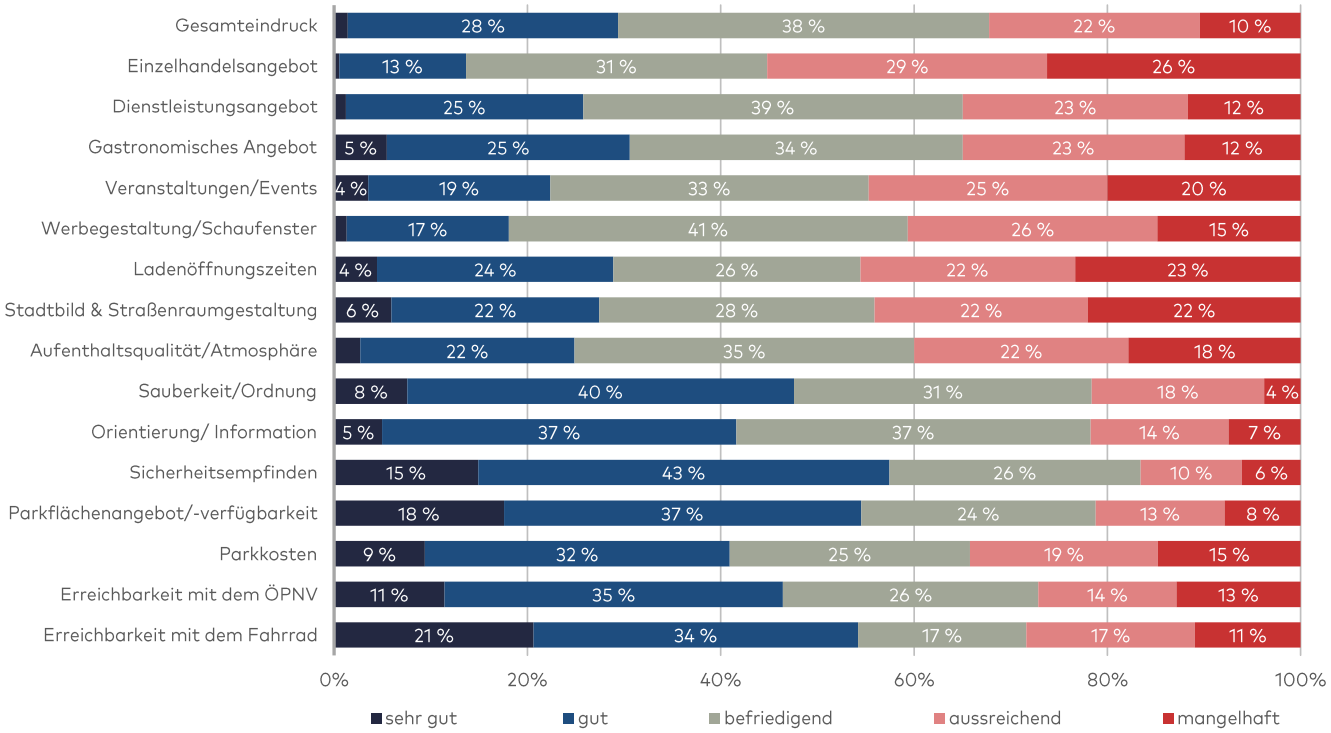


Abbildung 39: Attraktivität Passantenbefragung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Eigenschaften

Die Befragten wurden gebeten, ihre Einschätzung zur Ansbacher Innenstadt anhand verschiedener Gegensatzpaare einzustufen. Die Ergebnisse der Haushalts- und Passantenbefragung waren dabei im Wesentlichen identisch (s. Abbildung 40). Die Befragten schätzen die Ansbacher Innenstadt eher als schön, aber auch eher als grau, austauschbar und alt ein. Die Innenstadt wird positiv als eher übersichtlich bewertet, während der positive Aspekt „persönlich" nur etwas häufiger als das eher negative Äquivalent „anonym" genannt wird. Außerdem wird die Ansbacher Innenstadt negativ als „rückschrittlich" wahrgenommen. Eine positive Bewertung erfährt die Ansbacher Innenstadt im Hinblick auf die Aspekte „liebenswert", „entspannt" und „einen Besuch wert". Letztgenannter kann auch als eine Art Gesamtbewertung verstanden werden.

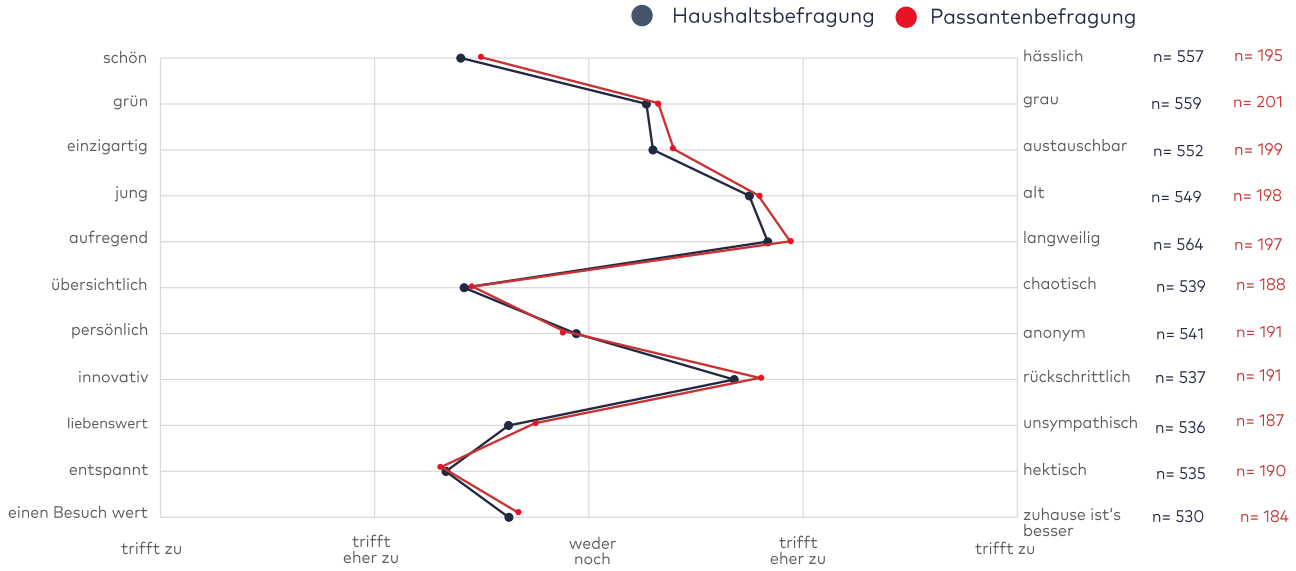


Abbildung 40: Eigenschaften
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passanten- und Haushaltsbefragung: Stadt + Handel 07/2022.

Wünsche, Ideen und Anregungen

Für die Haushaltsbefragung wurden die Teilnehmenden gebeten, ihre Wünsche, Ideen und Anregungen für die Ansbacher Innenstadt zu äußern. Der wichtigste Punkt war dabei für viele Befragte ein besseres Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Ansbach. Viele wünschen sich außerdem mehr Grün, ein größeres Gastronomieangebot und mehr Veranstaltungen (s. Abbildung 41).

Abbildung 41: Wünsche, Ideen und Anregungen Haushaltsbefragung (n = 708)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Auch unter den Teilnehmenden der Passantenbefragung wurden als wesentliche Wünsche häufig ein besseres Einzelhandelsangebot und ein größeres Gastronomieangebot genannt. Der wichtigste Wunsch der Teilnehmenden war es, mehr Grün in die Innenstadt zu bringen (s. Abbildung 42).

Abbildung 42: Wünsche, Ideen und Anregungen Passantenbefragung (n = 345)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Alter

In Bezug auf die Altersstruktur der Teilnehmenden wird deutlich, dass die Teilnehmenden der Passantenbefragung im Schnitt jünger sind als die Teilnehmenden der Haushaltsbefragung. Während bei der Haushaltsbefragung nur ein deutlich untergeordneter Teil der Befragten 20 Jahre oder jünger war und rd. 14 % der Befragten 21 bis 30 Jahre alt sind, waren bei der Passantenbefragung rd. 8 % der Teilnehmenden 20 Jahre oder jünger und sogar rd. 26 % zwischen 21 und 30 Jahre alt (s. Abbildung 43).

Dies lässt den Rückschluss zu, dass viele junge Menschen die Ansbacher Innenstadt häufiger aufsuchen (s. Abbildung 20). Dabei muss berücksichtigt werden, dass die Bewerbungsmethodik, bzw. der Zugang zur Befragung (i.d.R. Einscannen des QR-Codes auf dem Plakat mit dem Smartphone) einen Einfluss auf die Teilnahme genommen hat (häufigere Teilnahme von jungen Menschen).

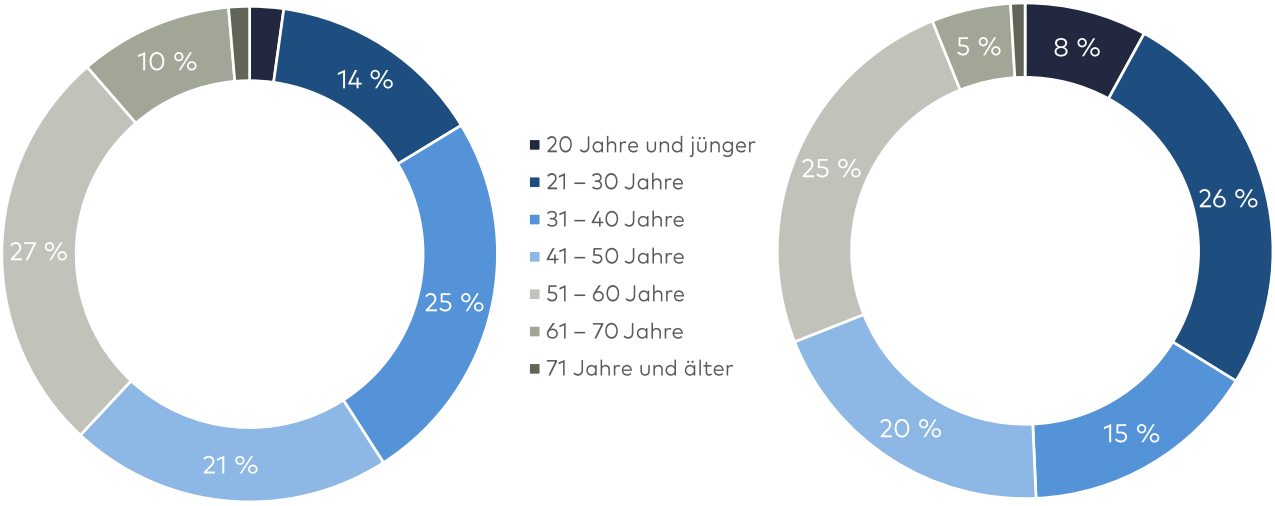


Abbildung 43: Alter (Haushaltsbefragung links: n = 589, Passantenbefragung rechts: n = 213. Ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung und Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Geschlecht

Die Befragungen wurden häufiger von Frauen als von Männern durchgeführt. Die Teilnehmenden beider Befragungen identifizierten sich jeweils zu rd. 65 % als weiblich und zu rd. 35 % als männlich. (s. Abbildung 44).

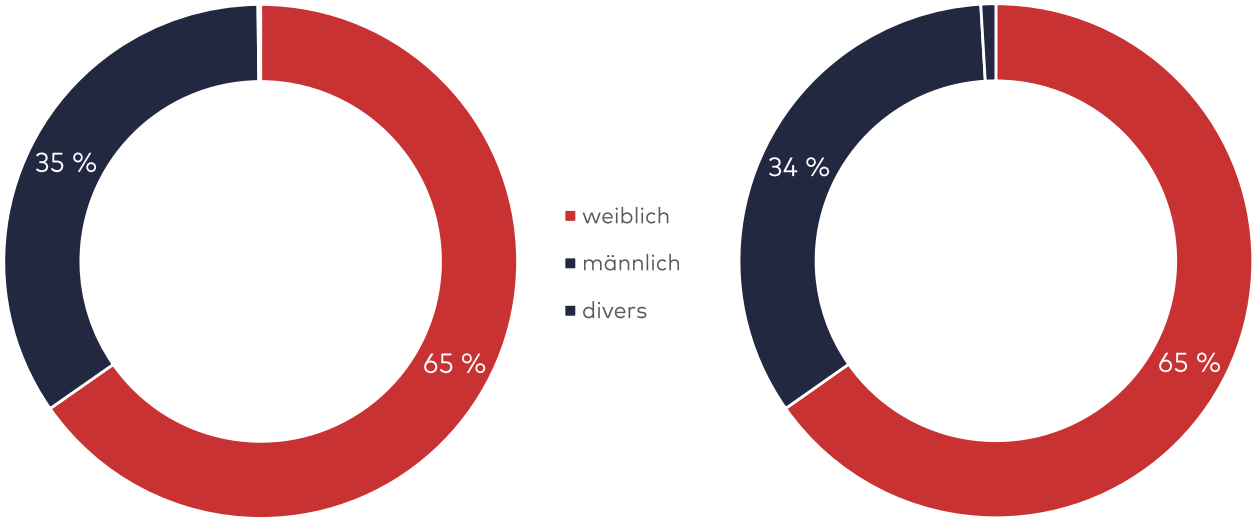


Abbildung 44: Geschlecht (Haushaltsbefragung links: n = 585, Passantenbefragung rechts: n = 213. Ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung und Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Im Zuge der Haushaltsbefragung gab die Mehrheit der Teilnehmenden an aus der Stadt Ansbach zu kommen (rd. 69 %). Aus angrenzenden Gemeinden stammen etwa 12 %, während die übrigen Befragten aus anderen Gemeinden im näheren oder weiteren Umfeld, oder aus anderen Regionen Deutschlands oder dem Ausland kommen (s. Abbildung 44 links). Bei der Passantenbefragung verhält sich dies ähnlich, wenngleich der Anteil der aus Ansbach Kommenden mit rd. 63 % etwas geringer ausfällt (s. Abbildung 45 rechts).

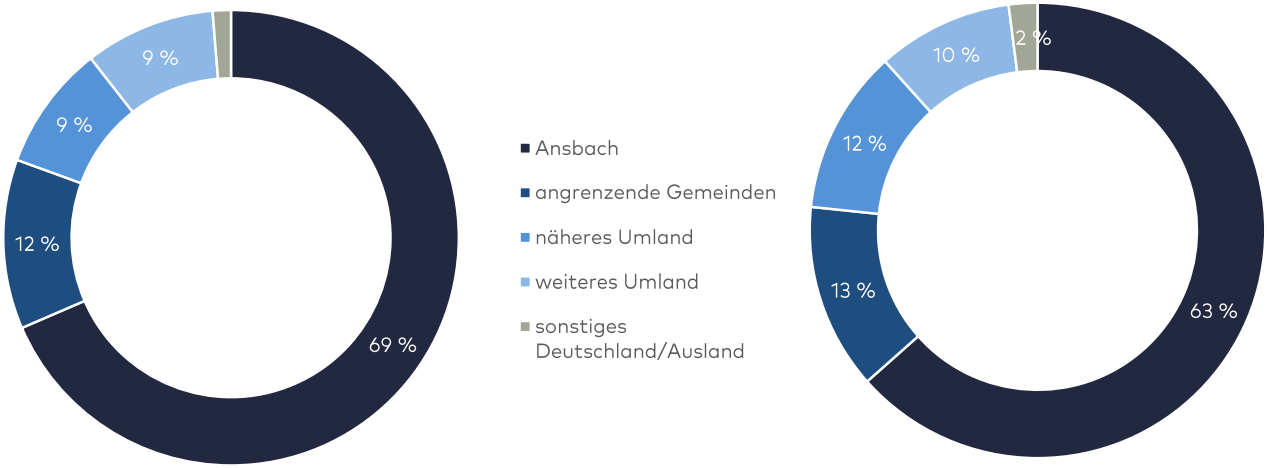


Abbildung 45: Herkunft (Haushaltsbefragung links: n = 540, Passantenbefragung rechts: n = 197. Ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung und Passantenbefragung Stadt + Handel 07/2022.

4.5.3 Die Ansbacher Innenstadt aus Sicht der Händlerschaft

Zusätzlich zu Haushalts- und Passantenbefragung wurde eine Befragung der Ansbacher Händlerschaft durchgeführt. Der Fragebogen behandelte dabei unter anderem die Themen Betriebsnachfolge, den Konkurrenzdruck durch den lokalen

Wettbewerb und den Online-Handel, die Auswirkungen der Corona-Pandemie sowie allgemeine Fragen zur Ansbacher Innenstadt.

Sortiment

Im Zuge der Händlerbefragung wurde die Händlerschaft gefragt, welches Sortiment sie hauptsächlich anbietet. Rund 31 % der Teilnehmenden ordneten ihr Sortiment unter „Sonstiges" ein. Dabei handelte es sich insbesondere um Anbieter von Handyzubehör, Nähbedarf, Küchen, Antiquitäten sowie Dienstleister. Darüber hinaus gaben einige Händler an, ein Sortiment im Bereich medizinische und orthopädische Artikel anzubieten (rd. 12 %). Die weiteren Sortimente wurden mit einer Häufigkeit von rd. 2 % bis rd. 7 % genannt (s. Abbildung 46).

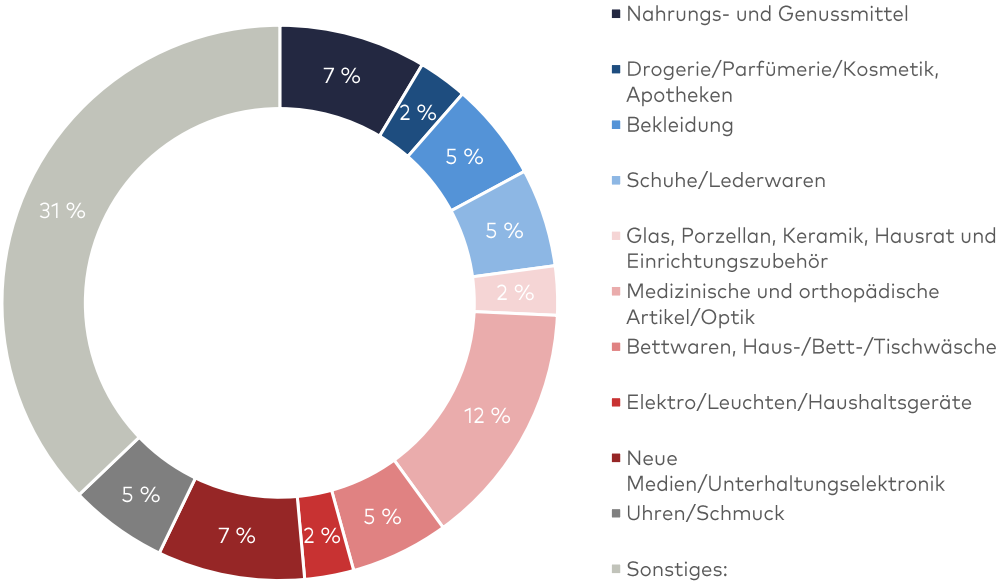


Abbildung 46: Sortiment (n = 42)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Verkehrsmittelwahl der Kunden

Des Weiteren wurde die Ansbacher Händlerschaft gefragt, welches Verkehrsmittel ihre Kundschaft üblicherweise nutzt, um in die Ansbacher Innenstadt zu gelangen. Die Händler und Händlerinnen gaben dabei an, dass rd. 92 % der Kundschaft häufig mit dem eigenen Fahrzeug in die Innenstadt gelangen. Rd. 81 % Kunden und Kundinnen legen den Weg in die Innenstadt häufig zu Fuß zurück, während ebenfalls rd. 65 % häufig mit dem (Lasten-) Fahrrad/Pedelec ins Innenstadtzentrum gelangen. Der ÖPNV spielt hingegen eine eher untergeordnete Rolle (s. Abbildung 47).

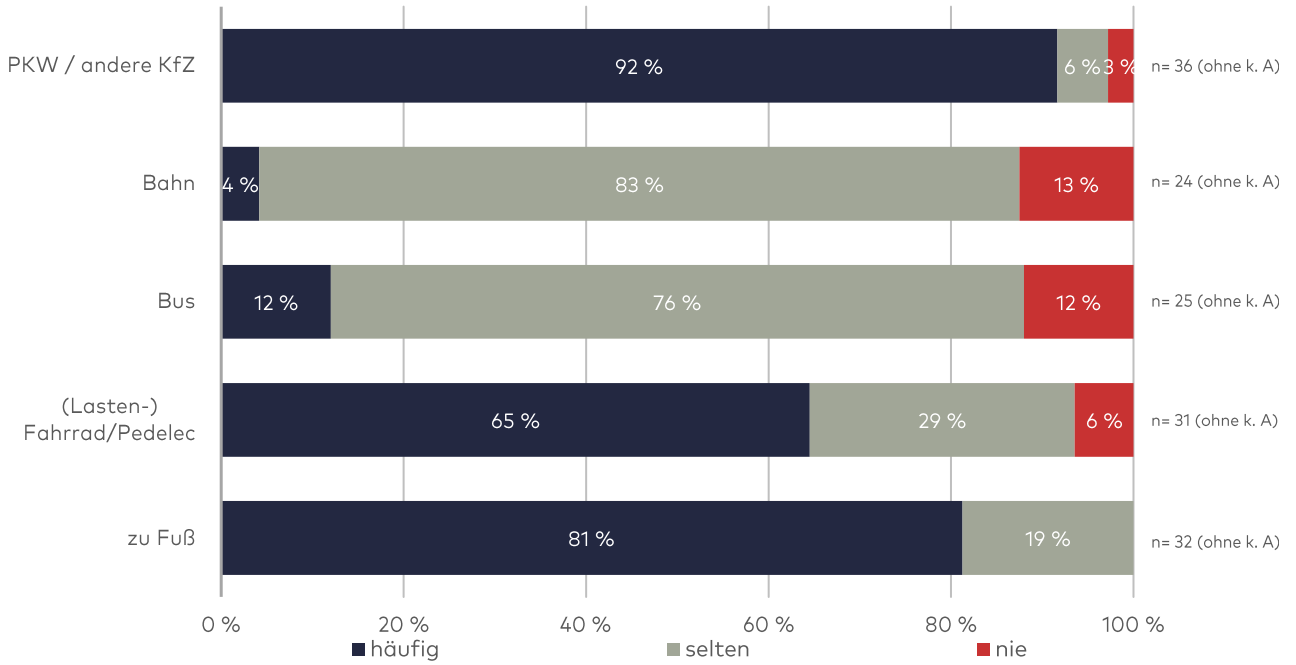


Abbildung 47: Verkehrsmittelwahl der Kunden

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Kundenherkunft

Rd. 95 % der befragten Händlerinnen und Händler gaben an, häufig Kunden zu bedienen, die direkt aus Ansbach stammen. Jeweils rd. 87 % der Händlerschaft gaben an, auch häufig Kundschaft aus den angrenzenden Gemeinden sowie dem näheren Umfeld Ansbachs zu bedienen. Was das weitere Umland Ansbachs betrifft, gaben rd. 61 % der Befragten Händlerinnen und Händler an, nur selten Kundschaft aus diesen Gebieten zu verzeichnen. Die meisten befragten Händlerinnen und Händler gaben an, nur selten auf Kundschaft aus dem sonstigen Deutschland sowie dem Ausland zu treffen. Einige Händler gaben an, nie Kunden aus diesen Gebieten zu bedienen (s. Abbildung 48)

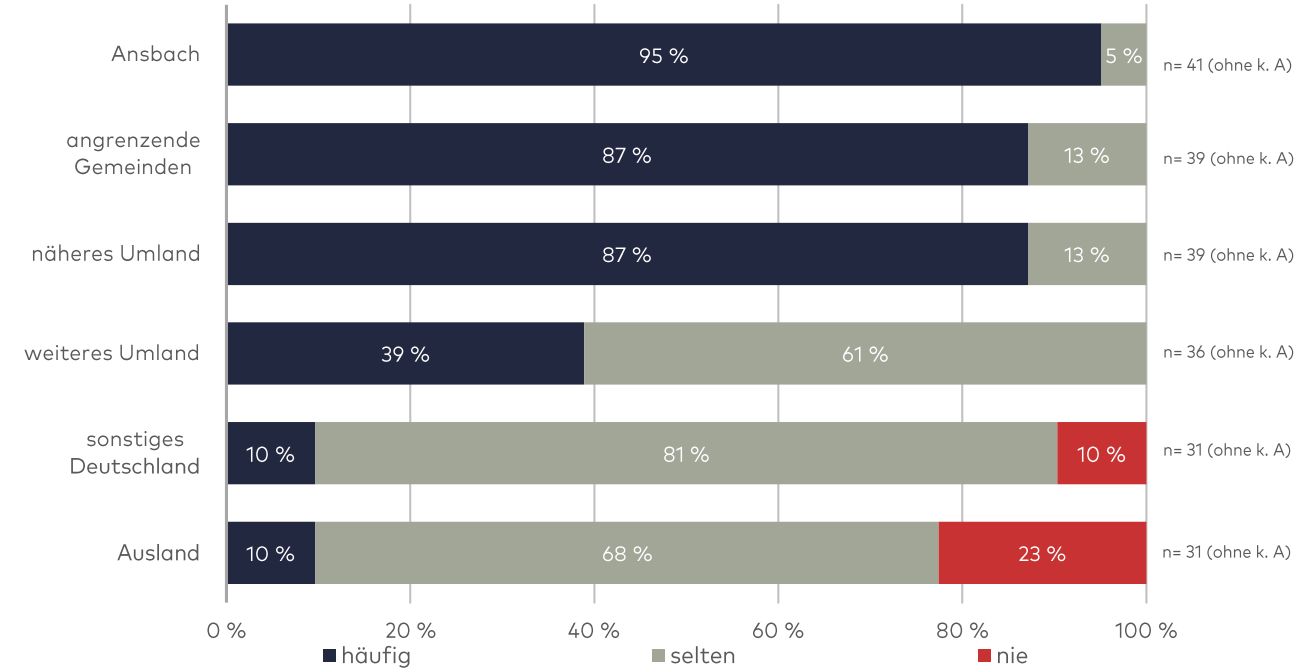


Abbildung 48: Kundenherkunft

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Betriebsalter

Die Teilnehmenden der Händlerbefragung wurden auch nach dem Alter ihres Betriebes gefragt. Mit rd. 30 % gab die Mehrheit an, dass ihr Geschäft sich seit 51 – 100 Jahren am heutigen Standort befindet. Damit verzeichnet die Ansbacher Innenstadt einen hohen Anteil an alteingesessenen Betrieben. Rd. 20 % der Betriebe bestehen seit 11-25 Jahren und rd. 15 % der Geschäfte wurden vor fünf oder weniger Jahren am aktuellen Standort eröffnet. Dies zeigt, dass sich der Einzelhandel der Ansbacher Innenstadt trotz der vielen alteingesessenen Geschäfte auch stetig verändert (s. Abbildung 49 links).

Betriebsnachfolge

Für fast die Hälfte der befragten Händlerschaft ist die Nachfolge für das Unternehmen bereits gesichert. 41 % der Teilnehmenden gaben an, dass die Nachfolge für sie keine Rolle spielt und 13 % finden derzeit keine/-n Nachfolger/-in (Vgl. Abbildung 49 rechts). Die Betriebsnachfolge stellt aktuell demnach nur für einen geringen Teil der Händler ein Problem da, ist aber dennoch nicht von der Hand zu weisen. Als zeitlichen Horizont für die Betriebsnachfolge gaben 24 % der Händler an, dass sich in den nächsten 5 – 10 Jahren die Frage einer Nachfolge stellen wird. Fast die Hälfte der Befragten gab jedoch an, dass dies erst zu einem späteren Zeitpunkt geschehen wird (s. Abbildung 50 links).

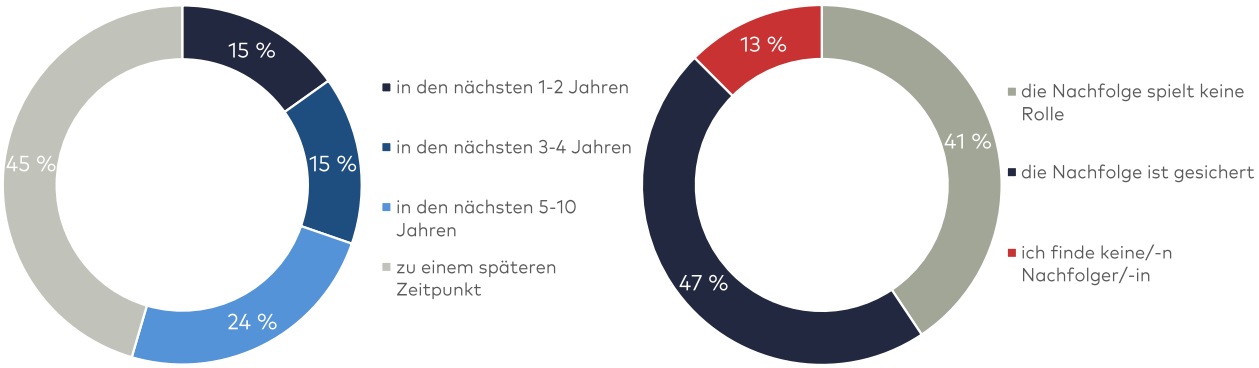


Abbildung 49: Zeitpunkt Betriebsnachfolge links (n = 32, ohne k.A.) und Betriebsnachfolge rechts (n = 32, ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Betriebsform

Auf die Frage nach ihrer Betriebsform gaben mehr als die Hälfte der befragten Händler an, dass sie ein selbstständiges Unternehmen ohne weitere Filialen führen. Weitere 21 % führen ebenfalls ein selbständiges Unternehmen, jedoch mit weiteren Filialen. Die restlichen Teilnehmenden gaben beispielsweise an, eine Filiale eines bundesweit bzw. überregional agierenden Unternehmens oder ein Franchiseunternehmen zu führen (s. Abbildung 50 rechts).

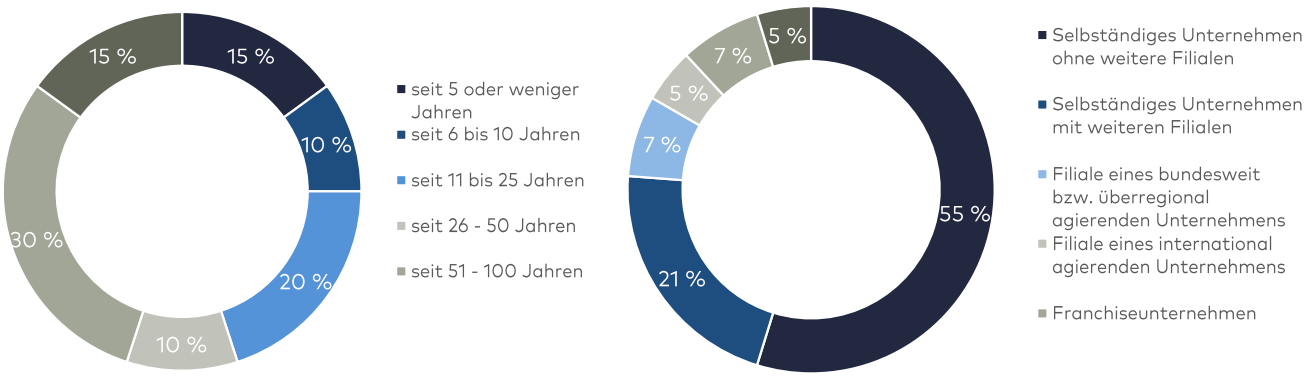


Abbildung 50: Betriebsalter links (n = 40) und Betriebsform rechts (n = 42)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Betriebsveränderungen

Einige Händler der Ansbacher Innenstadt haben in den vergangenen drei Jahren Veränderungen in ihrem Einzelhandelsbetrieb durchgeführt oder sie planen dies in den nächsten drei Jahren. Mehr als die Hälfte der Befragten haben bereits Umbaumaßnahmen bzw. eine Renovierung des Ladenlokals umgesetzt oder planen diese. Ebenfalls über 50 % der Händler hatte bereits eine Mitarbeiterschulung oder plant eine solche in der Zukunft. Eine Reduzierung der Anzahl der Mitarbeiter wurde bisher nur von 3 % der Teilnehmenden durchgeführt, ähnlich wie eine Verkaufsflächenverkleinerung (s. Abbildung 51).

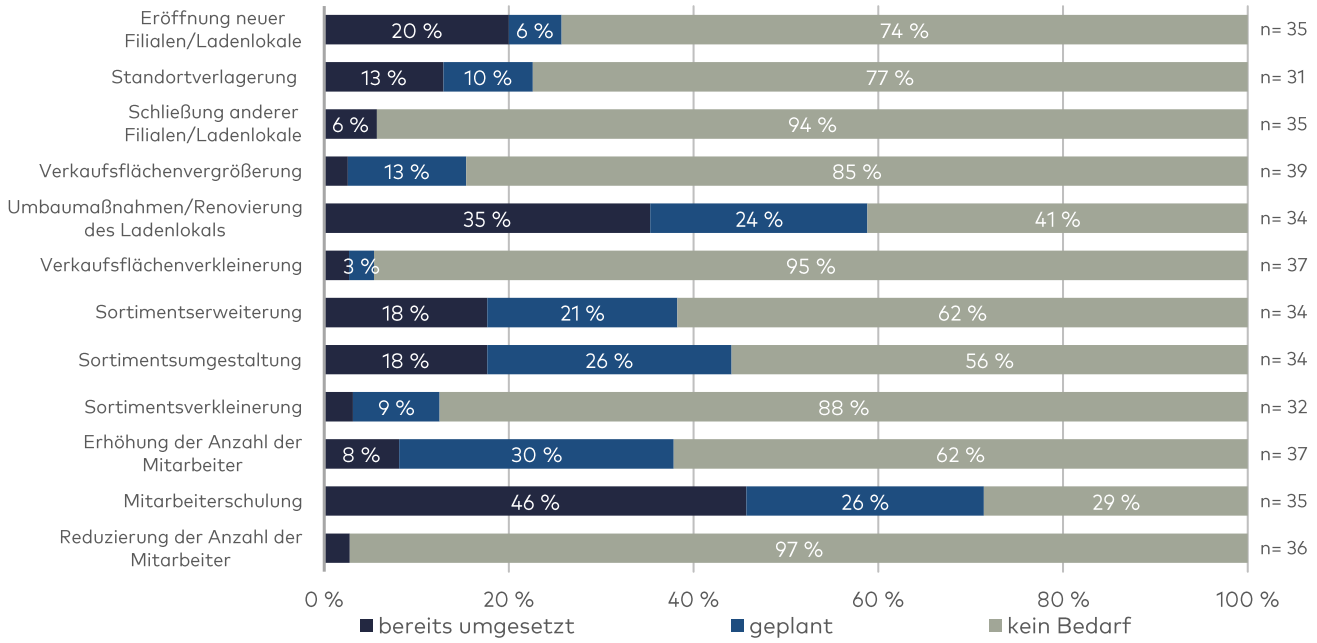


Abbildung 51: Betriebsveränderungen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Gründe für Betriebsveränderungen

Als Gründe für solche geplanten Änderungen nannten die meisten Händler die Anpassung an aktuelle Rahmenbedingungen. Eine wichtige Rolle für die befragte Händlerschaft spielen ebenfalls die Corona-Pandemie und beispielsweise Anpassung an Nachfrage (s. Abbildung 52).

Abbildung 52: Gründe für Betriebsveränderungen (n = 20)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Aktuelle wirtschaftliche Situation (vor und nach Corona)

Vor dem Beginn der Corona-Pandemiemaßnahmen befand der überwiegende Teil der teilnehmenden Händlerschaft die eigene wirtschaftliche Situation als gut oder sogar sehr gut (rd. 75 %). Nur 2 % der teilnehmenden Händler bewertete die Situation als ausreichend, niemand befand die Situation als mangelhaft (s. Abbildung 53 rechts). Im Vergleich zur aktuellen wirtschaftlichen Situation „nach Corona" wird deutlich, dass sich diese deutlich verschlechtert hat. Während nunmehr 22 % der Händler ihre wirtschaftliche Situation als ausreichend oder mangelhaft bezeichnen, stuft nur noch rd. ein Drittel diese positiv ein (s. Abbildung 53 links). Es zeigt sich deutlich eine erheblich verschlechterte wirtschaftliche Situation der Händler, die mit einem erhöhten Risiko von Betriebsaufgaben verbunden ist.

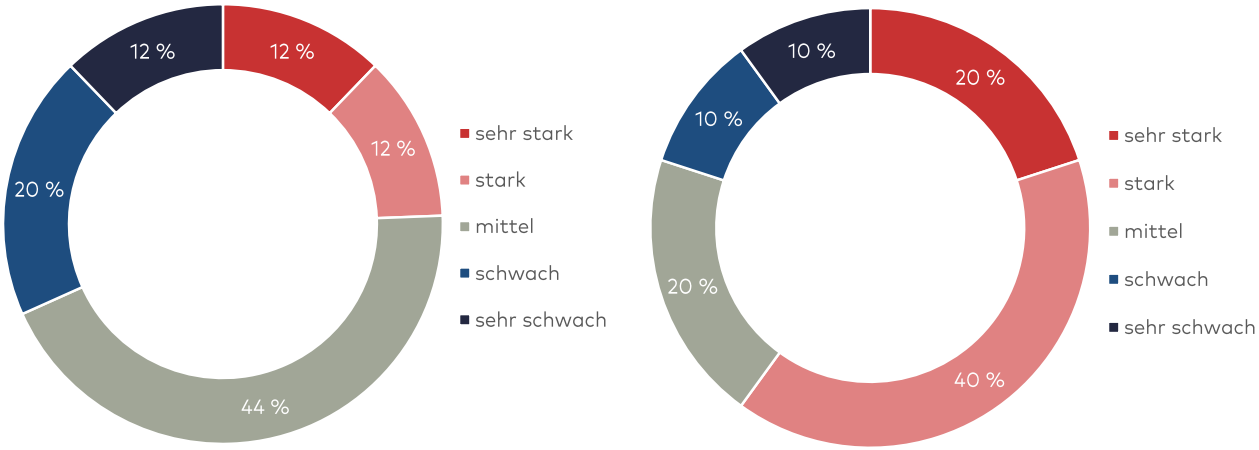


Abbildung 53: Aktuelle wirtschaftliche Situation links (n = 41, ohne k.A.) und Wirtschaftliche Situation vor Corona rechts (n = 41, ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Umsätze vor Corona und erwartete Umsätze

Die Umsätze der Einzelhandelsbetriebe sind in den drei Jahren vor dem Corona-Lockdown in rd. 55 % der Fälle gestiegen, während sie in rd. 22 % der Fälle ungefähr gleichgeblieben sind. Nur in rd. 22 % der Fälle stellten die Händler einen Rückgang der Umsätze fest (Vgl. Abbildung 54 links). Die aktuellen Erwartungen der Händlerschaft, was den Umsatz in den kommenden 2-3 Jahren angeht, fallen dagegen deutlich schlechter aus. Während nunmehr rd. 42 % der Händler und Händlerinnen damit rechnen, in den nächsten Jahren sinkende Umsätze zu verzeichnen, rechnen nur rd. 31 % mit steigenden Umsätzen (siehe Abbildung 55 rechts). Dies ist neben den Auswirkungen der Corona-Pandemie insbesondere auch auf die steigenden Umsatzanteile durch den Online-Handel (vgl. Abbildung 55) zurückzuführen.

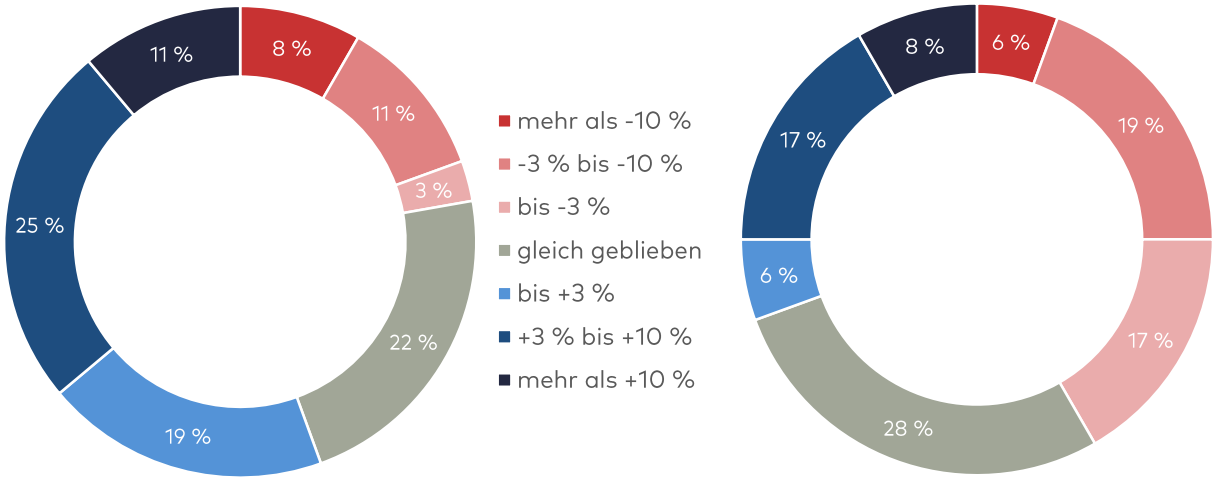


Abbildung 54: Umsätze vor Corona links (n = 36, ohne k.A.) und Erwartete Umsätze (n = 36, ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Konkurrenz durch Online-Handel

Die teilnehmende Händlerschaft wurde auch zum Thema Konkurrenzdruck befragt. Rd. 44 % der Befragten gaben an, dass der lokale Wettbewerb nur einen mittelmäßigen Konkurrenzdruck auf sie ausübt. Sehr starker Druck wird vom lokalen Wettbewerb auf rd. 12 % der teilnehmenden Händler ausgeübt, und rd. 20 % gaben an, nur schwachen Konkurrenzdruck zu erfahren (s. Abbildung 55 rechts). Deutlich stärker wird die Ansbacher Händlerschaft durch den Online-Handel beeinflusst. Dieser übt auf rd. 60 % der Händler einen starken bis sehr starken Druck aus, während nur rd. 20 % der Händlerschaft den Konkurrenzdruck als schwach oder sehr schwach empfinden (s. Abbildung 55).

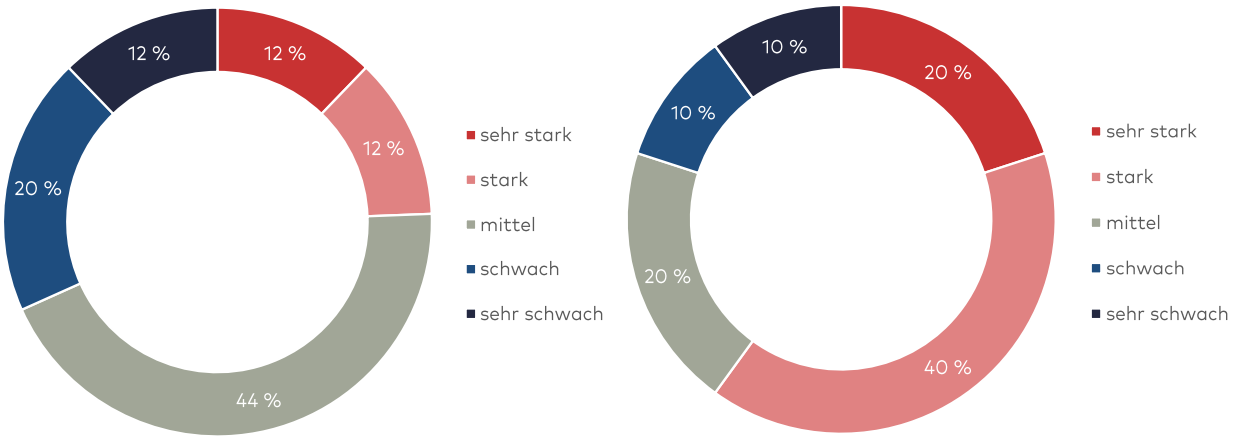


Abbildung 55: Konkurrenz durch lokalen Wettbewerb (n = 41, ohne k.A.) und durch den Online-Handel (n = 36, ohne k.A.)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Digitale Infrastruktur

Bezüglich der digitalen Infrastruktur gab die teilnehmende Händlerschaft des Innenstadtzentrums an, über grundlegende Optionen, wie eine eigene Website oder eine Social-Media-Präsenz zu verfügen. Tiefergehende Angebote, wie den Vertrieb über einen Onlinemarktplatz oder die Preisvergleichsseiten nutzen nur wenige der befragten Händler (s. Abbildung 56).

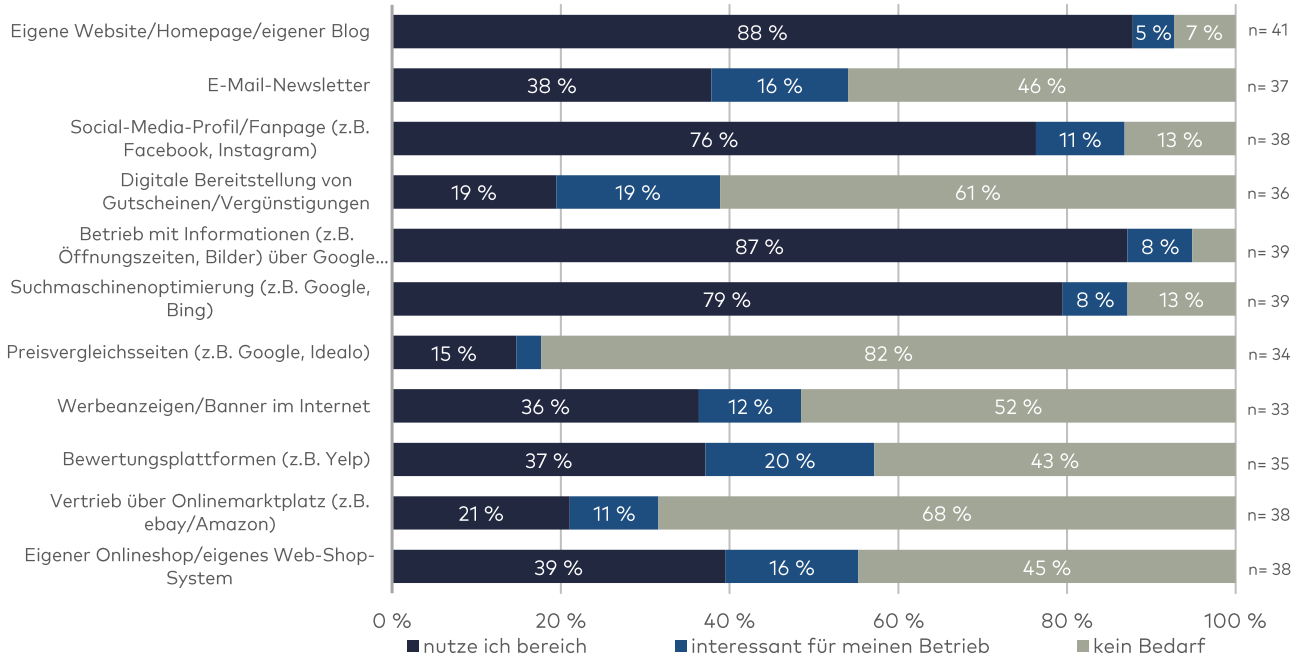


Abbildung 56: Digitale Infrastruktur
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Wichtige Aspekte

Im Rahmen der Händlerbefragung wurden die Teilnehmenden gebeten, anzugeben, welche Aspekte ihnen für die Ansbacher Innenstadt besonders wichtig sind. Mit 14 % wählten hierbei die meisten Händler für das Einzelhandelsangebot. Etwa 11 % der Befragten gaben an, dass ihnen das Gastronomische Angebot in der Innenstadt von Ansbach besonders wichtig ist. Eine weitere wichtige Rolle spielen außerdem unter anderem die Aufenthaltsqualität bzw. Atmosphäre und der Gesamteindruck der Innenstadt (s. Abbildung 57).

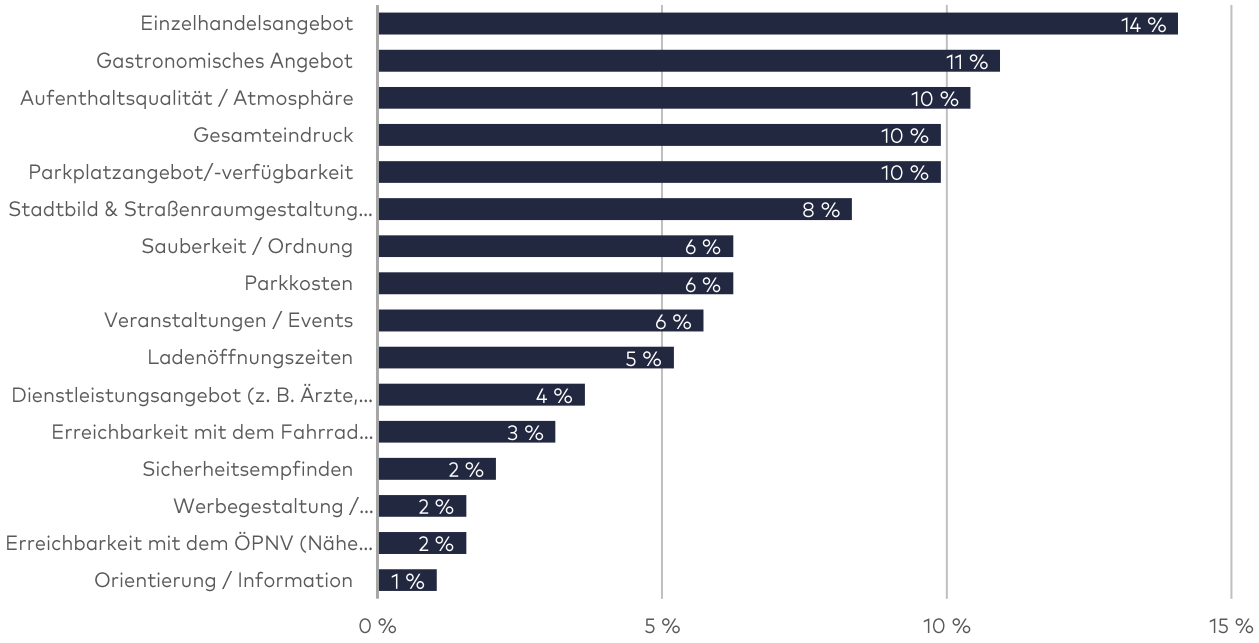


Abbildung 57: Wichtige Aspekte (n = 192)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

Wünsche

Am Ende der Händlerbefragung konnte die Händlerschaft offene Wünsche und Ideen für die zukünftige Entwicklung der Ansbacher Innenstadt formulieren. Die geäußerten Wünsche und Ideen betrafen dabei insbesondere die Themenfelder Erreichbarkeit, Attraktivität/Gestaltung sowie die Einzelhandelssituation in der Innenstadt (s. Abbildung 58).

Abbildung 58: Wünsche (n = 28)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Händlerbefragung Stadt + Handel 07/2022.

4.5.4 Zentrenspaziergang

Am 20.09.2022 wurde in der Ansbacher Innenstadt von 17:00-20:00h ein Zentrenspaziergang durchgeführt, um vor Ort mit innenstadtrelevanten Stakeholdern über Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Ansbacher Innenstadt zu sprechen und zu diskutieren. Am Zentrenspaziergang nahmen rd. 15 Personen aus den Bereichen Handel, Gastronomie, Dienstleistung, Kunst und Kultur sowie Immobilien, Jugend, Senioren, Inklusion und die Projektbeteiligten der Stadt Ansbach teil. Der Spaziergang startete mit einem Impulsvortrag zu den aktuellen

Trends und Entwicklungen in der Handelslandschaft, bevor der eigentliche Rundgang entlang der zentralsten Lagen und Platzsituationen der Ansbacher Innenstadt startete (Vgl. Abbildung 59). Dabei wurden insgesamt fünf Stationen eingelegt, an welchen die Teilnehmenden über die Situation der Ansbacher Innenstadt diskutierten.

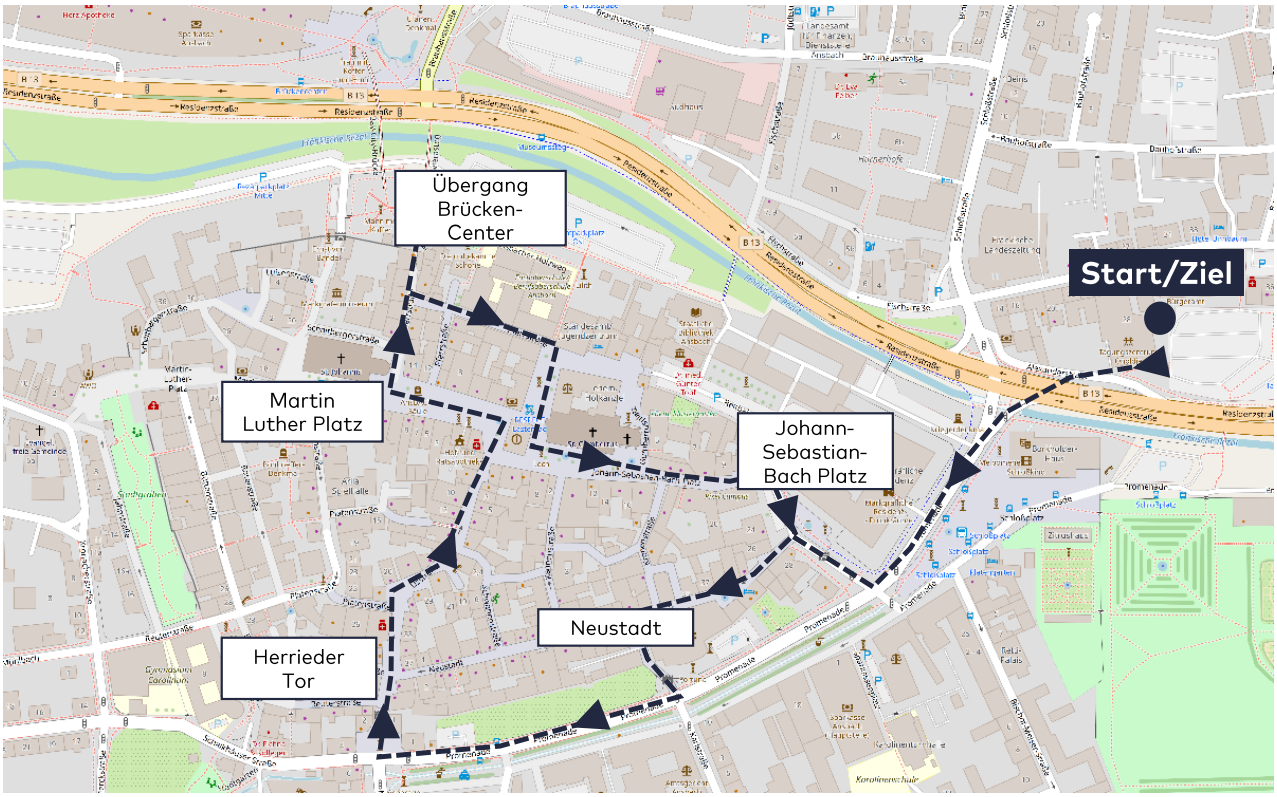


Abbildung 59: Route des Zentrenspaziergangs am 20.09.2022
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Der Zentrenspaziergang durch die Ansbacher Innenstadt ergab viele wichtige Aussagen, welche sich oftmals mit den weiteren durchgeführten Analysebausteinen decken und diese stützen. Die Kernaussagen beinhalteten insbesondere die Wünsche, eine höhere Aufenthalts- und Verweilqualität in der Ansbacher Innenstadt zu erzeugen, mehr Angebote und Aufenthaltsräume für Kinder und Jugendliche zu schaffen, die zentralen Platzsituationen insbesondere auch in den Abendstunden zu beleben sowie mehr Grün in der Stadt zu installieren (Vgl. Abbildung 60).

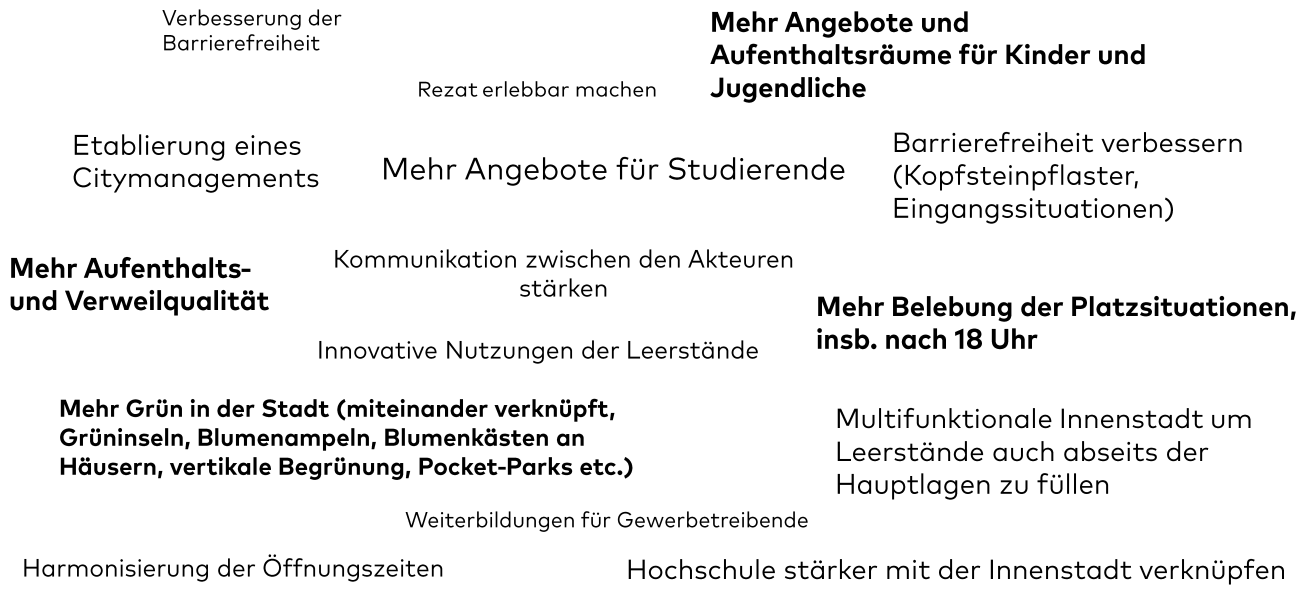


Abbildung 60: Kernaussagen des Zentrenspaziergangs
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

4.5.5 Experteninterviews

Zur punktuellen Ergänzung der Ergebnisse der Befragungen sowie des Zentrenspaziergangs wurden insgesamt sechs Experteninterviews mit wichtigen Stakeholdern durchgeführt, welche aus unterschiedlichen Perspektiven Bezüge zu dem innerstädtischen Einzelhandel und der Stadtentwicklung in Ansbach aufweisen. Die Teilnehmenden waren Vertreter der IHK Ansbach, des Kulturforums Ansbach, der SonnenZeit Ansbach, der Fachschaft der Hochschule Ansbach, sowie Vertretern aus Gastronomie und Einzelhandel. Das Ziel der Gespräche bestand darin, weitere ortsspezifische Erkenntnisse und fachliche Einschätzungen zu erlangen.

Die Experten identifizierten verschiedene Alleinstellungsmerkmale, welche die Ansbacher Innenstadt von anderen Städten abheben, darunter insbesondere das historische Ambiente der Ansbacher Altstadt. Auch die räumliche Nähe von Altstadt und Brücken-Center wurde positiv als Alleinstellungsmerkmal hervorgehoben. Die Stadt Ansbach hat durch ihr weitläufiges und eher ländlich geprägtes Umland ein weites Einzugsgebiet und sticht durch die Individualität und Spezialität der Einzelhandelsangebote insbesondere in der Altstadt hervor. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal ist der Verwaltungsschwerpunkt der Stadt Ansbach.

Im Rahmen der Expertengespräche wurde auch auf Stärken und Schwächen der Ansbacher Innenstadt eingegangen, welche im Folgenden dargestellt werden (vgl. Abbildung 61). Als wichtigste Stärken wurden dabei das Brücken-Center, auch durch seine räumliche Nähe zur Ansbacher Altstadt, sowie die Schönheit der Innenstadt durch ihr historisches Ambiente genannt. Auch der Stadtumbau der Ansbacher Innenstadt wurde positiv bewertet, da insbesondere die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt durch die Maßnahmen gestärkt wird. Gleichzeitig wurde in Bezug auf die Bauarbeiten von den Experten negativ wahrgenommen, dass diese zu lange dauern und mangelhaft koordiniert sind. Auch das Thema „Nahversorgung" in der Innenstadt wurde von den Experten eher negativ bewertet. Ein weiterer prägnanter Punkt ist die Beziehung zwischen Altstadt und Brücken-Center, die lt. der Experteninterviews derzeit eher als Konkurrenzbeziehung ausgeprägt ist. Die Experten wünschen sich, dass die räumliche Nähe der beiden Lagebereiche

als Potenzial anerkannt und die Beziehung zwischen den Lagebereichen zu einer Symbiose ausgebaut wird.

Abbildung 61: Experteninterviews – Stärken und Schwächen der Ansbacher Innenstadt
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie ergeben sich laut Experten diverse Herausforderungen für das Innenstadtzentrum von Ansbach, um nach der Krise die Wettbewerbsfähigkeit wiederherzustellen. Als zentrale Schwerpunkte werden hierbei das Zurückholen und Binden der Kundschaft in die Ansbacher Innenstadt angesehen, da ein großer Teil der Kundschaft während der Pandemie auf den Online-Handel ausgewichen ist. Hierbei gilt es, einen Mehrwert gegenüber dem Online-Handel zu schaffen, was durch mehr Vielfalt in der Ansbacher Innenstadt und der Offenheit gegenüber neuen Ideen gelingen kann.

Die Zielgruppe der Einzelhandelsangebote sowie der zentrenergänzenden Funktionen ist derzeit auf ein mittleres bis älteres Publikum ausgelegt. Die Experten sehen hierbei Entwicklungsmöglichkeiten hin zu einer breiteren Zielgruppe, die auch Angebote für beispielsweise Familien und Studierende bereithält.

Weiter gaben die Experten konkrete Verbesserungsvorschläge, wie etwa die Schaffung von mehr Vielfalt im Einzelhandel, etwa durch Pop-Up Stores und die Stärkung besonderer Ideen. Auch die Multifunktionalität der Innenstadt soll beispielsweise durch die Verknüpfung des Handels mit Dienstleistungen und Gastronomie weiter ausgebaut werden. Veranstaltungen und kulturelle Events sollen als Frequenzbringer für die Innenstadt gestärkt und auf ein breiteres Zielpublikum ausgelegt werden, also auch Kinder und Jugendliche miteinschließen. Die Aufenthaltsqualität der Ansbacher Innenstadt ist weiterhin durch die Installation von mehr Grün zu stärken. Die Parksituation, die derzeit von mehreren Experten negativ bewertet wird, sollte durch die Schaffung zusätzlicher Parkflächen, günstigeren Parkkosten sowie der qualitativen Verbesserung der Parkflächen verbessert werden. Darüber hinaus kam die Idee auf, Paten für beispielsweise öffentliche Plätze oder die Begrünung zu ernennen, welche sich um diese kümmern.

Das Thema Nahversorgung wurde von den Experten differenziert betrachtet. Zum einen wurde die Nahversorgung als ausreichend bezeichnet, während teilweise auch Optimierungspotenziale ersichtlich werden, etwa durch die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes im Bereich der Altstadt, beispielsweise aber auch durch Kleinflächenkonzepte. Dennoch waren sich alle Experten

darin einig, dass die ansässigen Betriebe der Lebensmittelnahversorgung gesichert und gestärkt werden sollen.

4.5.6 Markenportfolioanlayse

Zur weiteren Bewertung der Angebotsstrukturen im Ansbacher Einzelhandel wurde eine Markenportfolioanalyse durchgeführt, welche sich aus drei wesentlichen Bausteinen zusammensetzt. Zunächst wurde das Markenportfolio der Einzelhandelsangebote der Ansbacher Innenstadt geprüft, darauf aufbauend fand ein Branchencheck statt. Abschließend vervollständigt eine Gastronomieanalyse das Gesamtbild der Angebotsstrukturen.

Die Ansbacher Innenstadt wird durch einen differenzierten Betriebstypenmix geprägt, welcher sich aus einigen großflächigen Anbietern sowie zahlreichen kleineren Fachgeschäften und Betrieben des Ladenhandwerks zusammensetzt. Dabei ist festzustellen, dass die filialisierten Betriebe sich hauptsächlich im Ansbacher Brücken-Center befinden, während in der Altstadt inhabergeführte Betriebe vorherrschen. Dies ist durch die historische Bausubstanz der Ansbacher Altstadt zu begründen, durch die kleinteilige Betriebsgrößen dominieren, welche die Ansiedlung von Filialisten erschweren, da diese Betriebsformate meist deutlich größere Geschäfteflächen nachfragen.

Im Bereich Bekleidung ist in der Ansbacher Innenstadt ein eher geringer Anteil an filialisierten Angeboten vorhanden (Vgl. Abbildung 62). Zudem wird deutlich, dass insbesondere Bekleidungsmarken, die ein discountorientiertes bis standardisiertes Preis- sowie Qualitätsniveau aufweisen, mit einem eigenen Ladengeschäft in der Ansbacher Innenstadt vertreten sind. Für den hochwertigen und exklusiven Bedarf gibt es aktuell keine Angebote. Gerade hier besteht aufgrund des touristischen Potenzials der Ansbacher Innenstadt die Möglichkeit, das Angebot durch weitere Ansiedlungen im mittleren bis hohen Preissegment attraktiver zu machen. Es ist jedoch anzumerken, dass neben den Fachgeschäften viele Modemarken auch als Shop-in-Shop Konzepten (z.B. TC Buckenmaier, Wöhrl, Modehaus Rummel) geführt werden. Für den Markencheck werden hingegen nur Einzelbetriebe aufgeführt.

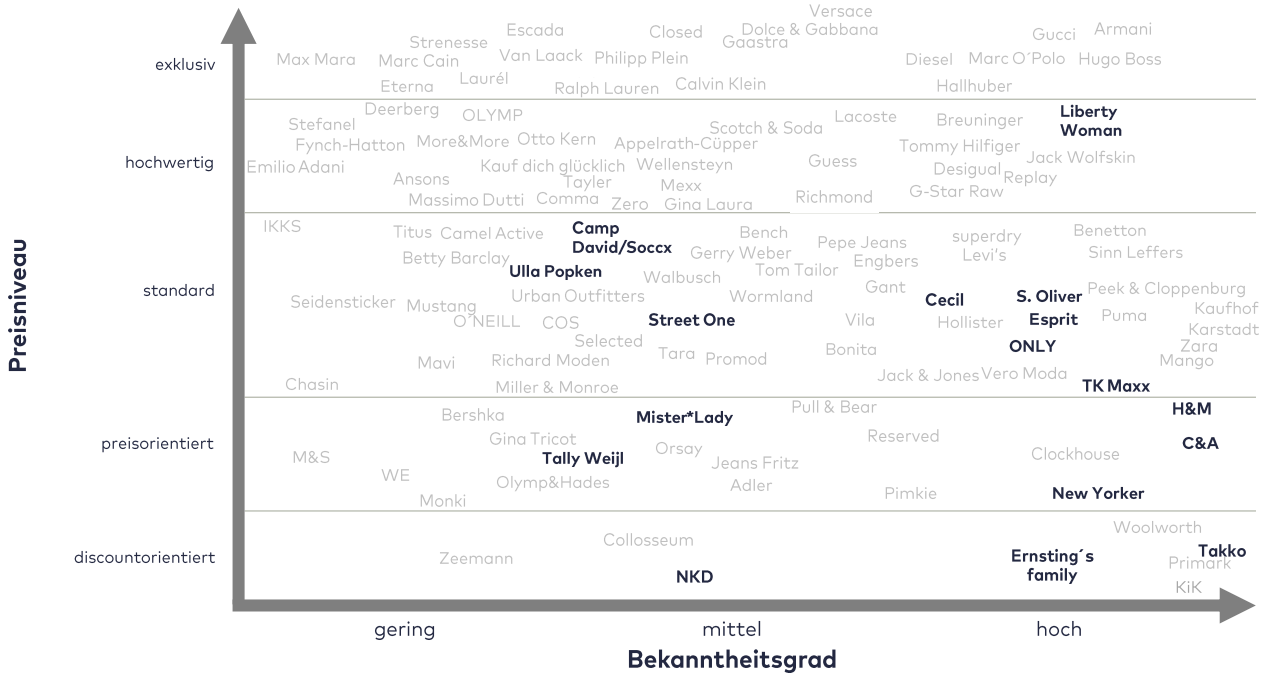


Abbildung 62: Markencheck – Bekleidung
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Für die Warengruppe Schuhe/Lederwaren zeigt sich deutlich, dass in der Ansbacher Innenstadt neben Deichmann keine Filialisten angesiedelt sind (Vgl. Abbildung 63). Mehrere inhabergeführte Schuhgeschäfte bieten dennoch ein breites Markenspektrum an.

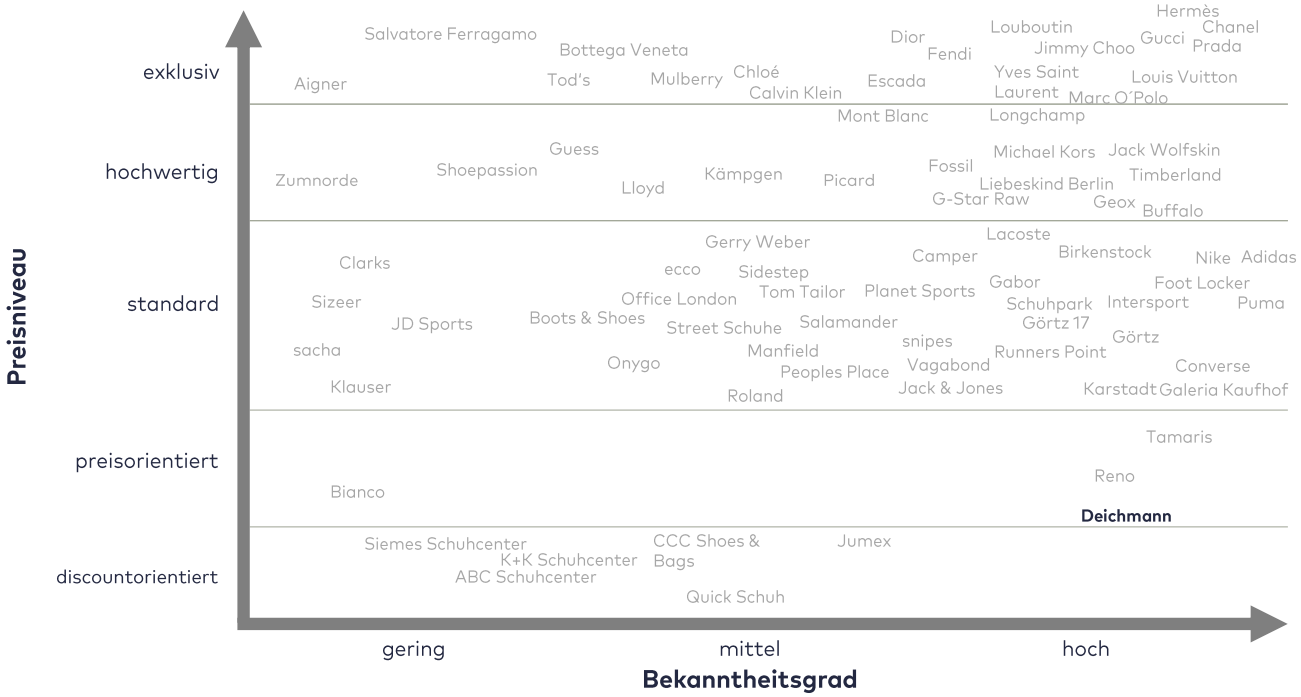


Abbildung 63: Markenckeck – Schuhe/Lederwaren
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Für die Warengruppe Unterhaltungselektronik findet sich in Ansbach ein gutes Angebot an Filialisten durch Saturn im Brücken-Center, Euronics in der Altstadt sowie mehrere Filialisten im Telekommunikationsbereich (Vgl. Abbildung 64). Im

Bereich der Schmuckmarken ist mit Bijou Brigitte aktuell nur ein Filialist im discountorientierten Preissegment in der Innenstadt angesiedelt. Weiterentwicklungsmöglichkeiten bestehen hier vor allem für die Ansiedlung von Filialisten im mittleren und niedrigen Preissegment.

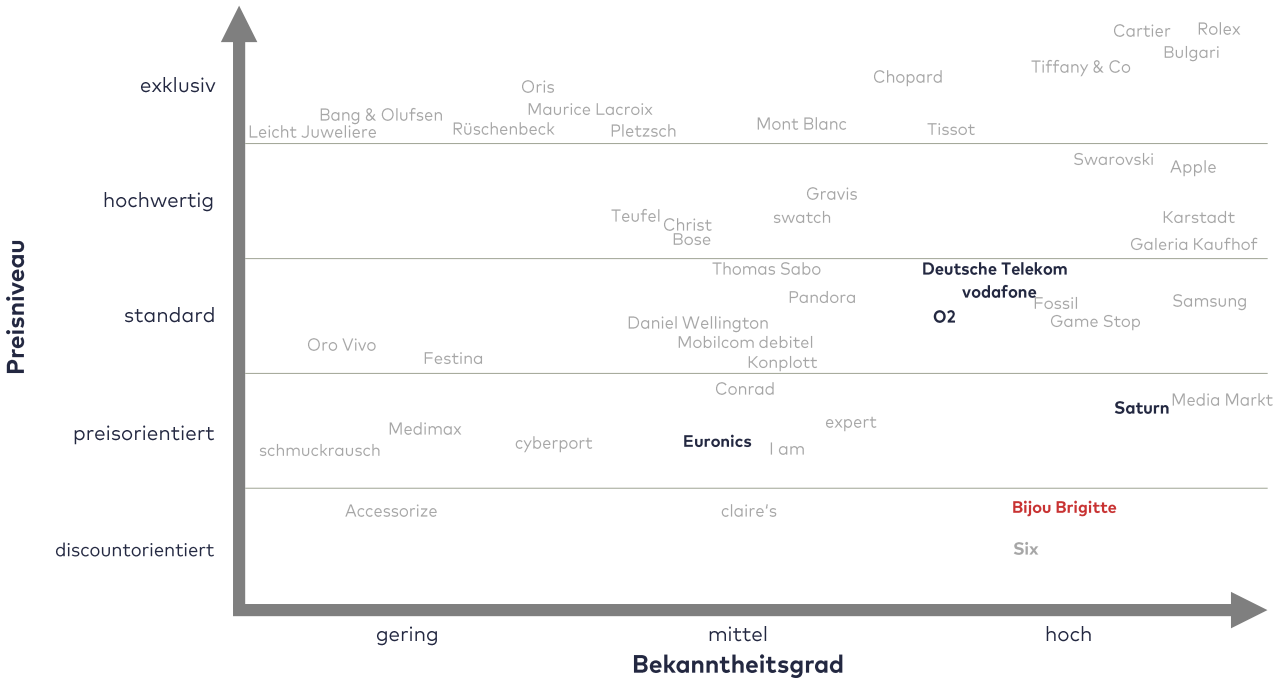


Abbildung 64: Markenckeck – Unterhaltungselektronik/Schmuck
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zusammenfassend ergibt der Markencheck für die Ansbacher Innenstadt, dass im Vergleich zur Stadtgröße nur wenige filialisierte Einzelhändler im zentralen Versorgungsbereich vertreten sind und dass sich diese insbesondere im Brücken-Center befinden. Vor allem im Bereich Schuhe/Lederwaren ist das Angebot mit nur einem Filialisten gering ausgeprägt. Dennoch werden in der Ansbacher Innenstadt in Fachgeschäften sowie den großflächigen Modehäusern in Altstadt und Brücken-Center diverse Marken geführt, welche über kein eigenes Ladengeschäft in Ansbach verfügen.

Aufbauend auf der Markenportfolioanalyse wurde ein Branchencheck für die Ansbacher Innenstadt durchgeführt. Dabei wurden für ausgewählte Sortimentsbereiche die verschiedenen Betriebstypen auf vorhandene Angebote in der Ansbacher Innenstadt geprüft.

Das Angebot im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich in der Ansbacher Innenstadt durch zahlreiche Betriebe des Lebensmittelhandwerks, sowie einiger Spezialgeschäfte wie z.B. Ansbach unverpackt und Weinkontor Ansbach. Die Bestandsstrukturen sind überwiegend kleinteilig. Derzeit ist das E-Center im nördlichen Bereich des ZVB der einzige strukturprägende Lebensmittelmarkt, ein weiterer Vollsortimenter ist im Brücken-Center als Nachnutzung des ehemaligen real-Marktes geplant. Damit befindet sich aktuell kein strukturprägender Lebensmittelmarkt im Bereich der Altstadt. Im gesamten ZVB gibt es darüber hinaus kein discountorientiertes Lebensmittelangebot (Vgl. Abbildung 65).

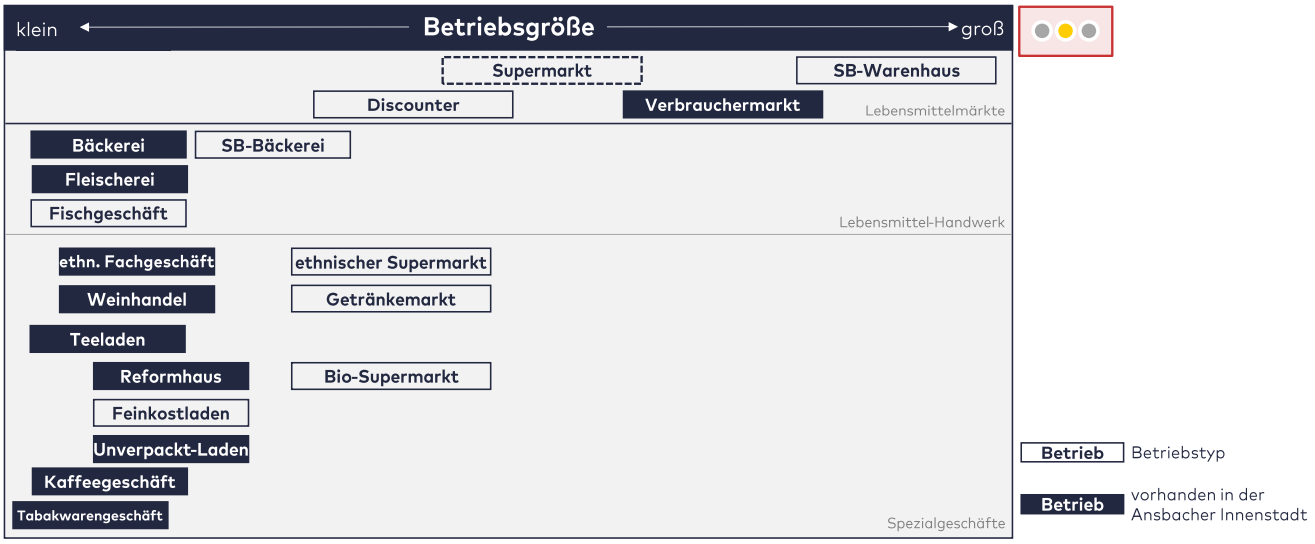


Abbildung 65: Branchenkeck – Nahrungs- und Genussmittel
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im **sonstigen kurzfristigen Bedarf** gibt es derzeit mehrere Floristikangebote in der Ansbacher Innenstadt. Angebote im Bereich zoologischer Bedarf fehlen. In der Warengruppe Drogeriewaren/Kosmetik/Parfümerie, Apotheken herrscht ein gutes Angebot durch Müller, Douglas, Rituals sowie mehrere Apotheken vor. Auch im Bereich Medizinischer/orthopädischer Bedarf ist das Angebot mit Optikern, Hörgeräteakustikern sowie einem orthopädischen Schuhgeschäft derzeit gut (Vgl. Abbildung 66).

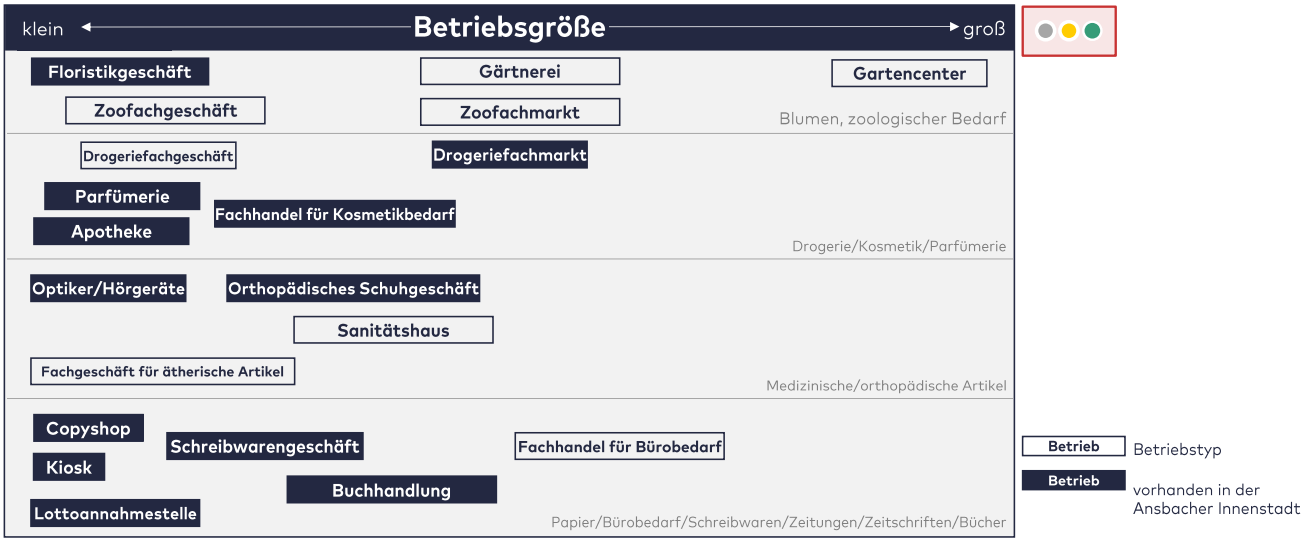


Abbildung 66: Branchenkeck – weitere Sortimente des kurzfristigen Bedarfs
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Sortiment **Bekleidung** gibt es in der Ansbacher Innenstadt ein breites Angebot, insbesondere durch die hohe Anzahl inhabergeführter Fachgeschäfte, lokaler Modehäuser und einiger Filialisten. Das Angebot konzentriert sich vor allem auf ein mittleres bis älteres Zielpublikum, für junge Menschen gibt es nur wenige Angebote. Das Angebot an Bekleidung ist damit aktuell bereits gut, dennoch bestehen Weiterentwicklungsmöglichkeiten insbesondere durch die Ansiedlung weiterer Filialisten sowie eine Verbreiterung der Zielgruppe (Vgl. Abbildung 67).

Abbildung 67: Branchenckeck - Bekleidung
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ist das Einzelhandelsangebot in Anbetracht der Stadtgröße Ansbachs derzeit ausreichend. Im Wesentlichen bestehen mehrere Fachgeschäfte und kleinere Fachmärkte. Das Angebot kann gegebenenfalls durch die Ansiedlung weiterer Schuhfilialisten ergänzt werden. Für die Sortimente **GPK, Hausrat, Einrichtungszubehör** gibt es Angebotsstrukturen durch mehrere kleine Fachgeschäfte, den Betrieb S-Kultur im Brücken-Center, die Filialisten TEDi und Action, sowie das Randsortimentsangebot des Müller-Marktes. Zur Abrundung des Angebotes könnten weitere Fachgeschäfte für die Bereiche Einrichtungszubehör/Möbel oder GPK angesiedelt werden (Vgl. Abbildung 68).

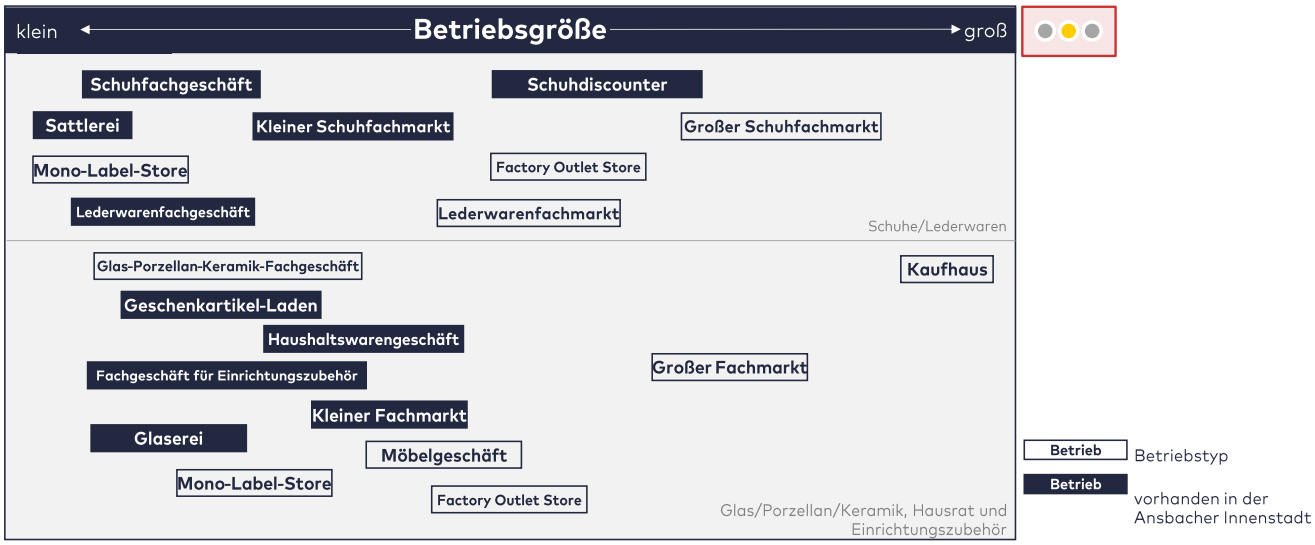


Abbildung 68: Branchenckeck – weitere Sortimente des mittelfristigen Bedarfs I
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Für die Sortimentsbereiche **Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, Sport und Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche (HBT)** des mittelfristigen Bedarfs sind in der Ansbacher Innenstadt gute Angebotsstrukturen vorhanden. Diese stellen einen Mix aus kleinteiligen Fachgeschäften und größeren Fachmärkten dar (Vgl. Abbildung 69).

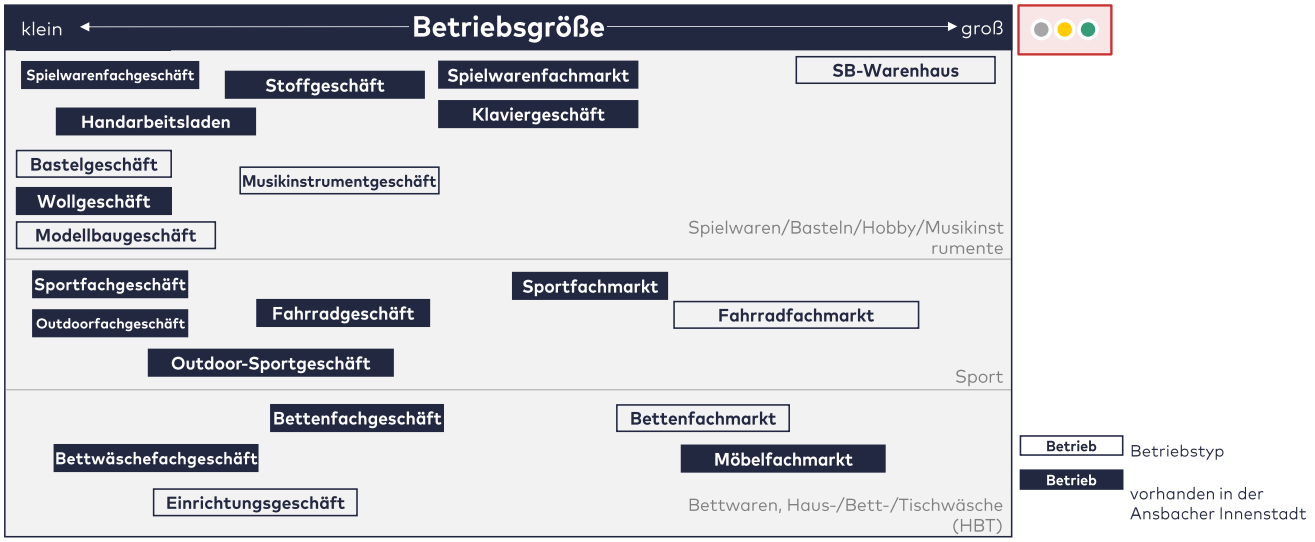


Abbildung 69: Branchenckeck – weitere Sortimente des mittelfristigen Bedarfs II
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** bestehen im Sortimentsbereich Elektronik/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik aktuell Angebotsstrukturen insbesondere durch Saturn im Brücken-Center, durch mehrere Telekommunikationsgeschäfte sowie als Randsortiment des Müller Fachmarktes. Weiterentwicklungsmöglichkeiten bestehen durch die Ansiedlung spezialisierter, kleinerer Anbieter. Im Sortimentsbereich Uhren/Schmuck sind im Bereich Schmuck diverse Anbieter vertreten, welche einen guten Betriebstypenmix erzeugen. Der Bereich Uhren wird ebenfalls über die Juweliere abgedeckt.

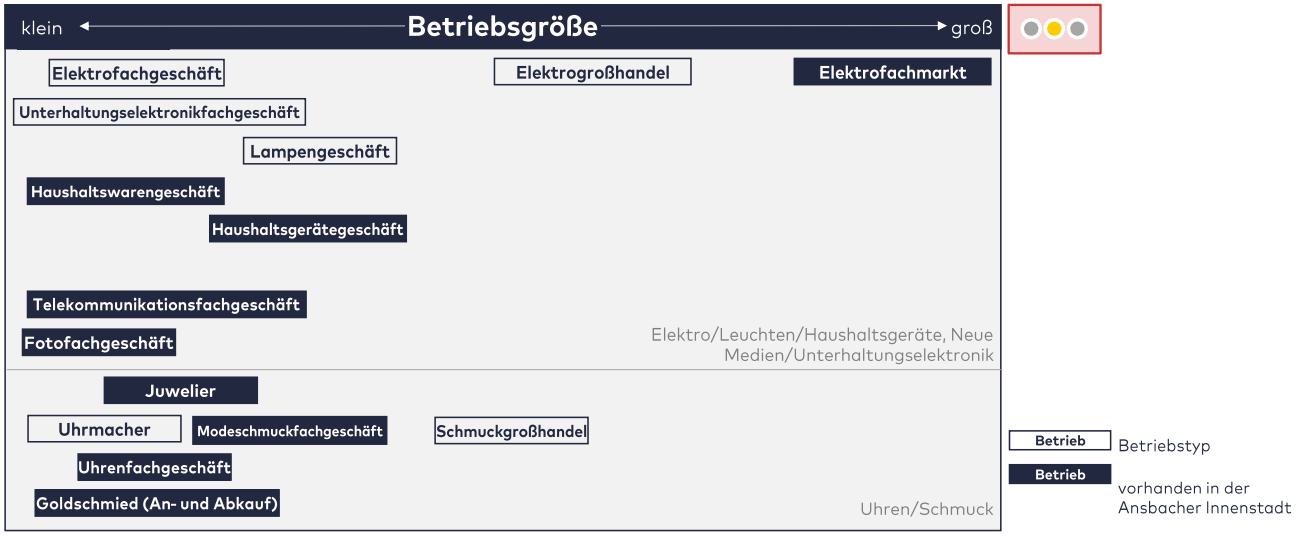


Abbildung 70: Branchenckeck – Sortimente des langfristigen Bedarfs
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Der Branchencheck für Ansbach zeigt, dass in den meisten Warengruppen derzeit ein guter Betriebsgrößenmix vorherrscht und dass in allen untersuchten Branchen Angebote in Ansbach vertreten sind. Entwicklungsperspektiven ergeben sich branchenspezifisch durch die Ansiedlung weiterer Filialisten oder Fachgeschäfte, um das derzeitige Angebot weiter zu attraktiveren.

Speisegastronomen sind Gastgeber des Zentrums. Speiseangebote können die Aufenthaltsdauer verlängern und für Aufenthaltsqualität sorgen. Insbesondere in den Abendstunden und an Wochenenden tragen sie zur Belebung der Innenstadt

bei. Um nachfolgend Aussagen über das derzeitige Gastronomieangebot in der Ansbacher Innenstadt zu treffen, wurde die Funktionsstruktur der Ansbacher Gastronomie analysiert. Hierfür wurde für alle Branchen im Gastronomiebereich geprüft, ob es in der Ansbacher Innenstadt derzeit Angebote für die relativen Preisniveaus „preisorientiert", „standardisiert" und „hochwertig" gibt (Vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Gastronomieangebot der Ansbacher Innenstadt

Branche	Betriebstyp	relatives Preisniveau		
		preisorientiert	standard	hochwertig
Speisewirtschaften	Imbiss	■	■	□
	Kantine	□	■	□
	Schnellrestaurant	□	■	□
	Fast-Casual-Restaurant	□	□	□
	Restaurant	■	■	■
	Fine Dining Restaurant	□	□	□
Hybride	Eisdiele	□	■	□
	Café	□	■	■
	Bistro	□	□	□
	Resto-Bar	□	□	□
	Shisha-Bar/Lounge	□	■	□
Schankwirtschaften	Kneipe	□	■	□
	Biergarten	□	■	□
Unterhaltungsgastronomie	Bar	□	■	□
	Tanzlokal	□	□	□

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

In der Ansbacher Innenstadt gibt es bereits ein gutes Gastronomieangebot, welches sich insbesondere auf standardisierte Angebote konzentriert. Weiterentwicklungsmöglichkeiten bestehen vor allem in den Bereichen fast-Casual-Restaurant (oft verbunden mit entsprechendem Ladendesign), Bistro und Resto-Bars. Denkbar sind auch Pop-Up-Gastronomie oder hybride Konzepte aus Gastronomie und Einzelhandel.

4.5.7 Nutzungs- und Immobilienqualitätscheck

Zur weiteren Beurteilung der funktionalen Qualität der Ansbacher Innenstadt wurde ein Nutzungs- und Immobilienqualitätscheck durchgeführt. Dabei wurden

verschiedene Aspekte der Ansbacher Innenstadt, insbesondere in Bezug auf die Qualität der Einzelhandelsimmobilien analysiert und bewertet.

SICHTBARKEIT/ERSCHLIEßUNG

- Weitläufige Platzsituationen über den gesamten ZVB verteilt
- Brücken-Center mit hoher Sichtbarkeit durch exponierte Lage an der B 14
- Eingangssituationen in den zentralen Altstadtbereich in den meisten Fällen gut erkennbar, lediglich im Westen etwas schwieriger
- Teils eingeschränkte lageübergreifende Sichtbarkeit im Bereich des Altstadtkerns durch Weitläufigkeit, z.T. topografische Lage und Vielzahl an verwinkelten kleinen Gassen
- Große Bereiche des Altstadtkerns als Fußgängerzone
- Beschilderungen im gesamten Innenstadtbereich vorhanden
- Randlagen der Altstadt sehr weitläufig, breite Gehsteige und gute Sichtbarkeit

Exemplarische städtebauliche Situation

Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

HANDELSFASSADEN

- Viele historisch bedeutsame und ansprechend gestaltete Fassaden vorhanden
- Historischer Charakter der Immobilien erzeugt eine hohe Homogenität in der Innenstadt in den zentralen Lagen
- Großteils farbenfrohe und gepflegte Fassadengestaltung
- Brücken-Center als Shopping-Center als eigener städtebaulicher Bereich
- z.T. jedoch auch sanierungsbedürftige Immobilien und Fassaden (insb. in den Neben- und Randlagen)
- Hohes Maß an Immobilien mit unterdurchschnittlicher baulicher Qualität in Randlagen des Innenstadtbereichs (v.a. Wohnnutzung)
- Qualität der Handelsfassaden nimmt in auslaufenden Randbereichen der Innenstadt z.T. ab

Exemplarische städtebauliche Situation

Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

BARRIEREFREIHEIT

- Ladenlokale teils barrierefrei durch breite, ebenerdige Zugänge, teils nicht barrierefrei durch Stufen, Treppen und enge Eingangssituationen
- Insb. kleinteilige, historische Immobilien verfügen oft nicht über barrierefreie Zugänge
- Straßenräume zeichnen sich durch eine hohe Barrierefreiheit durch die breiten Gehsteige aus
- Z.T. erschwerte Situation für mobilitätseingeschränkte Personen und weitere Personengruppen, wie z.B. Personen mit Kinderwagen und Buggy sowie blinde- und seheingeschränkte Menschen, aufgrund von Kopfsteinpflaster, wird aktuell an einigen Stellen durch ebenes Pflaster ausgetauscht
- Bereiche mit verbesserter Pflasterung enthalten außerdem taktiles Leitsystem für Menschen mit Sehschwäche
- Sitzgelegenheiten über den gesamten ZVB verteilt, jedoch nur z.T. beschattet/mit Lehne, wenige kommunikationsorientierte Sitzgelegenheiten

Exemplarische städtebauliche Situation

Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

SCHAUFENSTER & WERBEGESTALTUNG

- Schaufenster- und Werbegestaltung fällt in der Ansbacher Innenstadt unterschiedlich aus
- Meist ansprechende Gestaltung der Schaufenster sowohl in Einzelhandelsbetrieben als auch bei ladenähnlichen Dienstleistungen
- In Randbereichen z.T. abnehmende Gestaltungsqualität der Schaufenster
- Geringe Anzahl an temporärer Leerstandsgestaltung
- Vereinzelt großflächig abgeklebte Schaufenster von Einzelhandelsnutzungen erschweren Transparenz
- Hohes Maß an gastronomisch genutzten Werbeartikel-Sonnenschirmen
- Schaufenster- und Werbegestaltung im Brücken-Center modern, teilweise „überladen"

Exemplarische städtebauliche Situation

Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

WARENPRÄSENTATION

- Teils kreative und im öffentlichen Raum platzierte Warenpräsentation im Bereich der Altstadt sowie vereinzelt in den Nebenlagen
- Warenpräsentation entspricht zu großen Teilen dem Standard; in Richtung auswärts der Innenstadt nimmt die Qualität tendenziell etwas ab
- Flächenpotenzial in autofreien Lagen wird in den vielen Fällen in Bezug auf die Warenpräsentation nicht genutzt, obwohl Verkehrs- und Platzsituationen dies begünstigen
- Teilweise zu umfangreiche Warenauslage vor den Geschäften, mit geringer optischer Wirkung und Beeinträchtigung der Laufwege
- Einige Geschäfte weisen eine nicht ansprechende Warenpräsentation durch lose ausgelegte Waren vor dem Geschäft auf.

Exemplarische städtebauliche Situation

Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

AUßENGASTRONOMIE & GASTRONOMIEGESTALTUNG

- Außengastronomie v.a. im Bereich der Altstadt größtenteils attraktiv gestaltet
- Hohes Nutzungspotential für (Außen-)Gastronomie in autofreien Lagen der Altstadt → durch verkehrsberuhigte Zone sind großzügige Flächen für die Außengastronomie verfügbar, z.B. im Bereich des Knotenpunktes Uzstraße/Martin-Luther-Platz/Johann-Sebastian-Bach-Platz
- Außengastronomie häufig durch Grünpflanzen ergänzt/ abgegrenzt
- Oft Bündelung mehrerer Gastronomiebetriebe in räumlicher Nähe zueinander
- Mobiliar im Außenbereich teils nicht qualitativ hochwertig, kein einheitliches Mobiliar bei benachbarten Gastronomiebetrieben; teils aber auch hochwertiges, ansprechendes Mobiliar
- Gastronomie im Brücken-Center v.a. imbiss- und Take-Away-orientiert
- Wenige Gastronomieangebote entlang der Promenade, könnten durch verfügbares Platzangebot ggf. ausgeweitet werden.

Exemplarische städtebauliche Situation

Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

Im Ergebnis zeigt der Nutzungs- und Immobilienqualitätscheck, dass der Einzelhandel in der Ansbacher Innenstadt bereits über gute Ausgangsbedingungen ver-

fügt. Auch Themen wie Werbegestaltung und Warenpräsentation und Gastronomiegestaltung werden durch einen hohen Anteil der Händlerschaft bereits qualitativ hochwertig umgesetzt, während es in Teilen auch Verbesserungsmöglichkeiten gibt. Es ist festzustellen, dass die Qualität der Handelsimmobilien, aber auch die Darstellung der Handels- und Gastronomieangebote durch Warenpräsentation und Werbegestaltung, insbesondere in den Randlagen der Innenstadt abnehmen.

4.5.8 Zentrenpositionierung Status Quo

Unter Berücksichtigung der vorangegangenen Analysen wurde für die Ansbacher Innenstadt eine Innenstadt-Positionierung erarbeitet. In diesem Status Quo wird aufgezeigt, wie stark einzelne Eigenschaften in der Innenstadt aktuell ausgeprägt sind. Je mehr Felder dabei ausgefüllt sind, desto stärker ist die Innenstadt durch diese Art der Nutzung geprägt. Diese Analyse wird aus den Nutzungsanteilen und der Qualität der Betriebe in den Bereichen erzeugt. Die Positionierungsgrafik beschreibt dabei folgende Bereiche: Einzelhandel (rot), Gastronomie (grün) und sonstige Nutzungen (blau) – differenziert nach Erziehung/Bildung, Kultur/Freizeit, Öffentliche Einrichtungen und Gesundheit/Medizin (Vgl. Abbildung 71).

Insgesamt zeigt sich, dass die Ansbacher Innenstadt bereits über eine gute Ausstattung in den meisten Nutzungen verfügt. In den Bereichen Erziehung/Bildung, Kultur/Freizeit, öffentliche Einrichtungen und im standardisierten Einzelhandel strahlt die Ansbacher Innenstadt bereits jetzt deutlich ins Umland aus. Auch der spezialisierte individuelle Einzelhandel spielt für die Ansbacher Innenstadt eine bedeutende Rolle.

Im Bereich der gastronomischen Nutzungen strahlt die Ansbacher Innenstadt derzeit nicht bis ins Umland ab. Die vorhandenen Angebote erreichen insbesondere die Einwohnenden der Stadt Ansbach und lassen Entwicklungsperspektiven offen.

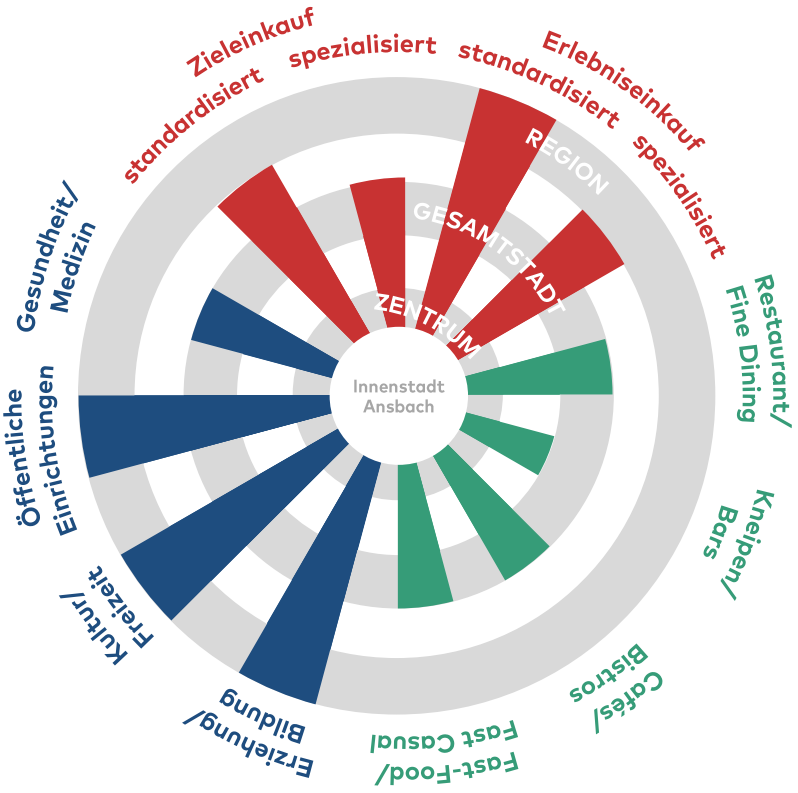


Abbildung 71: Zentrenpositionierung Ist-Zustand
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

4.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur von Ansbach im Folgenden vertiefend analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **räumlich, quantitativ** und **qualitativ** gewährleistet wird. Nachfolgend werden die Nahversorgungsstandorte aus dem EEK Ansbach 2015 in städtebaulich-funktionaler Hinsicht analysiert.

Räumliche Nahversorgungssituation in Ansbach

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 400 m² VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann. Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, wird eine Gehzeit von rd. 10 min als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 72). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie" endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten deutlich jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

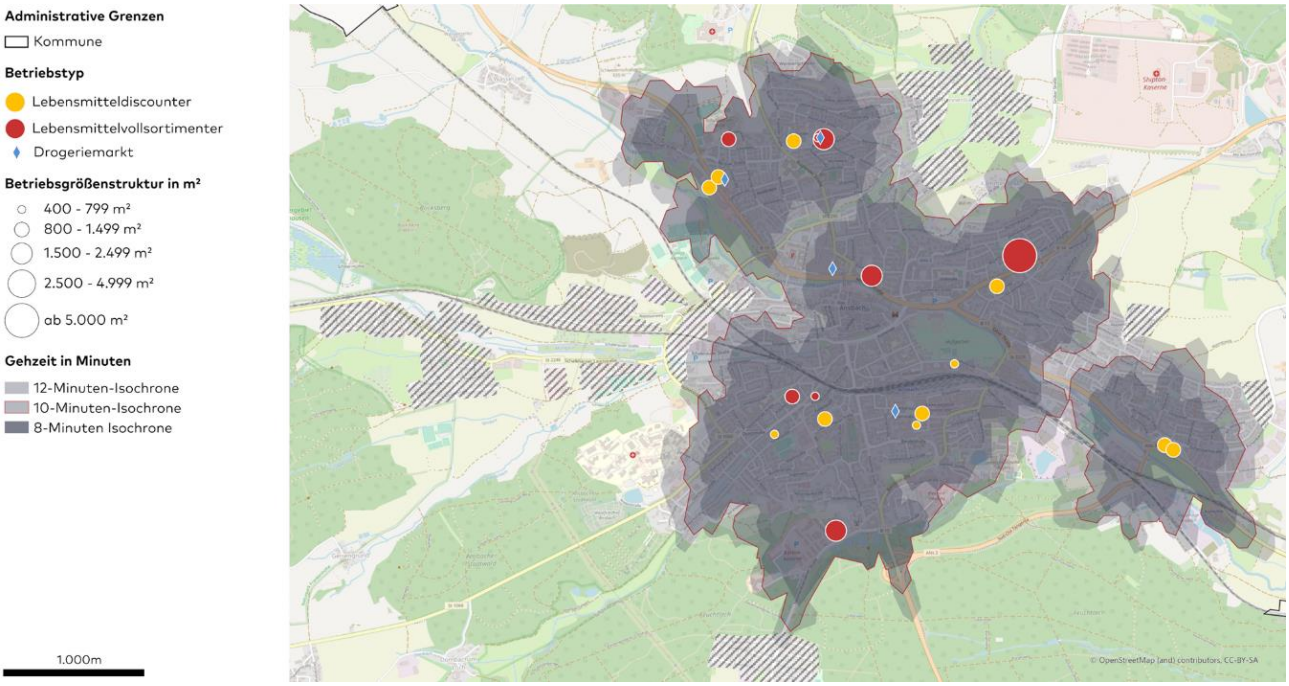


Abbildung 72: Räumliche Nahversorgungssituation von Ansbach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Isochronen: ESRI, here.com (Geschwindigkeit: 5 km/h); Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; * u. a. ethnische Supermärkte, Biomärkte, Dorfläden.

Abbildung 72 verdeutlicht, dass durch eine gute räumliche Verteilung der Lebensmittelmärkte für weite Teile der Ansbacher Kernstadt die fußläufige Nahversorgung gewährleistet wird. Unterversorgt, d.h. aktuell außerhalb der fußläufigen Nahversorgungsbereiche, ist insbesondere der Ansbacher Gemeindeteil Schalkhausen, aber auch der Gemeindeteil Hennenbach sowie Teile des Gemeindeteils Eyb. Die räumliche Verteilung der Lebensmittelmärkte wird durch die elf Nahversorgungsbereiche gewährleistet, welche derzeit in Ansbach bestehen (vgl. Abbildung 73).

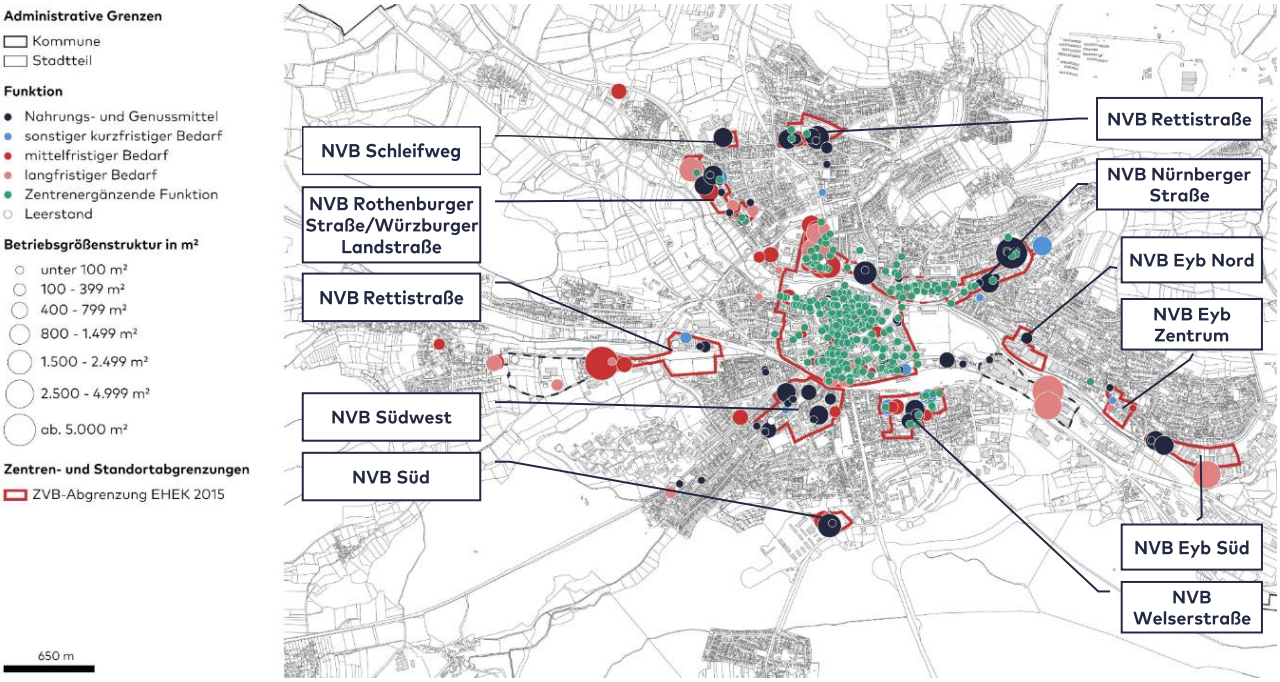


Abbildung 73: Übersicht der Nahversorgungsbereiche im Bestand

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

Im Hinblick auf die Gesamtstadt wird deutlich, dass außerhalb des zusammenhängenden Kernsiedlungsbereiches keine strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Ansbacher Stadtgebiet verortet sind. Somit sind die kleinteiligen Ortsteile außerhalb des Kernsiedlungsgebietes aktuell nicht vollumfänglich fußläufig nahversorgt. Außerhalb der Kernstadt finden sich lediglich in einigen Ortsteilen kleinteilige Betriebe der Nahversorgung, welche in Abbildung 74 dargestellt werden.

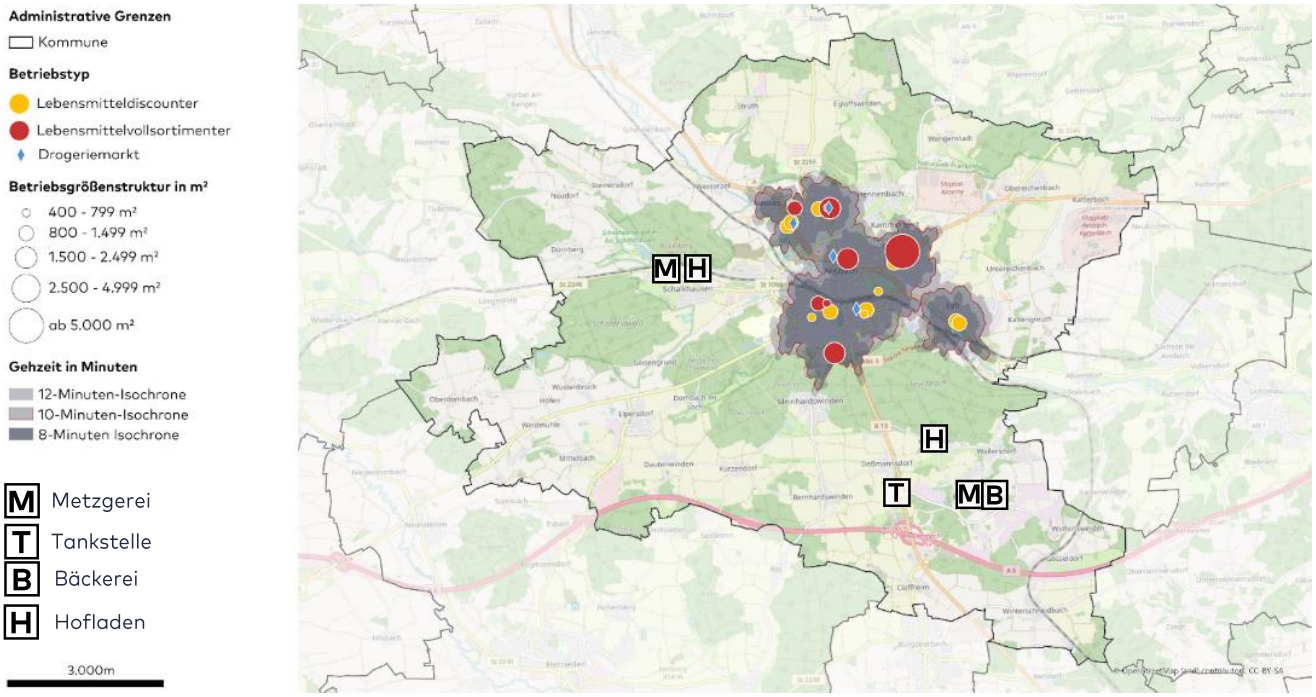


Abbildung 74: Räumliche Nahversorgungssituation von Ansbach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Isochronen: ESRI, here.com (Geschwindigkeit: 5 km/h); Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; * u. a. ethnische Supermärkte, Biomärkte, Dorfläden.

Im Ansbacher Gemeindeteil Schalkhausen ist ein Hofladen, sowie eine Metzgerei angesiedelt, in Brodswinden sind zwei Betriebe des Lebensmittelhandwerks vertreten. In Höfstetten gibt es eine Bäckerei und südlich von Deßmannsdorf besteht durch den Tankstellenshop der Tankstelle Esso ein kleinteiliges Lebensmittelangebot. Diese kleinteiligen Strukturen stellen eine grundlegende Nahversorgung für die unterversorgten Ansbacher Ortsteile bereit. Für viele der Ansbacher Gemeindeteile bestehen aktuell keine kleinteilige Angebotsstrukturen, so dass diese auch keine grundlegende Nahversorgung aufweisen.

In der Zusammenschau lässt sich sagen, dass hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation in Ansbach **einige Optimierungspotenziale** insbesondere für die kleineren Gemeindeteile zu erkennen sind: So gilt es nach Möglichkeit, die flächendeckende Nahversorgung innerhalb des Kernsiedlungsbereiches sicherzustellen. Eine Verbesserung der räumlichen Nahversorgung durch einen strukturprägenden Lebensmittelmarkt ist aufgrund der geringen Einwohnerpotenziale in den kleineren Gemeindeteilen eher unwahrscheinlich. Es ist daher zu erwarten, dass diese dezentral gelegenen Siedlungsbereiche durch die bestehenden Angebote sowie Angebote in den angrenzenden Kommunen mitversorgt werden (müssen). Sollten in Zukunft dennoch Ansiedlungsbestrebungen geäußert werden, sollten diese proaktiv begleitet werden. Dabei gilt es jedoch die Auswirkungen auf die Zentren- und Nahversorgungsstruktur (auch in den Nachbarkommunen) im Rahmen einer vorhabenbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu beurteilen.

Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Ansbach

Ansbach weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 26.700 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 6.500 m² in der Warengruppe Drogerie/ Parfümerie/Kosmetik, Apotheken[24] auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,62 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,15 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Ansbach über dem Niveau des Bundesdurchschnitts sowohl im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel mit (rd. 0,41 m² je Einwohner[25]) als auch im Bereich der Drogeriewaren (rd. 0,08 m² je Einwohner[26]). Für beide Warengruppen lässt sich eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung festhalten.

Die Zentralitäten von rd. 1,28 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 1,86 im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nahezu vollständig im Kommunalgebiet gebunden werden kann und dass darüber hinaus Kaufkraft von den umliegenden Kommunen nach Ansbach zufließt. Dies ist insbesondere auf die Ausstattung der vorhandenen Betriebe sowie die beiden Ansbach Verbrauchermärkte Kaufland und E-Center zurückzuführen. Im Bereich Drogeriewaren können deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland verzeichnet werden.

Tabelle 7 fasst die relevanten Rahmenbedingungen der Nahversorgung zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

Tabelle 7: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Ansbach

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren
Einwohner (inkl. Entwicklung bis 2026)	42.842 (0,0 %)	
Sortimentsspezifische Verkaufsfläche in m²	26.700	6.500
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	0,78	0,11
Sortimentsspezifische Zentralität	1,28	1,86
Betriebstypenmix	2x Verbrauchermarkt 5x Lebensmittelsupermarkt 11x Lebensmitteldiscounter 62x sonstige Lebensmittelgeschäfte	4x Drogeriefachmarkt 20x sonstige Drogeriewaren-geschäfte*
Quantitative Nahversorgungssituation	●●●	●●●
Qualitative Nahversorgungssituation	●●●	●●●

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Einwohner: Stadt Ansbach (Stand: 05/2022); ZVB-Abgrenzung: EEK Ansbach 2015; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * inkl. Parfümerie/Kosmetik, Apotheken.

Insgesamt sind im Stadtgebiet Ansbachs 18 strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Darunter sind zwei Verbrauchermärkte, fünf

[24] Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.
[25] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.
[26] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

Lebensmittelsupermärkte, bei weiteren elf handelt es sich um Lebensmitteldiscounter. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Ansbach hinsichtlich des Betriebstypenmixes als ausgewogen zu bewerten. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp deutlich (siehe dazu Abbildung 75), die mit rd. 0,34 m² je Einwohner für Lebensmittelvollsortimenter und mit rd. 0,24 m² je Einwohner für Lebensmitteldiscounter jeweils deutlich über dem Bundesdurchschnitt (Lebensmittelvollsortimenter: rd. 0,25 m² je Einwohner, Lebensmitteldiscounter: rd. 0,16 m² je Einwohner) liegt.[27]

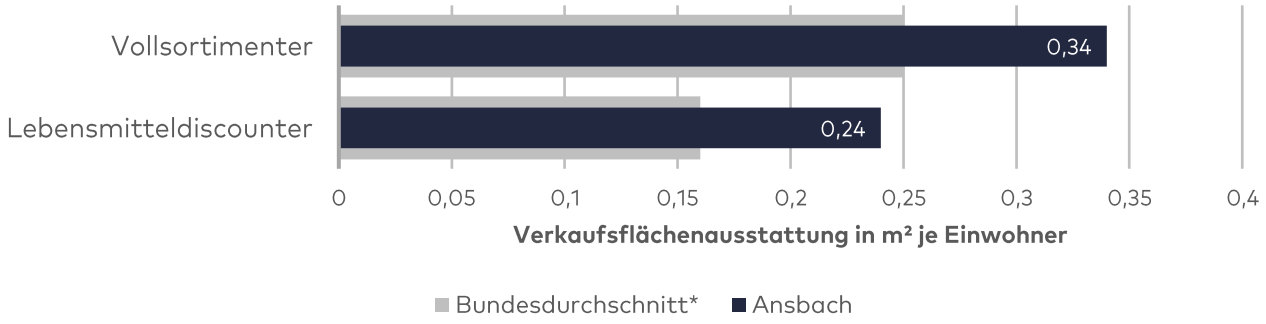


Abbildung 75: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2022, EHI Retail Institute; * Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

Somit kann die quantitative Nahversorgungssituation für Ansbach in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel als sehr gut bezeichnet werden. In qualitativer Hinsicht stellt sich die Nahversorgungssituation ebenfalls gut dar, wobei Optimierungspotenziale im Hinblick auf den Marktauftritt einzelner Lebensmittelmärkte offenbleiben.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch vier Drogeriefachmärkte im Ansbacher Stadtgebiet sowie 20 sonstige Drogeriewarengeschäfte sichergestellt. Die Drogeriefachmärkte befinden sich im Ansbacher Brücken-Center (Müller), an den Nahversorgungsbereichen Welser Straße und Rothenburger Straße/Würzburger Landstraße (jeweils dm) sowie am Nahversorgungsbereich Rettistraße (ROSSMANN). Für die Warengruppe der Drogeriewaren stellt sich die quantitative Nahversorgungssituation demnach ebenfalls als sehr gut dar.

Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der räumlichen, quantitativen und qualitativen Nahversorgung finden sich in Kapitel 7.

4.7 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sowie unter gleichzeitiger Berücksichtigung der dargestellten Trends im Einzelhandel sind folgende wesentliche Erkenntnisse und Rückschlüsse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortentwicklung der Zentren- und Standortstruktur in Ansbach dienen.

[27] Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

- Die Stadt Ansbach befindet sich im direkten Umfeld in einem eher ländlich geprägten Raum, dessen Umfeld von Grundzentren und einigen Mittelzentren geprägt ist. Ansbach nimmt in seinem direkten Umfeld folglich eine zentrale Lage ein. Durch die relative Nähe zur Metropole Schwabach-Nürnberg-Fürth-Erlangen in rd. 37-60 km Entfernung besteht dennoch eine ausgeprägte Wettbewerbssituation, die die positive Ausgangslage Ansbachs schmälert. Darüber hinaus gilt es für eine Stadt wie Ansbach, insbesondere vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Einzelhandel, der Entwicklungen im Online-Handel und der Auswirkungen der Corona-Pandemie das **Einzelhandelsangebot** im Ansbacher Stadtgebiet zukünftig **räumlich zu fokussieren und qualitativ zu stärken**.
- Mit einem Kaufkraftniveau von 99 liegt die Stadt Ansbach leicht unter dem Bundesdurchschnitt. Trotz steigender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft und einem steigenden Umsatz in den vergangenen Jahren besteht für die Stadt Ansbach die Notwendigkeit, die Funktion als wichtigen Einzelhandelsstandort zu sichern sowie diese zukünftig weiter zu **attraktivieren** und **profilieren,** um auch weiterhin Kaufkraft und Umsätze im Ansbacher Stadtgebiet sowie im Umland zu binden.
- Die Verkaufsflächenausstattung Ansbachs fällt im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt **überdurchschnittlich** aus. Durch den oberzentralen Versorgungsauftrag Ansbachs ist die hohe Verkaufsflächenausstattung dennoch als angemessen einzustufen. Mit Blick auf die **gesamtstädtische Zentralität von 157 %** sowie je nach Sortiment differenziert ausfallenden **Zentralitäten** ergeben sich gewisse Potenziale zur Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen.
- Rund ein Drittel der Verkaufsfläche im Ansbacher Stadtgebiet befindet sich innerhalb des **zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt**. Angesichts der geschilderten Trends im Einzelhandel, den beobachtbaren Betriebsrückgängen und teilweise Funktionsverlusten in den zentralen Versorgungsbereichen ist es von hoher Bedeutung, die bestehenden Strukturen zu sichern und qualitativ zu stärken. Handlungsbedarf ergibt sich v. a. bei der Sicherung und Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums als multifunktionale, soziale, wirtschaftliche und kulturelle Mitte der Stadt. Hierbei kommt neben dem Einzelhandelsangebot insbesondere der Weiterentwicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung, Wohnen zu einem attraktivem Nutzungsmix sowie der Verbesserung der Nutzungsverflechtungen und Verknüpfungen der Lagebereiche eine besondere Bedeutung zu.

Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung seinen Beitrag dazu leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel, den geänderten Konsumverhaltensmustern sowie den aktuell noch nicht vollumfänglich abzusehenden Auswirkungen der Corona-Pandemie.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht dargestellt.

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse ausführliche Beschreibungen, städtebaulich-funktionale Analysen und parzellenscharfe Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche sowie Analysen der Nahversorgungsstandorte und Sonderstandorte erfolgen, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Ansbach zu erarbeiten.

5.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSRAHMEN

Die Ableitung einer absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Es werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.1.1 Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Die nachfolgend vorgestellte Entwicklungsperspektive ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte wie folgt zu interpretieren:

Die absatzwirtschaftliche Betrachtung dient als Beurteilungsbasis einer zukünftigen angebots- und nachfrageseitigen Entwicklung. Die hier dargestellte Entwicklungsperspektive stellt somit **keine „Grenze der Entwicklung"** dar. Sie dient vielmehr als eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels.

- Insbesondere im Kontext des aktuellen Urteils des Europäischen Gerichtshofes in der Sache Visser/Appingedam[28] soll die hier aufgezeigte absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive **keinen abschließenden Begründungszusammenhang** für die Beurteilung von Einzelhandelsentwicklungen liefern, sondern eine erste Einschätzung bezüglich der Auswirkungsintensität **neuer Entwicklungen** bieten. Diese sind zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen **im Einzelfall** zu untersuchen.
- Eine geringe oder fehlende Entwicklungsperspektive (insgesamt oder auch in einzelnen Warengruppen) stellt somit **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot"** dar, sondern ist im Rahmen einer späteren **standortbezogenen und städtebaulichen Gesamtabwägung** zu berücksichtigen. Insbesondere Entwicklungen in den zentralen Versorgungsbereichen sind unter Beachtung landesplanerischer und städtebaulicher Ziele und Grundsätze sowie der Zielstellungen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts zu befürworten.
- Werden über diese Entwicklungsperspektive hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen**

[28] Vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123).

zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.

- Dies impliziert, dass die hier beschriebene Entwicklungsperspektive im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann die absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter hat die hier dargestellte Entwicklungsperspektive darüber hinaus nur eine begrenzte Aussagekraft, da sie in der aktuellen Form der Analyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Ansbach gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist und der Altstandort nicht in gleicher Weise nachgenutzt wird.

5.1.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose der zukünftigen Verkaufsflächenentwicklung die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Ansbach werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

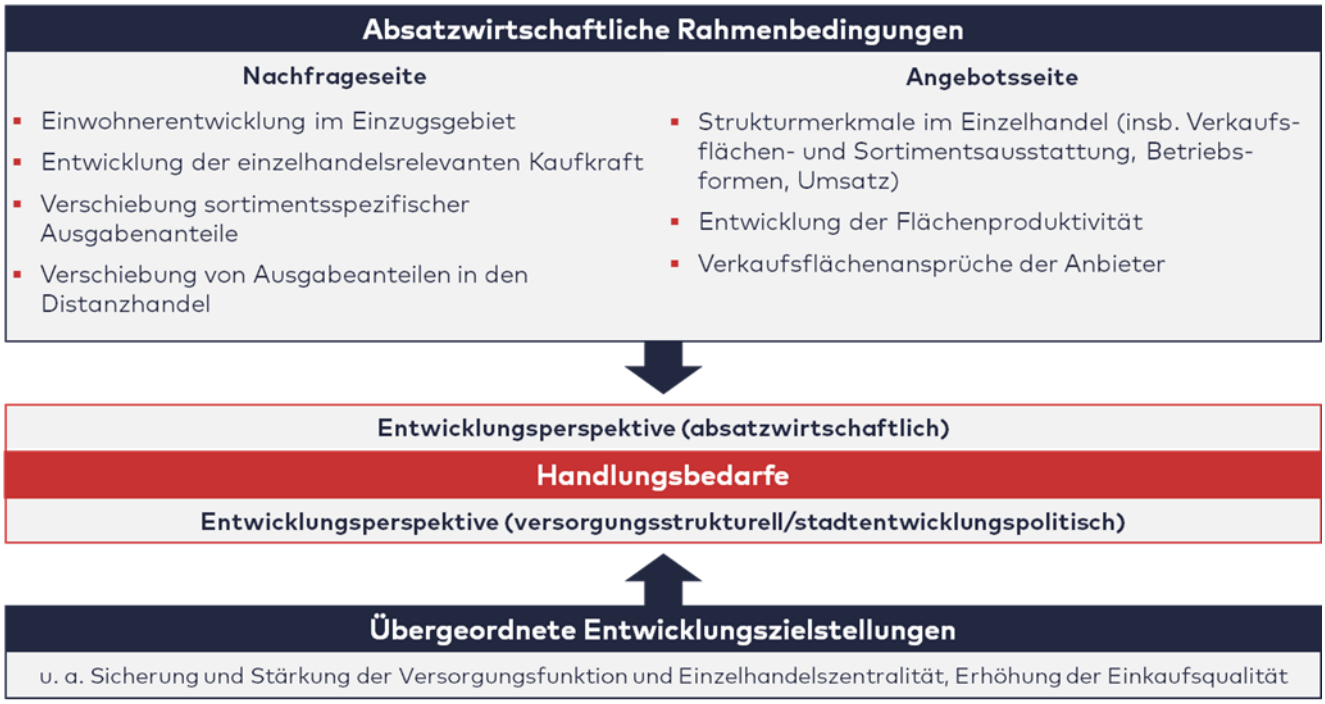


Abbildung 76: Ermittlungsmethodik der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der

Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird mit den stadtentwicklungspolitischen Zielstellungen der Kommune abgeglichen und als Zielperspektive für die Stadt Ansbach aufgegriffen. Für Ansbach als Oberzentrum ergibt sich somit eine herausgehobene Stellung, welche die Versorgung Ansbachs und des Einzugsgebietes mit Warengruppen aller Fristigkeitsstufen umfasst.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für das **Prognosejahr 2027** einzeln erläutert.

Bevölkerungsentwicklung in Ansbach

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Ansbach werden Prognosedaten der Stadt Ansbach zugrunde gelegt. Die kleinräumige Bevölkerungsprognose berücksichtigt eine leicht positive Entwicklung der Bevölkerung bis zum Prognosejahr 2027 (siehe Abbildung 77). Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind insgesamt geringfügige Impulse im Hinblick auf das künftige einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial zu erwarten.

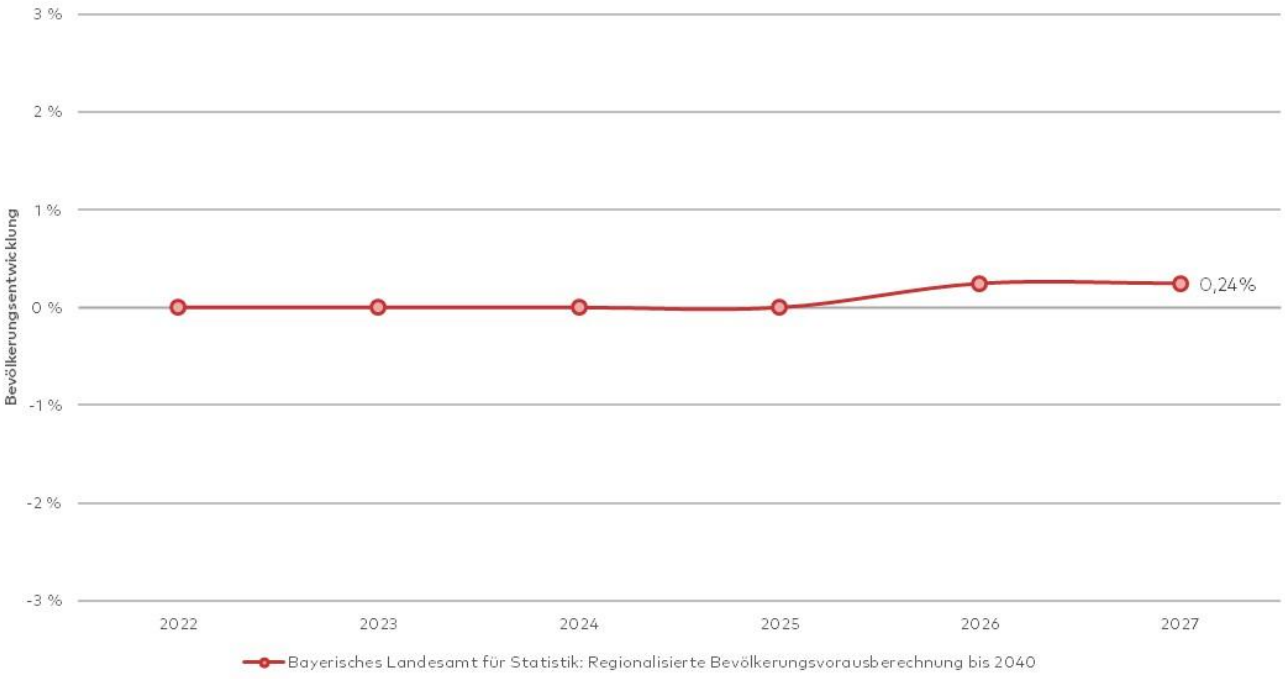


Abbildung 77: Einwohnerprognose für Ansbach
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: Statistisches Landesamt Bayern.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Von etwa 2010 bis 2019 war ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2019 bei rd. 543,6 Mrd. Euro lagen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 19 % von 2014 bis 2019. Während die privaten Konsumausgaben von 2000 bis 2019 stetig angestiegen sind, zeigt sich im Jahr 2020 ein durch die Corona-Pandemie bedingter Rückgang um rd. 7 % (geschlossene Gastronomie, geringere Reisetätigkeit etc.). Im Jahr 2021 stiegen die privaten Konsumausgaben wieder um

rd. 3 % an, verbleiben mit rd. 1,690 Mrd. Euro allerdings unterhalb des Niveaus von 2019 mit rd. 1.717 Mrd. Euro. Im Gegensatz zu den leicht rückläufigen privaten Konsumausgeben stieg der Nettoumsatz des Einzelhandels 2020 und 2021 weiter kontinuierlich an (jedoch mit umfänglichen Verschiebungen in digitale Absatzkanäle). Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil um rd. 31 % und ist im Jahr 2020 sogar auf rd. 35 % gestiegen. Dieser deutliche Anstieg ist mit einem erhöhten Anteil an Ausgaben für Lebensmittel und Güter des kurzfristigen Bedarfsbereichs während der Coronapandemie zu erklären. 2021 sank der Anteil wieder leicht ab. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz 2020/2021 ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln (z. B. Selbstversorgung im Rahmen des Home-Office), hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre (ausgenommen die Jahre seit 2020) zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

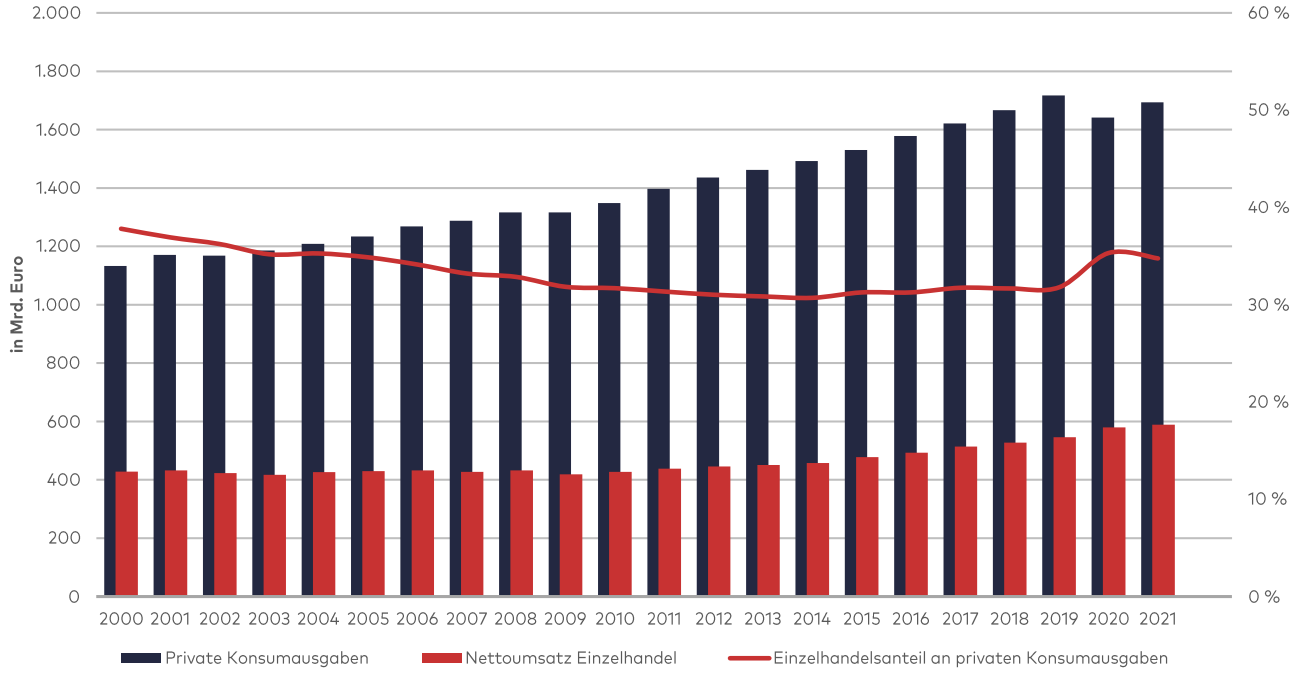


Abbildung 78: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Mit Ausnahme der Jahre 2020 und 2021, welche durch die Corona-Pandemie bestimmt waren, ist eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten des Konsumklimas (Inflation, Ukraine-Krieg, weiterhin Corona-Pandemie) nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentsspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede: Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des On-

line-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

Entwicklung der Flächenproduktivität

In der Zeit von 2000 bis 2018 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. In den Jahren 2018 und 2019 ist eine leichte Stagnation der Verkaufsfläche erkennbar. Eine Rückkehr zum Trend des Verkaufsflächenwachstums ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.) unwahrscheinlich. Die Umsatzentwicklung lag zwischen 2002 und 2014 unterhalb des Indexwertes von 2000 und stagnierte nahezu. Dies führte folglich dazu, dass die Flächenproduktivität bei steigenden Verkaufsflächen stetig abnahm. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt (siehe Abbildung 79).

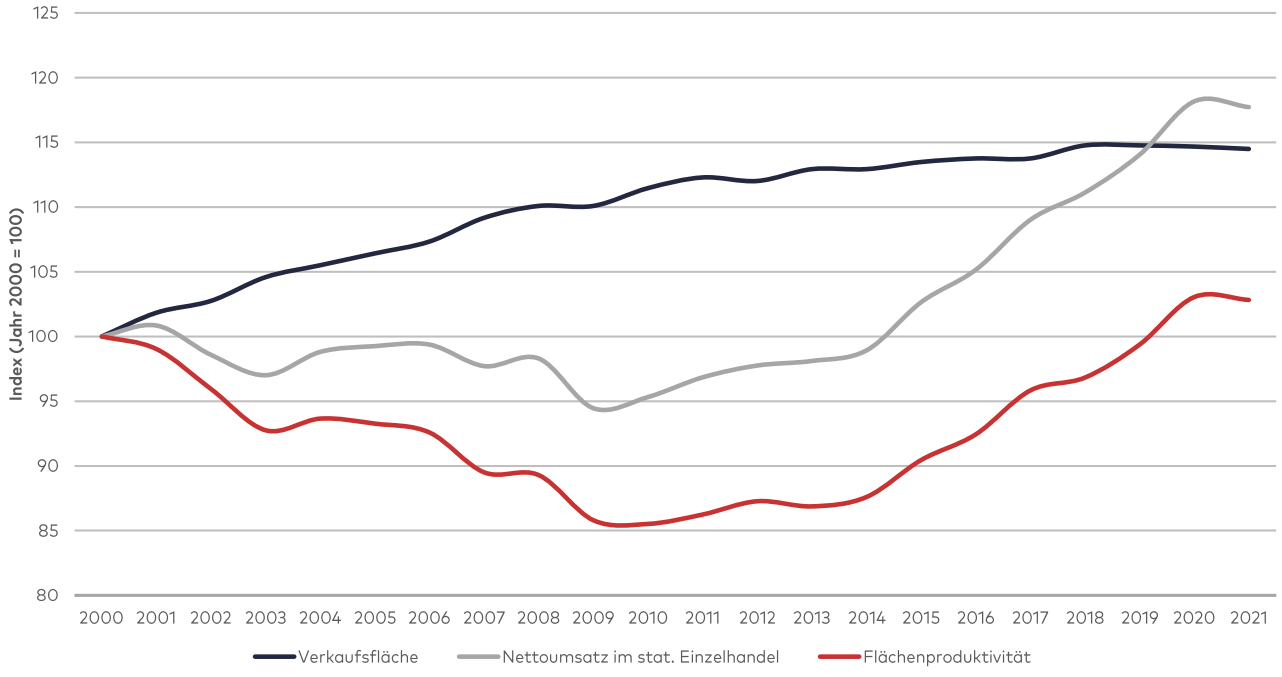


Abbildung 79: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzliche Entwicklungen zu konstatieren.

Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre

stetig angewachsen ist. So wird für das Jahr 2022 im Online-Segment ein Einzelhandelsumsatz von rd. 98,4 Mio. Euro (rd. 16,3 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) prognostiziert. Der Anteil ist sortimentsspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt.

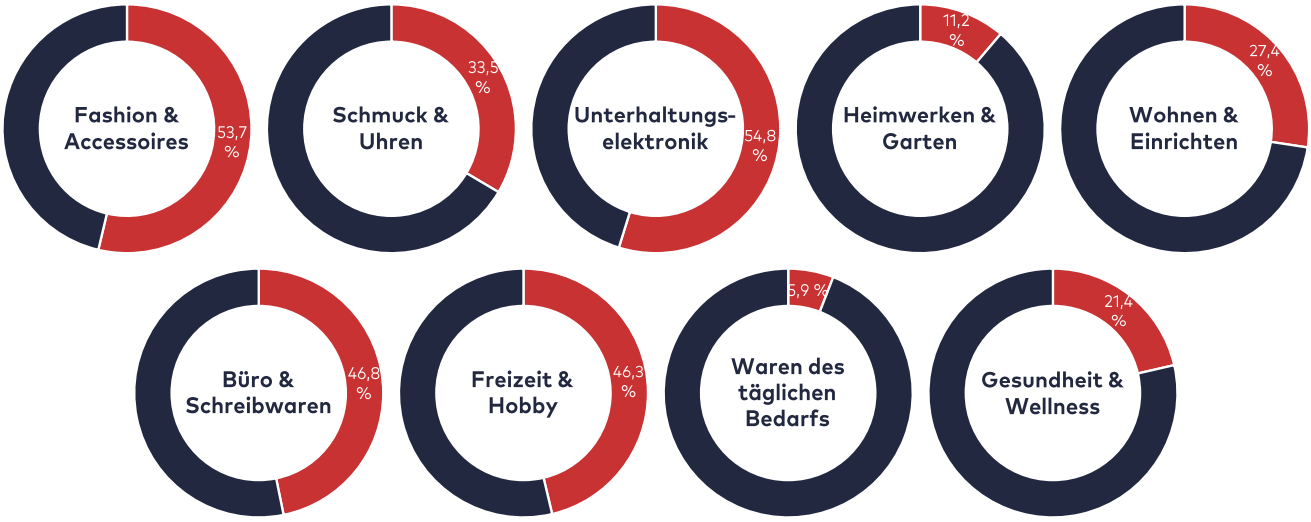


Abbildung 80: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2027 (Prognose)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel Daten: Modellierung Stadt + Handel auf Grundlage Handelsverband Deutschland (HDE), Institut für Handelsforschung (IFH) 2022.

Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Online-Anteil am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Online-Anteil im Jahr 2027 je nach Sortiment zwischen rd. 4,8 % und rd. 48,4 % liegen wird. Die im Zuge der COVID-19-Pandemie auferlegten Kontaktbeschränkungen und Geschäftsschließungen haben in der Tendenz zu einem deutlichen Wachstumsimpuls des Online-Handels geführt. Damit sind die Annahmen zum Online-Anteil als konservative Annahmen einzuordnen.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Mögliche warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Ansbach beträgt rd. 157 %, wobei sortimentsspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale bis zur jeweiligen Entwicklungsperspektive.

Demnach ist für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht eine Zentralität von mindestens 100 % stadtentwicklungspolitisch plausibel. Diese Sortimente sollen grundsätzlich von allen Kommunen gemessen an der jeweiligen vor Ort verfügbaren Kaufkraft im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung vollständig zur Verfügung gestellt werden. Für Ansbach wird allerdings aufgrund der bestehenden Versorgungsfunktion Ansbachs für direkt angrenzende Gemeinden – insb. für kleinere Orte, die aufgrund eingeschränkter Kaufkraftpotenziale bestimmte nahversorgungsrelevante Betriebstypen (z. B. Verbrauchermärkte, Drogeriefachmärkte) nicht vorhalten können – eine Entwicklungsperspektive von jeweils mindestens 130 % angenommen, welche für die Sortimente Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken bereits erreicht wird. Für den Bereich Nahrungs- und Genussmittel wird eine Entwicklungsperspektive von 135 % angenommen.

Für die Mehrheit der Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches wird eine versorgungsstrukturelle Perspektive der Zentralität von 170 % als stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell angemessen erachtet.

Aus den dargestellten versorgungsstrukturellen Perspektiven der Zentralität (siehe Abbildung 81) ergeben sich gewisse Entwicklungspotenziale für einige Mehrheit der Warengruppen. Es ist dabei jedoch zu berücksichtigen, dass aufgrund der Entwicklungen im Online-Handel bereits das Erreichen des „stationären Anteils" der versorgungsstrukturellen Perspektiven der Zentralität (d. h. abzüglich des Online-Anteils im Prognosejahr) als Erfüllung des stadtentwicklungspolitischen und landesplanerischen Versorgungsauftrages bewertet werden kann.

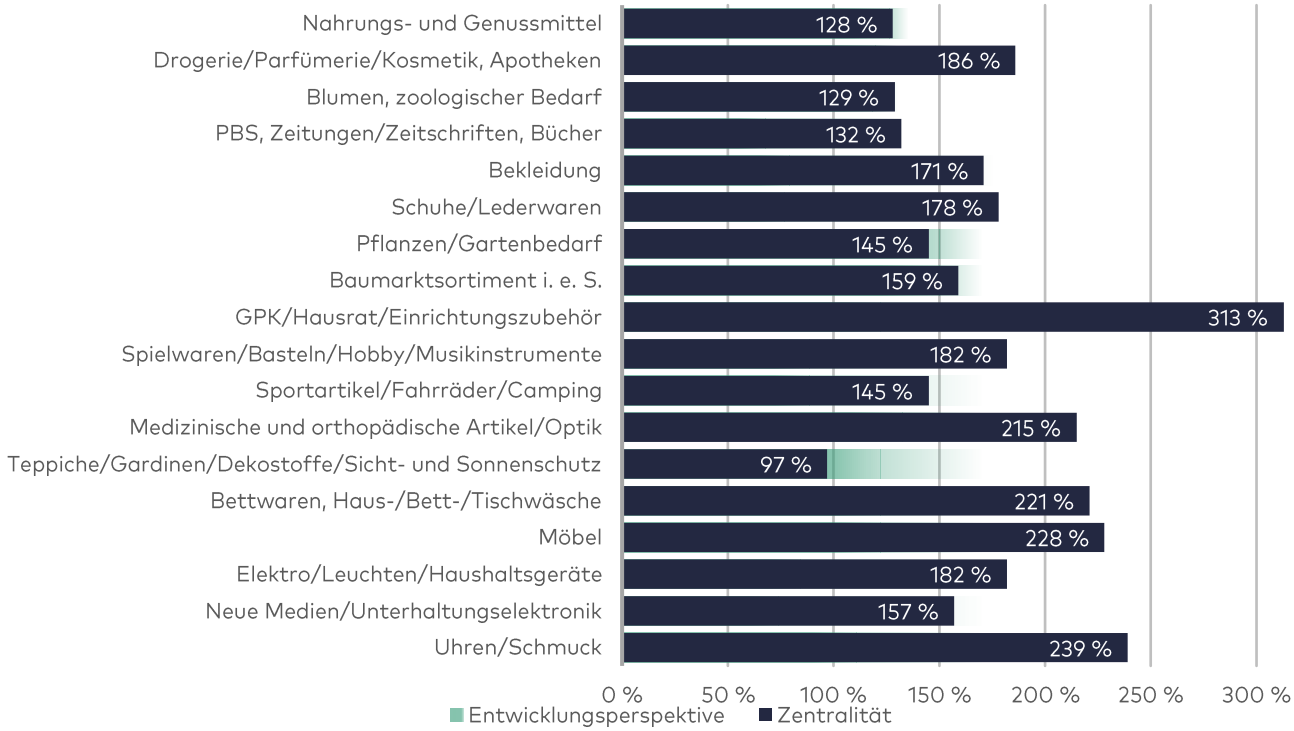


Abbildung 81: Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den zu ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 8 zu entnehmen.

Tabelle 8: Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Ansbach

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für Ansbach bis 2027
Demografische Entwicklung	→	leicht positive Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kauf-	→	moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der	→	leichte Impulse bei Filialisten im kurzfristigen Bedarfsbereich, branchenübergreifend keine nennenswerten Impulse
Entwicklung der Flächenproduktivität	→	nennenswerte positive Entwicklung nur in ausgewählten Sortimentsbereichen (konjunkturbedingte Abschwächung erwartet)
Entwicklung des Online-Handels	↓	konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden
Versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Impulse	→/↑	Sortimentsspezifisch geringfügige Entwicklungsperspektiven im Rahmen des oberzentralen Versorgungsauftrages
Weltweite multiple Krisen	↓	absehbar sich fortsetzende weltweite Krisen beeinträchtigen das Konsumklima und Lieferketten (aktuell u.a. Energiekrise, Ukraine-Krieg und Covid-19-Pandemie)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Ansbach

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der Entwicklungsperspektiven ergeben sich für die Stadt Ansbach bis 2027 absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale, die in der Tabelle 9 in qualitativer Form dargestellt werden.

Tabelle 9: Entwicklungsprognose für 2027

Warengruppe	Spielräume	Entwicklungsmöglichkeiten & Zielstellung
Nahrungs- und Genussmittel	■■□	Insb. qualitativer Ausbau der Nahversorgung, Verbesserung der räumlichen Nahversorgung und Stärkung der Bestandsstrukturen
Drogerie, Parfümerie & Kosmetik	■□□	Sehr gute Angebotsabdeckung insb. durch vorhandene Fachmarkt-Strukturen, Sicherung und Ergänzung des Angebots durch Fachgeschäfte (mit Priorität im Innenstadtzentrum)
sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich	■□□	Geringes Entwicklungspotenzial aufgrund der vorhandenen Bestandsstrukturen, mögliche Ergänzung um Fachgeschäfte
Fashion & Accessoires	■□□	Erhalt und Stärkung der Versorgungsfunktion unter besonderer Beachtung der Konkurrenz zum Online-Handel, Sicherung und Ergänzung des Angebots durch Fachgeschäfte (mit Priorität im Innenstadtzentrum)
Heimwerken & Garten	■■□	Erhalt und Stärkung der bestehenden Bau- und Pflanzenmärkte, mögliche Ergänzung um kleinere Fachmärkte
Freizeit & Hobby	■□□	Geringer Handlungsbedarf aufgrund der vorhandenen Bestandsstrukturen, mögliche Ergänzung um Fachgeschäfte der Warengruppe Sportartikel/Fahrräder/Camping
Gesundheit & Wellness	□□□	Erhalt und Stärkung der Versorgungsfunktion im Bereich Sanitätshäuser, Optiker und Hörakustiker vor dem Hintergrund des demographischen Wandels
Wohnen & Einrichten	■■□	Erhalt der Versorgungsfunktion durch des Angebotes sowie Ansiedlung von weiteren Angeboten mit den Sortimenten Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz
Elektronik & Haushaltsgeräte	■□□	Geringer Handlungsbedarf in Anbetracht der aktuellen Ausstattung und unter besonderer Betrachtung der Konkurrenz zum Online-Handel, Sicherung und Ergänzung des Angebots durch spezialisierte Fachgeschäfte (mit Priorität im Innenstadtzentrum)
Uhren & Schmuck	□□□	Geringes Entwicklungspotenzial aufgrund der vorhandenen Bestandsstrukturen, Erhalt und Stärkung der Bestandsbetriebe

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■■■ = hoher Handlungsbedarf vorhanden; □□□ = geringer Handlungsbedarf vorhanden.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Entwicklungsspielräume in verschiedenen Warengruppen. Die Stadt Ansbach übernimmt als Oberzentrum eine Versorgungsfunktion für das Ansbacher Stadtgebiet und sein Umland. Dieser Aufgabe wird Ansbach aktuell mit angemessenen Ausstattungskennwerten gerecht, auch wenn sich in einzelnen Warengruppen noch Entwicklungsmöglichkeiten zeigen.

In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** bestehen rechnerisch gewisse Entwicklungspotenziale insbesondere zum qualitativen Ausbau der Nahversorgung im Sinne von Verkaufsflächenerweiterungen der bestehenden Märkte sowie zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation. Für die weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfes bestehen ebenfalls geringfügige Entwicklungsmöglichkeiten. Eine räumliche Konkretisierung bzw. eine Definition der für

Entwicklungen konzeptionell gewünschten Standorte erfolgt im Rahmen des Zentren- und Nahversorgungskonzeptes.

In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** ergeben sich vor allem in den Warengruppen Baumarktsortiment i.e.S. sowie Pflanzen/Gartenbedarf Entwicklungsspielräume zur Neuansiedlung eines Baumarktes sowie Potenziale zur Ansiedlung eines Gartenfachmarktes bzw. für entsprechende Erweiterungen der bestehenden Märkte.

In den Warengruppen des **langfristigen Bedarfsbereiches** konnten vor Allem für die Warengruppe Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz rechnerische Entwicklungspotenziale ermittelt werden. Genutzt werden könnten diese durch die Ansiedlung eines entsprechenden Fachmarktes oder durch die Ausweitung der Randsortimente bestehender Anbieter (bspw. Möbelanbieter).

Ansiedlungsvorhaben, welche die dargestellten Entwicklungsperspektiven überschreiten, sind nicht kategorisch auszuschließen. Hier spielt die **Standortfrage** eine übergeordnete Rolle. Zudem sind die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Für Ansbach bedeuten die Prognoseergebnisse zum absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen, dass

- die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion von Ansbach in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen mit höherer Wahrscheinlichkeit durch stärkere Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu),
- bei Entwicklungen von Einzelhandelsvorhaben an nicht konzeptkonformen Standorten in Warengruppen mit nur geringer Entwicklungsperspektive ein stadtentwicklungspolitisch nicht zielführender Wettbewerb mit städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche von Ansbach einerseits und die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert und
- bei Warengruppen mit begrenzten Entwicklungspotenzialen die Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell muss die hier dargestellte absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen verknüpft werden – nicht jeder rechnerische Handlungsbedarf entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichem Fachgeschäft oder Fachmarkt. Zudem legen Handelsunternehmen für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht berücksichtigte Marktfaktoren zugrunde. Diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die von der hier ermittelten Entwicklungsperspektive ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte **keine „Grenze der Entwicklung"** darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die das absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungspotenzial überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Ansbach korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

5.2 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN FÜR ANSBACH

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Stadt Ansbach bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der Gesamtstadt:** Sicherung und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Ansbach. Dabei ist insbesondere die Weiterentwicklung der Einzelhandelsstrukturen unter Berücksichtigung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven zu verfolgen. Die Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität ist mit einer funktionsgerechten Arbeitsteilung zwischen den Zentren vorzunehmen. Der übergeordneten Zielstellung für die Gesamtstadt folgen räumlich differenzierte Entwicklungszielstellungen für die einzelnen Zentren- und Standorttypen.
2. **Städtebaulich-funktionale Stärkung der Zentren:** In Anlehnung an eine funktionsgerechte Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Zentren in Ansbach sollen die verschiedenen zentralen Versorgungsbereiche gemäß ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion bedarfsgerecht gestärkt werden, ohne dabei städtebaulich negative Auswirkungen zu induzieren. Da neben dem Einzelhandel auch die zentrenergänzenden Funktionen und weitere Nutzungen einen wesentlichen Beitrag leisten, ist die Funktionsvielfalt der Zentren aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur, Sozialem und Wohnen zu sichern und zu stärken. Zur Stabilisierung und Stärkung des Einzelhandelsbesatzes ist eine räumliche Konzentration der Angebote anzustreben.
3. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung**: Der Gewährleistung einer wohnortnahen Grundversorgung kommt insbesondere aufgrund der Herausforderungen des demografischen Wandels und der angebotsseitigen Entwicklungen eine immer höhere Bedeutung zu. Demnach soll das Nahversorgungsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen gesichert und weiterentwickelt werden, sofern dies mit anderen Entwicklungszielen vereinbar ist und dadurch keine schädlichen Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung zu erwarten sind. Weiter ist das integrierte Nahversorgungsangebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an den Nahversorgungsstandorten und an sonstigen städtebaulich integrierten Lagen zu sichern und bedarfsgerecht weiterzuentwickeln, ohne dabei schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche auszulösen. Für die kleineren Ortsteile ohne vollumfängliche Nahversorgung ist eine ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung zu ermöglichen, bzw. zu sichern.

4. **Ergänzung durch vorhandene Sonderstandorte**: Neben den zentralen Versorgungsbereichen und den integrierten Nahversorgungsstrukturen bestehen in Ansbach weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomerationen. An den Sonderstandorten soll eine Bündelung von (großflächigen) Einzelhandel erfolgen, um Gewerbestandorte für Handwerk und produzierendes Gewerbe nachhaltig zu sichern, eine geringere Verkehrsbelastung zu erzielen und eine attraktive Bündelung für die Kundschaft zu schaffen.
Hinsichtlich möglicher Entwicklungen sind schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung zu vermeiden. Im Sinne des Schutzes sowie der Fortentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der integrierten Nahversorgungsstrukturen sollten an den Sonderstandorten zentrenrelevante Sortimente nur in begrenztem Umfang zulässig sein, um einen stadtentwicklungspolitisch nicht zielführenden Wettbewerb mit einer verschärften Konkurrenzsituation zu vermeiden.

Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für die Stadt Ansbach.

1. Ziel **Stärkung der Gesamtstadt**	2. Ziel **Stärkung und Weiterentwicklung der Zentren**	3. Ziel **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung**	4. Ziel **Ergänzung durch vorhandene Sonderstandorte**
▪ Erhalt und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion ▪ Berücksichtigung von absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven ▪ Erhöhung der Einkaufsqualität Funktionsgerechte Arbeitsteilung zwischen den Zentren und den weiteren Standorten ▪ Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität	▪ Erhalt und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche durch Ergänzung und Weiterentwicklung des Angebotes sowie Etablierung leistungsfähiger Strukturen gemäß des Versorgungsauftrags des Zentrums ▪ Sicherung und Stärkung der Funktionsvielfalt (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur, Soziales, Wohnen) ▪ Stabilisierung und Stärkung des Einzelhandelsbesatzes, räumliche Konzentration der Angebote	▪ Nahversorgung im ZVB Innenstadt und den Nahversorgungszentren sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln ▪ Nahversorgung an den Nahversorgungsstandorten sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln ▪ Kleinere Ortsteile: ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung ermöglichen bzw. sichern ▪ Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermeiden	▪ Sinnvolle Ergänzung der ZVBs und Nahversorgungsstandorte durch Sonderstandorte für den großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ▪ Vermeidung von Verdrängungsprozessen von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebieten durch eine Störung des Bodenpreisgefüges ▪ Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermeiden ▪ Zentrenrelevante Randsortimente nur in begrenztem Umfang an Sonderstandorten zulässig

Abbildung 82: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für die Stadt Ansbach
Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen in Form eines Zentren-, Nahversorgungs- und Sonderstandortkonzeptes, einer Liste zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Ansbacher Sortimentsliste) sowie in Form von bei Standortfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze.

6 Zentrenkonzept

Aufbauend auf der gesamtstädtischen Markt- und Standortanalyse und den übergeordneten Entwicklungszielstellungen wird im Folgenden das Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Ansbach entwickelt. Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die Analyse und Bewertung der zentralen Versorgungsbereiche, die räumliche Abgrenzung und Einordnung der ZVB in die Zentrenhierachie sowie die Formulierung von standortspezifischen Entwicklungszielstellungen.

Im Folgenden wird zunächst eine planungsrechtliche Einordnung zentraler Versorgungsbereiche (insb. Festlegungskriterien) vorgenommen. Anschließend erfolgt die Darstellung des ZVB Innenstadt Ansbach inkl. der fortgeschriebenen ZVB-Abgrenzung sowie Entwicklungsempfehlungen. Für die Ansbacher Innenstadt werden weiterführend Lagebereiche definiert und mit Entwicklungszielstellungen belegt. Anschließend folgt die Analyse der Bereiche, welche im EEK Ansbach 2015 als Nahversorgungsbereiche ausgewiesen wurden. Diejenigen Nahversorgungsbereiche, die den Prüfkriterien für zentrale Versorgungsbereiche entsprechen, werden im Rahmen der Fortschreibung als solche ausgewiesen.

6.1 PLANUNGSRECHTLICHE EINORDNUNG UND FESTLEGUNGSKRITERIEN VON ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHEN

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Stadtteil- oder Nebenzentren und Grund- oder Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtlich hohe Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essenzielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelsentwicklungskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen.

Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 83). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

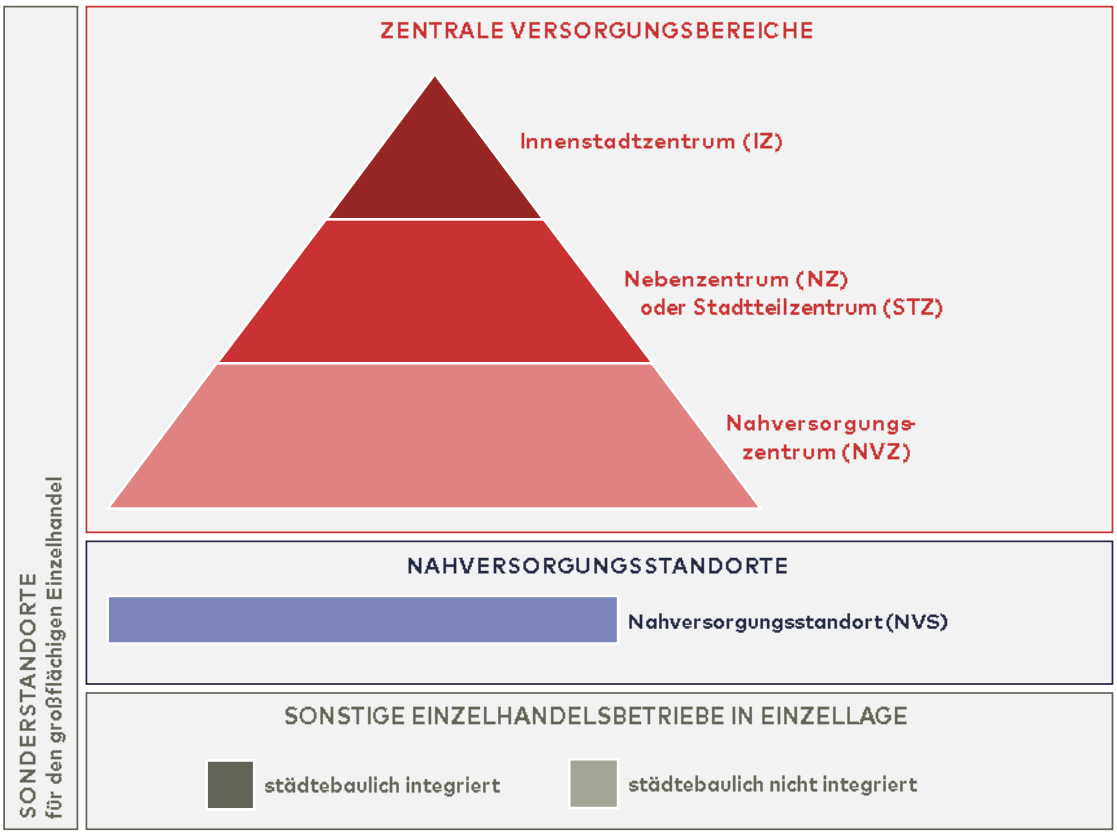


Abbildung 83: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentrentypen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:[29]

- **Innenstadt-/Ortszentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
- **Neben-/Stadtteilzentren** verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.

[29] Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

- **Grund-/Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelsentwicklungskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.[30]

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.[31]

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.[32]

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.[33]

EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung

[30] Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.
[31] Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.
[32] Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.
[33] Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.[34]

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.[35]

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelsentwicklungskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelsentwicklungskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 84 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

[34] Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.
[35] Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

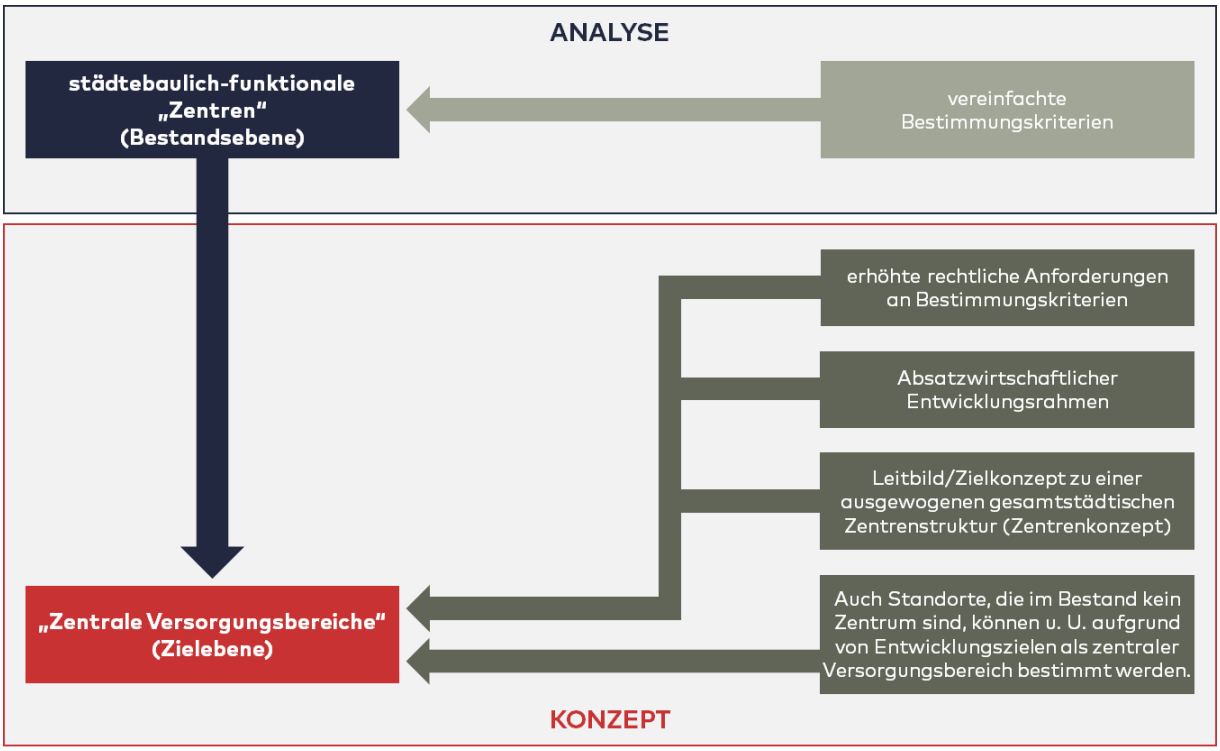


Abbildung 84: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, Stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbeziehung potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung, in direkter angrenzender Lage zum bestehenden ZVB.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche

Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.[36]

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen (z. B. durch eine deutliche Änderung der Nutzungsstruktur und einem Abbruch der Lauf- bzw. Handelslage aufgrund von Wohnbebauung) und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.[37]

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder
- wenn potentielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

6.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Das EEK Ansbach 2015 definiert mit dem ZVB Innenstadtzentrum einen wesentlichen zentralen Versorgungsbereich innerhalb des Stadtgebietes. Für diesen werden nachfolgend allgemeine sowie im Rahmen einer Lagedifferenzierung lagespezifische Entwicklungszielstellungen dargelegt.

Darüber hinaus wurden im Rahmen des EEK 2015 insgesamt elf Nahversorgungsbereiche ausgewiesen. Drei dieser Bereiche erfüllen gemäß städtebaulicher Analyse die Kriterien der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche. Die Standortbereiche werden nachfolgend einzeln betrachtet. Die weiteren Nahversorgungsbereiche weisen hinsichtlich ihrer Einzelhandelsausstattung sowie in Bezug auf weitere ansässige Nutzungen ein deutlich geringeres Gewicht auf und weisen damit nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist bei solchen Agglomerationen der Grad der

[36] Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

[37] Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten – etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden weitere Standortkategorien definiert (s. Kapitel 7).

6.2.1 Innenstadtzentrum Ansbach

Das Innenstadtzentrum bildet den städtebaulich-funktionalen Kern des Oberzentrums Ansbach mit einer gesamtstädtischen sowie darüber hinaus regionalen Versorgungsfunktion im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Es umfasst diejenigen Bereiche der Innenstadt mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktion des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Festlegungsempfehlung für den ZVB fällt gegenüber der Abgrenzung aus dem EEK Ansbach 2015 anhand der vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen für die Stadt Ansbach und der aktuellen Rechtsprechung im Vergleich deutlich kleiner aus.

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (s. Kapitel 6.1) begründete Abgrenzung des ZVB Innenstadt Ansbach:

- Der ZVB Innenstadt Ansbach konzentriert sich auf die Bereiche mit vorhandenen Angebotsstrukturen und umfasst daher den Altstadtkern, das Ansbacher Brücken-Center und das E-Center.
- Der Altstadtkern wird im Wesentlichen durch die Jahnstraße, die Residenzstraße und die Promenade eingefasst. Im Bereich der Maximilianstraße erstreckt sich der ZVB bis auf Höhe der Endresstraße nach Süden.

Für die Bauleitplanung ist eine parzellenscharfe räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in der folgenden Abbildung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ansbach dargestellt.

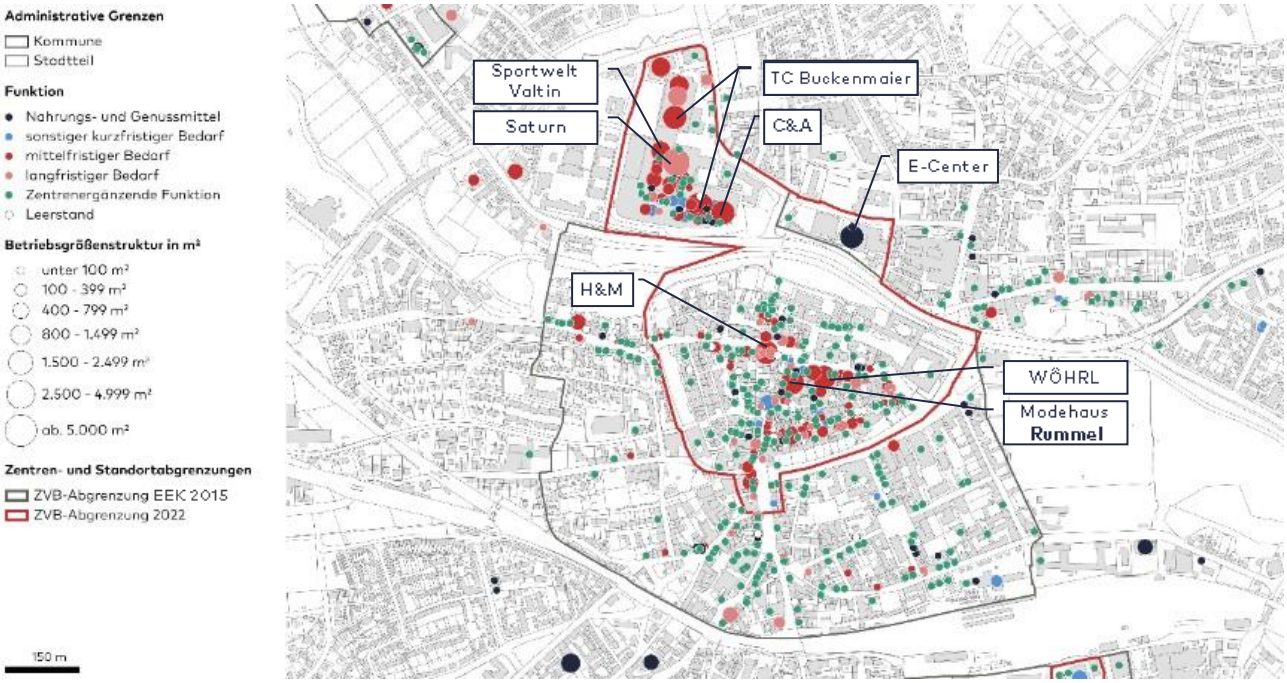


Abbildung 85: Abgrenzung ZVB Innenstadt Ansbach 2022

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

Der neu abgegrenzte ZVB Innenstadt befindet sich vollständig innerhalb der im EEK Ansbach 2015 empfohlenen Abgrenzung. Im EEK 2015 wurde der Bereich des heutigen E-Centers als ZVB-Ergänzungsbereich ausgewiesen, da das E-Center zum Zeitpunkt der Konzepterstellung in diesem Bereich angesiedelt wurde. Mit der Fortschreibung wird aufgrund der Realisierung des E-Centers der Standortbereich mit in die Umfassung des zentrale Versorgungsbereiches einbezogen.

Die Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gründet auf der Konzentration der Einzelhandelsfunktion entlang der neu abgegrenzten Bereiche. In den nicht mehr in den zentralen Versorgungsbereich einbezogenen Bereichen, insbesondere im südwestlichen Bereich, ist keine relevante Einzelhandelsdichte gegeben. Lediglich vereinzelte zentrenergänzende Funktionen sind in diesem Bereich vorhanden. Eine perspektivische Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in diesem Bereich kann i.S. der zu empfehlenden Konzentration auf die Hauptlagen des ZVB nicht empfohlen werden.

Innere Organisation

Die Innenstadt Ansbachs ist kein homogenes Gebilde, sondern kann anhand verschiedener städtebaulicher Merkmale, der Funktionen sowie des Geschäftsbesatzes in verschiedene innerstädtische Lagen unterteilt werden. Für Ansbach konnten dabei in mehrere Hauptlagen, eine erweiterte Hauptlage, eine Nebenlage, sowie einen Ergänzungsbereich und eine Schwerpunktlage Nahversorgung identifiziert und abgegrenzt werden:

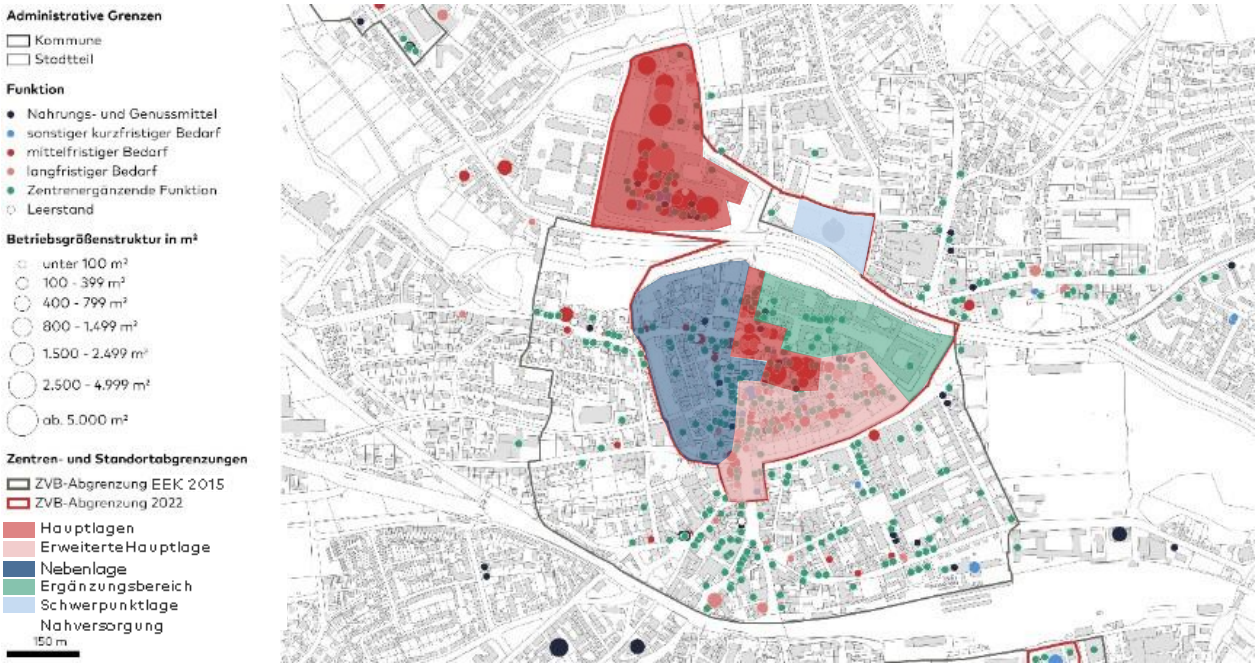


Abbildung 86: Innere Organisation des ZVB Innenstadt Ansbach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage Stadt Ansbach.

Hauptlagen
- Bündelung von strukturprägenden Einzelhandelsnutzungen (z. B. Filialisten, Magnetbetriebe)
- geprägt durch frequenzsteigernde und frequenzabhängige Nutzungen
- hoher städtebaulich-funktionaler Zusammenhang (u. a. hohe Handelsdichte)

Erweiterte Hauptlage
- geprägt durch weniger frequenzbedeutsame Nutzungen (stärkerer Fokus Zieleinkauf, geringerer Filialisierungsgrad)
- schwächerer städtebaulich-funktionaler Zusammenhang (u. a. geringere Handels-dichte)
- Teilweise abnehmende Angebotsqualität
- Auslaufende Lauflage

Nebenlage
- deutlich untergeordnete Zentrenfunktion (funktionale Ergänzung)
- deutliches Fokus auf zentrenergänzenden Funktionen, Einzelhandel untergeordnet

Ergänzungsbereich
- keine bzw. schwache Prägung durch Einzelhandel
- Bündelung insb. von Kultur und öffentliche Einrichtungen (Schloss, Verwaltung, Schule, Kirche etc.)

Schwerpunktlage Nahversorgung
- Geprägt durch nahversorgungsrelevante Nutzungen
- Versorgungsorientiertes Angebot

Abbildung 87: Lagedifferenzierung der Ansbacher Innenstadt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

6.2.1.1 Zentrenpositionierung Soll-Profil

Aufbauend auf dem Status-Quo der Zentrenpositionierung (Vgl. Kapitel 4.5.8) wurde eine Zielperspektive für die Ansbacher Innenstadt erarbeitet. Für den Bereich der sonstigen Nutzungen gilt es, das bestehende und bereits gut ausgeprägte Angebot weiter zu qualifizieren.

Der spezialisierte individuelle Einzelhandel sollte sowohl im Zieleinkauf (gezielter Versorgungseinkauf), als auch im Erlebniseinkauf weiter gestärkt und ausgebaut werden. Auch der standardisierte Zieleinkauf sollte weiter gestärkt werden (s. Abbildung 88).

Neben dem Einzelhandel sollte auch eine Stärkung und Weiterentwicklung der Gastronomie im Innenstadtzentrum im Fokus stehen. Dies schafft zusätzliche Frequenz und Belebung insbesondere auch in den Abendstunden. Entwicklungsmöglichkeiten bestehen dabei insbesondere auch durch die Schaffung zusätzlicher Angebote für die jüngeren Generationen, wie beispielsweise durch einen Club.

Eine breitere Nutzungsmischung trägt wesentlich zur Belebung der Ansbacher Innenstadt bei und gestaltet die Innenstadt attraktiv und erlebnisreich.

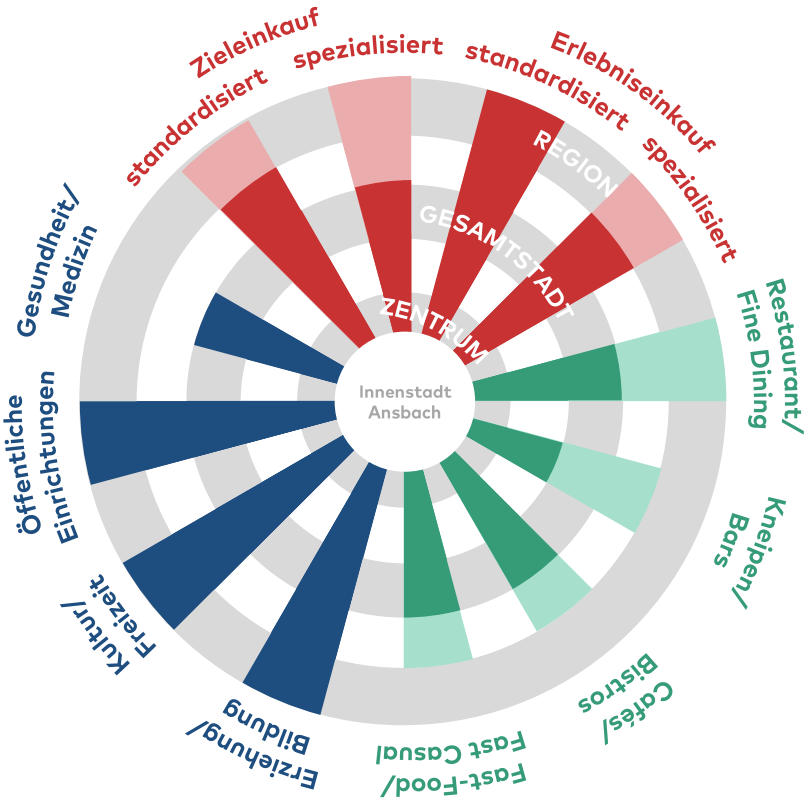


Abbildung 88: Zentrenpositionierung Soll-Profil
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

6.2.1.2 Wesentliche Erkenntnisse der Struktur und Funktionalität der Ansbacher Innenstadt – Zusammenfassung der Stärken und Schwächen

Die bisherigen Analysen der Ansbacher Innenstadt haben gezeigt, dass

- Ansbach eine stark aufgestellte, funktionierende Innenstadt aufweist (Einzelhandelsschwerpunkt, viele zentrenergänzende Funktionen, geringe Leerstandsquote, keine erkennbaren Mindernutzungen, spezialisierter Fachgeschäftebesatz und Magnetbetriebe).

- die Ansbacher Innenstadt räumlich, städtebaulich und funktional in die Altstadt (überwiegend kleinteiliger Besatz, oftmals inhabergeführte und individuelle Betriebe, z. T. höherwertige Angebote) und den Bereich Brücken-Center – E-Center (überwiegend großflächiger Einzelhandel, viele filialisierte Magnetbetriebe) aufgliedert ist.
- die Besuchenden sich eine Verbreiterung der Zielgruppe der Angebote in der Ansbacher Innenstadt wünschen, die sich insbesondere auch auf Familien und junge Menschen konzentriert.
- die Innenstadt nicht nur Anziehungspunkt der Ansbacher Bevölkerung ist, sondern auch oftmals von Besuchenden aus dem Umland aufgesucht wird.
- Gewisse Defizite des Innenstadtzentrums insbesondere in den Randlagen hinsichtlich des städtebaulichen Erscheinungsbildes bestehen.
- Die Ansbacher Innenstadt eine gute Verkaufsflächenausstattung aufweist, die üblich für ein Oberzentrum ist. Darüber hinaus ist der Branchenmix bereits gut ausgebaut. Verbesserungsmöglichkeiten im Angebot bestehen insbesondere durch die Schließung von Angebotslücken, die Ansiedlung weiterer filialisierter Betriebe in der Altstadt sowie Schaffung von Angeboten für ein breiteres Zielpublikum.

Zusammenfassend ergeben sich für das Innenstadtzentrum von Ansbach spezifische interne Stärken und Schwächen sowie extern wirkende Chancen und Risiken, die in der nachfolgenden Abbildung 89 dargestellt sind. Bei der Weiterentwicklung und zukunftsfähigen Positionierung der Ansbacher Innenstadt wird es darum gehen die Stärken weiter auszubauen und die Schwächen zu verringern sowie die Chancen nutzen und die Risiken zu reduzieren.

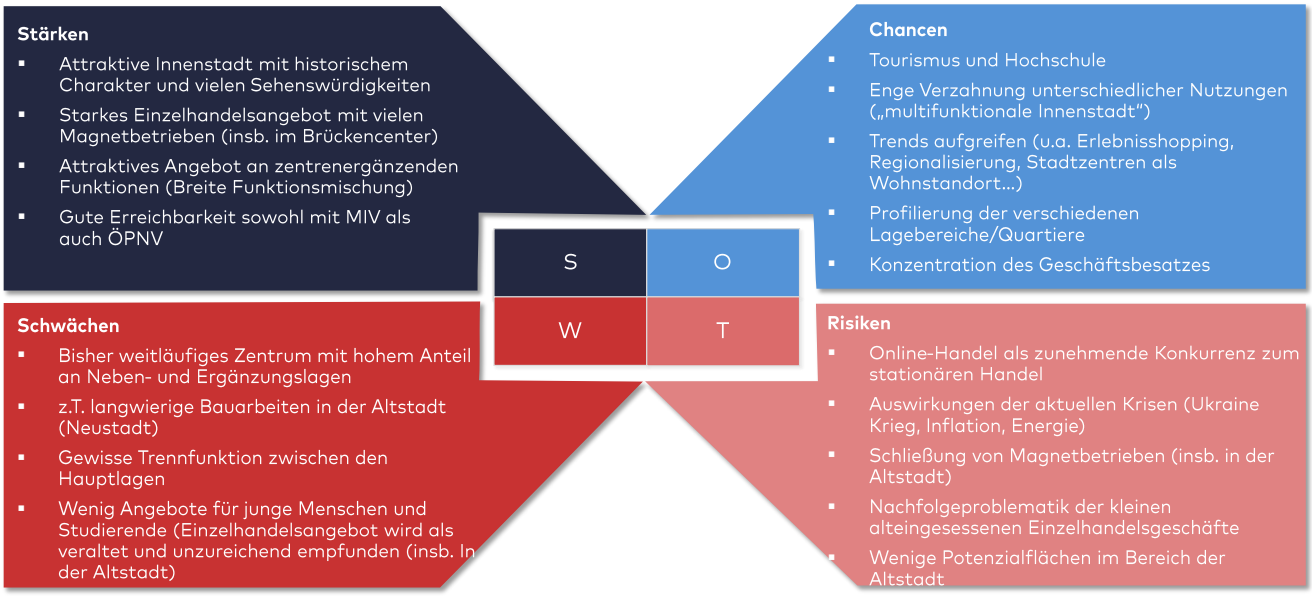


Abbildung 89: SWOT-Matrix für die Ansbacher Innenstadt
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

6.2.1.3 Gesamtinnerstädtische und lagespezifische Entwicklungsempfehlungen

Vor dem Hintergrund der vorstehenden detaillierten Analysen und Bewertungen des Ansbacher Innenstadtzentrums sind gesamtinnerstädtische und lagespezifische Entwicklungsempfehlungen abzuleiten.

Für das gesamte Innenstadtzentrum ergeben sich folgende allgemein Entwicklungsziele:

ALLGEMEINE ENTWICKLUNGSZIELE

- Fortschreibung des Innenstadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich mit Versorgungsfunktionen für die Stadt Ansbach sowie die umliegenden Kommunen mit kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.
- Erhalt und Stärkung der Vielfalt des Einzelhandelsangebots durch die Kombination aus bekannten Filialbetrieben und individuellen, inhabergeführten Geschäften.
- Weiterentwicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung, Wohnen und Hochschule zu einem attraktiven Nutzungsmix.
- Verbesserung der Nutzungsverflechtungen und Verknüpfung der Lagebereiche.
- Nachnutzung bestehender Leerstände zur Vermeidung von städtebaulichen Abwertungsprozessen.
- Schaffung eines Nahversorgungsangebot in der Altstadt

Wie in Kapitel 6.2.1 aufgezeigt wurde, können unterschiedliche Lagen in der Ansbacher Innenstadt identifiziert werden. Da sich die Lagen hinsichtlich ihres Bestandes, ihrer Funktionalität und städtebaulichen Qualität z. T. stark voneinander unterscheiden, ist es zielführend unterschiedliche Entwicklungsempfehlungen für die verschiedenen Lagen zu treffen.

1) LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNG – HAUPTLAGE

- Hauptlage als primärer Ansiedlungsraum für zentrenrelevante Sortimente in der Innenstadt von Ansbach.
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion sowie der Vielfalt unterschiedlicher Angebotsformen
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch städtebauliche Aufwertung des Zentrums (z.B. Aufwertung der Eingangssituationen)
- Profilierung der Hauptlage durch zielgruppenspezifische Angebote
- Schwerpunkt: Qualitative, filialisierte Angebote
- Prüfung der Möglichkeit von Herstellung marktgängiger Ladenlokalgrößen auch außerhalb des Brücken-Centers (>400 m² GVKF)
- **Zielperspektive: Schwerpunktraum für klassische Handelsnutzungen**

2) LAGESPEZFISICHE EMPFEHLUNG – ERWEITERTE HAUPTLAGE

- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion
- Erhalt und Stärkung von zentrenergänzenden Funktionen bzw. der Funktionsvielfalt (bspw. Gastronomie)
- Positivraum für arrondierende Nutzungen und Angeboten als funktionale Ergänzung zur Hauptlage
- Betonung der Eingangssituationen zur Altstadt aus Richtung des Bahnhofs
- sofern möglich: Aktivierung von Leerständen (z. B. durch Flächenzusammenlegungen)
- **Zielperspektive „Kleinteiliger Handel":** Lagebereich mit Mischung aus frequenz-ab- und unabhängigen Nutzungen, Eingangsfunktion

3) LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNG – NEBENLAGE

- Entwicklung frequenzunabhängiger Nutzungen im Bereich des Einzelhandels
- Sicherung als ergänzender Lagebereich des Zentrums im Bereich einzelhandelsferner Nutzungen (insb. Ärzte, Dienstleister)
- Stärkung des Lagebereichs als westlicher Eingangsbereich in die Hauptlage (insb. über den westl. Martin-Luther-Platz)

- **Zielperspektive „Kleinteiliger Handel“:** Lagebereich mit Mischung aus frequenz-ab- und unabhängigen Nutzungen, Eingangsfunktion

4) LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNG – ERGÄNZUNGSBEREICH

- Sicherung als ergänzender Lagebereich des Zentrums im Bereich einzelhandelsferner Nutzungen (insb. Kultur/Tourismus, öffentliche Einrichtungen, Veraltung, Schulen, Kirche)
- Entwicklung frequenzunabhängiger Nutzungen im Bereich des Einzelhandels
- Stärkung des Lagebereichs als östlicher Eingangsbereich in die Hauptlage (insb. über die Reitbahn)

5) LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNG – SCHWERPUNKTLAGE NAHVERSORGUNG

- Sicherung der bestehenden Einzelhandelsfunktionen (insb. strukturprägender Lebensmittelmarkt)
- Bedarfsgerechte Erweiterung um kleinflächige Einzelhandelsangebote mit nahversorgungsrelevantem Schwerpunkt
- Nach Möglichkeit Verbesserung des städtebaulich-funktionalen Zusammenhangs zwischen dem E-Center und den weiteren Hauptlagen
- Zielperspektive: Schwerpunktraum für nahversorgungsrelevante Handelsnutzungen

In der nachfolgenden Tabelle werden Handlungsfelder und Maßnahmenpakete für die Weiterentwicklung und Stärkung der Altstadt Ansbachs dargestellt. Sie gliedern sich in die Oberziele Organisations-Strukturen, Einzelhandelsqualität, Standort und Marketing. Die Handlungsempfehlungen sind allgemein gehalten und werden zum Teil von der Stadt Ansbach bereits umgesetzt. Neue Maßnahmen können nur unter der Voraussetzung vorhandener personeller und finanzieller Kapazitäten begonnen werden.

Tabelle 10: Handlungsfelder und Maßnahmenpakete für die Ansbacher Innenstadt (Vorschläge)

Oberziele/Teilziele/Maßnahmen	Umsetzung
Oberziel: Organisations-Strukturen	
Teilziel: Etablierung Innenstadtmanagement, z. B.: ▪ Innenstadtmanagement als zentrale Anlaufstelle, Vernetzer, Organisator, Multiplikator und Ansprechpartner für Gewerbetreibende etablieren ▪ Etablierung der Funktion eines Innenstadtmanagements in der Ansbacher Innenstadt ▪ Ziel: Weitere langfristige Stärkung und Vernetzung der Innenstadt	Mittelfristig
Teilziel: Etablierung einer „Task-Force Altstadt", z. B.: ▪ Ausgründung eines Netzwerks, um innerstädtische Akteure zu vernetzen ▪ Vorhandene Strukturen (z.B. City-Werkstatt) können als Ansatz dienen ▪ Mögliche Ziele: o Veranstaltung eines regelmäßiges Austauschtreffen zur Stärkung der innerstädtischen Kommunikation o Schaffung einer agilen Arbeitsgruppe o Planung gemeinsamer Aktionen o Etablierung von (thematischen) Planungswerkstätten („City-Camps") o Entwicklung einer digitalen Darstellungsplattform ▪ Aufteilung der Akteurinnen und Akteure in kleinere Arbeitskreise zu verschiedenen Themenbereichen ▪ Mögliche Akteure: Innenstadtmanagement, Stadtverwaltung, City-Werkstatt, Gewerbetreibende, Initiativen und Vereine, Immobilieneigentümer, Jugendeinrichtungen, Bildungseinrichtungen, kirchliche Einrichtungen, Kreative, Kulturschaffende	Mittelfristig
Teilziel: Etablierung von thematischen Werkstätten, z. B.: ▪ Themenbezogene Akteurswerkstätten zur Entwicklung von Ideen für die Ansbacher Innenstadt abhalten, z.B. o Klimaschutz o Barrierefreiheit o Digitalisierung	Kurz- und mittelfristig

Teilziel: Lokale Kooperationen stärken, z. B.: ▪ Mögliche lokale Strukturen: ○ Schulen, Kindertagestätten ○ IHK ○ VHS ○ Firmen ○ Gewerbetreibende ○ Gastronomie ▪ Erschließung neuer Zielgruppen über lokale Kooperationen ▪ Lokale Gutscheine zu Firmen-Jubiläen Mögliche Aktionen im Rahmen von Kooperationen: z. B. Kinderfeste, Führungen für Schulklassen auf dem Wochenmarkt, Kochkurse mit lokalen Lebensmitteln (z. B. vom Wochenmarkt)	Mittelfristig
Oberziel: Einzelhandels- und Gastronomiequalität	
Teilziel: Stärkung des Facheinzelhandels durch Serviceoffensive & Erlebnisorientierung, z. B.: ▪ Lange Shopping Nacht ▪ „Curated Shopping" ▪ Verkaufs-Events für Stammkunden ▪ Erhöhung der Service-Leistungen der Betriebe ▪ Einheitliche Kernöffnungszeiten	Kurz- bis mittelfristig
Teilziel: Weiterbildungs- und Beratungsangebote für Gewerbetreibende, z. B.: ▪ Nachfolgeregelung und –netzwerk (z. B. IHK) ▪ Online-Marketing (z. B. IHK) ▪ Schaufenstergestaltung ▪ Shop-Check	Kurz- bis mittelfristig
Teilziel: Stärkung von regionalen Produkten, z. B.: ▪ Ausbau von regionalen Produkten, z. B. Nahrungs- und Genussmittel, Pflegeprodukte, Kunsthandwerk ▪ Attraktivierung der Online-Präsenz und der Auffindbarkeit entsprechender Produkte ▪ Identifikationsstiftende Wirkung für Bürger ▪ Zusätzlich Fokus auf Tourismus	Mittelfristig
Teilziel: Aufstellung eines Gastronomiekonzeptes, z. B.: ▪ Steuerungskonzept für perspektivische gastronomische Vorhaben in der Ansbacher Innenstadt ▪ Schaffung einer ausgewogenen Gastronomiestruktur ▪ Umsetzungsinstrumente für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung ▪ Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern	Kurz- bis mittelfristig

Oberziel: Standort	
Teilziel: Aktives Flächen- und Leerstandsmanagement, z. B.: ▪ Etablierung eines dauerhaften und institutionalisierten „Kümmerers" für leerstehende Gewerbeeinheiten in der Ansbacher Innenstadt ▪ Leerstandsmanagements zur Prävention/Beseitigung von Leerständen ▪ Zwischennutzungen zur Kaschierung von Leerständen und Attraktivitätssteigerung/Verbesserung der touristischen Wahrnehmung, z. B.: ○ Pop-Up-Stores	Mittelfristig
Teilziel: Optimierung der Aufenthaltsqualität und städtebauliche Aufwertung, z. B.: ▪ Sanierung von Gebäudeensembles und Einzelimmobilien findet statt (z. B. Neustadt) ▪ Stadtmöblierung wurde ergänzt und erneuert ▪ Stadtgestaltung durch temporäre und zeitlich unbefristete Elemente (z. B. Grünelemente) ▪ Aufenthaltsmöglichkeiten für Jugendliche ▪ Schaffung attraktiver Wegesituationen insb. für ältere Bevölkerungsgruppe	Mittelfristig
Teilziel: Mehr Grün und Wasser in der Innenstadt, z. B.: ▪ Steigerung der Verweilqualität durch die zusätzliche Installation von (beweglichen) Grünelementen in der Innenstadt ▪ Verbesserung des Stadtklimas ○ Installation von Wasserelementen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität	Mittelfristig
Teilziel: Weiterentwicklung des Wochenmarktes, z. B.: ▪ Weitere Qualifizierung des Wochenmarktes ▪ Erschließung neuer Zielgruppen (junge Menschen, Familien, ältere Menschen etc.) ▪ Prüfung der Etablierung von Themenmärkten (z. B. Feierabendmarkt, Regionalmarkt etc.) ▪ Kooperation mit lokalen Akteuren und Einrichtungen (u. a. IHK, Schulen und Kindertagesstätten etc.) ▪ Erstellung eines vielfältigen Beschickerkatasters ▪ Regionsweites und ortsspezifisches Marketingkonzept (u. a. Labelfindung)	Mittelfristig

Oberziel: Marketing	
Teilziel: Kundenspezifische Sichtbarkeit erhöhen, z. B.: ▪ Gezielte Bewerbung des Einzelhandelsangebotes ▪ Zielgruppenanalyse ▪ Zusätzlicher Fokus auf Tourismus ▪ Etablierung eines gemeinsamen Einkaufsführers/Informationsbroschüre (digital/analog) ▪ Vernetzung von Einzelhandel, Gastronomie und zentrenergänzenden Funktionen, z. B. gemeinsame Kundenbindungsmaßnahmen	Mittelfristig
Teilziel: Einkaufsführer/Informationsbroschüre (digital), z. B.: ▪ Entwicklung eines digitalen Einkaufsführers/einer Informationsbroschüre für die Einzelhandelsangebote in der Ansbacher Innenstadt: o Überblick über alle Einzelhandelsangebote der Ansbacher Innenstadt o Beschreibung der Angebote, Serviceleistungen, Öffnungszeiten einschließlich Adress- und Kontaktdaten o Ggf. Integration eines interaktiven Stadtplans mit genauer Lage der Ladenlokale	Kurz- bis mittelfristig
Teilziel: Stärkung der Onlinepräsenz der Altstadt, z. B.: ▪ Stärkung der Online-Präsenz in der Ansbacher Altstadt, z.B. durch: o Digitale Erreichbarkeit bzgl. wichtiger Informationen (u. a. aktuelle Öffnungszeiten, Kontaktdaten, ggf. Homepage) o Darstellung des vollständigen Geschäftsbereiches o Online-Plattformen zur Erhöhung der Sichtbarkeit o Attraktiver und freundlicher Online-Auftritt	Mittelfristig

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Leerstands- und Flächenmanagement

Für die Belebung des Innenstadtzentrums bietet sich in diesem Zusammenhang für die Stadt Ansbach die Etablierung eines Leerstands- und Ladenflächenmanagements an, um Einzelhandelsbetriebe gezielt in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln und auch in die gewachsenen Lagen zu lenken. Ein entsprechender Ansprechpartner ist der zentrale „Kümmerer", beispielsweise ein Innenstadtmanagement, um die Vermittlung verfügbarer Geschäftsflächen zu steuern. Dabei steht das gleichzeitige Anstreben des gewünschten Branchenmixes im Vordergrund, d. h. neben einem Quantitätsziel zur Verringerung der Leerstandsquote spielt auch das Qualitätsziel zur Steuerung des Branchenmixes eine große Rolle. Nachstehende Abbildung zeigt den idealtypischen Ablauf eines Ladenflächenmanagements.

Abbildung 90: Idealtypischer Ablauf eines Leerstandsmanagements
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Ein Ladenflächenmanagement gliedert sich in vier Stufen. Die erste Stufe besteht in der Schaffung einer Datengrundlage, indem alle Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie Leerstände erfasst werden (Anschrift, Verkaufsfläche) und wenn möglich auch durch Eigentümerdaten sowie Vertragslaufzeiten und weiteren Daten zu Schaufensterlänge und Nebenräumen ergänzt werden. Zusätzlich können Ergebnisse der Haushalts-, Passanten- und Händlerbefragungen berücksichtigt werden.

Im zweiten Schritt werden die erhobenen Daten analysiert und in einer umfassenden Flächendatenbank zusammengeführt. Diese Flächendatenbank und weitere Auswertungen zur räumlichen Umsetzung von Einzelhandelsansiedlungen und zu Fehlbranchen bilden das zukünftige Handwerkszeug, um auf Betreiberanfragen zielgerichtet reagieren zu können.

In der dritten Stufe geht es um die Prophylaxe und aktive Beseitigung von Leerständen, indem Vermarktungsinstrumente entwickelt werden und gezielt potenzielle Betreiber und Immobilieneigentümer angesprochen werden sowie Zwischennutzungen akquiriert werden.

Der vierte Baustein der Kommunikation sollte begleitend stattfinden. Zum einen sollte eine gezielte Pressearbeit nach Außen praktiziert werden und zum anderen sollte nach Innen die Kooperation und Kommunikation am Standort durch regelmäßige Treffen gestärkt werden. Ein weiterer Schwerpunkt bildet auch hier die Beratung von Immobilieneigentümern zur Vermarktung ihrer Ladenlokale bzw. zur Sensibilisierung für mögliche Flächenzusammenlegungen.

Durch das nun vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept und die in diesem Rahmen durchgeführten empirischen Bausteine (Einzelhandelsbestandserhebung, Passantenbefragung) und Analysen (absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen) liegen in Ansbach wichtige Daten für die Einrichtung eines Ladenflächenmanagements bereits vor.

Im Rahmen eines Ladenflächenmanagements sollte auch die Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften im Innenstadtzentren fokussiert werden. Gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer und ggf. weiteren Akteuren können unter Zuhilfenahme von professionellen Coaching-Maßnahmen insbesondere folgende Aspekte bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben thematisiert und optimiert werden:

- Warenpräsentation/ Schaufenstergestaltung/ Marketing,
- Inhabernachfolge,
- Zwischenfinanzierung,
- bautechnische/ architektonische Beratung der Eigentümer zum Umbau bzw. Zusammenlegung von Ladenlokalen.

Diese qualifizierenden Maßnahmen dienen der mittel- bis langfristigen Bestandsicherung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe und somit der Sicherung der Angebotsvielfalt im Innenstadtzentrum.

Exkurs: Maßnahmen zur Ansiedlung von Nahversorgung in der Innenstadt

Im Norden des ZVB Innenstadt Ansbach ist derzeit mit dem E-Center ein strukturprägender Lebensmittelmarkt angesiedelt. Darüber hinaus wird perspektivisch ein weiterer Markt im Ansbacher Brücken-Center eröffnen. Die Ansbacher Altstadt wird derzeit durch diese Lebensmittelmärkte mitversorgt, verfügt aber über kein direktes Lebensmittelangebot. Durch die Barrierewirkung der Fränkischen Rezat sowie der Bundesstraße B 14 ist die Altstadt nicht direkt an das Lebensmittelangebot angebunden. Die Ansiedelung eines Lebensmittelmarktes innerhalb der Ansbacher Altstadt ist in diesem Sinne als sowohl städtebaulich, als auch regionalplanerisch sinnvoll einzustufen.

Hierzu wurde zunächst überprüft, inwieweit die verfügbaren Flächen in der Ansbacher Altstadt die Expansionsanforderungen der marktgängigen Anbieter im discountorientierten sowie vollsortimentierten Lebensmittelbereich erfüllen.

Für die Lebensmitteldiscounter (s. Tabelle 11, hier beispielsweise aufgezeigt für Netto, Lidl und Penny) zeigt sich, dass es in der Altstadt derzeit keine verfügbaren Freiflächen mit Grundstücksgrößen von 2.000 m² bis 4.500 m² gibt, die für die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters zur Verfügung stehen würden. Auch im Hinblick auf Kundenparkplätze kann die Ansbacher Altstadt den Anforderungen der Betreiber derzeit nicht gerecht werden.

Tabelle 11: Expansionsanforderungen ausgewählter Lebensmitteldiscounter

Kriterium	Netto	Lidl	Penny
Einwohnerzahlen	min. 3.500	min. 5.000 min. 15.000 Einzugsgebiet	min. 3.000 Kerneinzugsgebiet min. 10.000 Gesamteinzugsgebiet
Grundstücksgröße	ab 4.500 m²	ab 2.000 m²	4.000 m²
Verkaufsfläche	800 - 1.200 m²	1.000 m² - 1.400 m² (1.600 m²)	ab 800 m²
Kundenparkplätze	min. 60	min. 100	ausreichende Stellplätze in Fahrlage
Sonstige Kriterien	darüber hinaus auch standortspezifische Filialen mit individueller Konzeptanpassung z. B. Fachmarktzentren, Mixed-Used-Konzepte, Einkaufszentren	verkehrsgünstige Lagen in weniger verdichteten Gebieten, Laufkundschaft in hochverdichteten städtischen Gebieten	gute Sichtbarkeit und Erreichbarkeit, Solitärstandort mit großzügiger Verkaufsfläche und ebenerdigen Parkplätzen, Nähe zu Dienstleistungseinrichtungen, Lage im Fachmarktzentrum, hochverdichtete Zentrumslage

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Betreiberangaben.

Auch bei der Betrachtung der Expansionsanforderungen ausgewählter Betreiber im vollsortimentierten Bedarfsbereich wird deutlich, dass die betreiberseitigen Anforderungen insbesondere an die Grundstücksgröße von den verfügbaren Flächenpotenzialen in der Ansbacher Innenstadt nicht erfüllt werden können (s. Tabelle 12, beispielsweise dargestellt für Rewe, Kaufland und Edeka).

Tabelle 12: Expansionsanforderungen ausgewählter Lebensmittelvollsortimenter

Kriterium	Rewe	Kaufland	Edeka
Einwohnerzahlen	-	Städte ab 10.000 Einwohner, min. 2.500 Einwohner im Einzugsgebiet	min. 2.000 im Kernort
Grundstücksgröße	min. 1.500 m² ab Kommunen unter 100.000 EW; min. 4.000 m² ab Kommunen ab 100.000 EW	min. 6.000 m²	min. 6.000 m²
Verkaufsfläche	1.000 – 3.500 m²	min. 2.500 m²	min. 800 m²
Kundenparkplätze	-	-	min. 100
Sonstige Kriterien	City-, Zentrums- und Stadtteillagen, Geschäfts-, Einkaufs-, oder Fachmarktzentren, Fußgängerzonen oder hochverdichtete Nahversorgungslagen, Lauf- und Sichtlagen zu Hauptverkehrsachsen	gute zentrale oder periphere Lage; bebaute oder unbebaute Grundstücke mit projektierten oder bestehenden Warenhäuser und Verbrauchermärkten	Zugänglichkeit für Zulieferverkehr, Parkplätze in unmittelbarer Ladennähe, verkehrsorientierte Lage

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Betreiberangaben.

Um dennoch eine direkte Lebensmittelnahversorgung in der Ansbacher Altstadt zu gewährleisten, ist zu prüfen, ob sich Kleinflächenkonzepte anbieten, um ein gewisses Nahversorgungsangebot in der Ansbacher Altstadt zu verorten. Hierzu bestehen bereits Ansiedelungsbestrebungen. Die Ansiedelung eines Kleinflächenkonzeptes in der Ansbacher Altstadt ist vor dem Hintergrund fehlender Flächen zur Realisierung eines marktgängigen Lebensmittelmarktes aus gutachterlicher

Sicht zu begrüßen, um eine grundlegende Nahversorgung in der Altstadt zu erhalten. Als Frequenzbringer würde ein solcher Markt für eine zusätzliche Aufwertung der zentralen Innenstadtlagen sorgen und so die gesamte Altstadt stärken. Die Ansiedelung eines Lebensmittelmarktes ist prioritär im ZVB Innenstadt Ansbach vorzusehen.

6.2.2 Nahversorgungszentren

Im Rahmen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes Ansbach 2015 wird nicht abschließend definiert, ob es sich bei den elf ausgewiesenen Nahversorgungsbereichen (Vgl. Abbildung 73) um Nahversorgungszentren oder um Nahversorgungsstandorte handelt. Die Standorte wurden daher im Folgenden anhand festgelegter Kriterien bewertet, inwieweit die Standortbereiche im hinreichenden Maße den Kriterien der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche entsprechen. Die Ergebnisse dieser Analyse werden in Tabelle 13 dargestellt. Damit ergibt sich eine positive Bewertung für die Nahversorgungsbereiche Rettistraße, Welser Straße und Rothenburger Straße/Würzburger Landstraße. Der Nahversorgungsbereich Süd schneidet in der städtebaulichen Analyse mäßig ab, während die weiteren Nahversorgungsbereiche eine eher schlechte Bewertung erreichen.

Tabelle 13: Städtebauliche Analyse der Nahversorgungsbereiche gemäß EEK 2015

NVB	Städtebauliche Integration	Erreichbarkeit	Versorgungsfunktion	Einzelhandelsbesatz	Branchenmix/ Betriebsgrößenstruktur	Städtebauliche Struktur	Städtebauliches Erscheinungsbild	Gesamt
Rettistraße	○○●	○●○	○○●	○○●	○○●	○●●	○●○	○●●
Welser Straße	○●○	○●●	○●●	○○●	○●●	○●○	●●○	○●●
Rothenburger Str./Würzburger Landstraße	○●○	○●○	○●●	○●●	○●●	○●○	●●○	○●●
Süd	●○○	○●○	○●●	○●○	○●●	○●○	●●○	○●○
Südwest	○○●	○●●	○●●	●●○	●●○	●○○	●●○	●●○
Nürnberger Straße	○●●	○●●	○●○	○●●	●●○	●○○	●●○	●●○
Eyb Nord	○●○	○●○	●○○	●○○	●○○	●●○	●●○	●●○
Eyb Zentrum	○●○	○●●	●○○	●○○	●●○	●●○	●●○	●●○
Eyb Süd	○●○	○●●	○●○	○●○	●●○	○●○	●●○	○●○
Schalkhäuser Straße	●○○	○●○	○●○	○●○	○●○	●○○	●●○	●●○
Schleifweg	○●○	○●●	○●○	●●○	●●○	●●○	●●○	●●○

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Daten: Bestandserhebung 07/2022.

Dabei wird deutlich, dass lediglich die Standorte Rettistraße, Welser Straße und Rothenburger Straße/Würzburger Landstraße bei der städtebaulichen Analyse positiv abschneiden und in diesem als zentrale Versorgungsbereiche infrage kommen. Daher werden diese nachfolgend tiefergehend betrachtet und bei Erfüllen der Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche als Nahversorgungszentren ausgewiesen und mit entsprechenden Entwicklungszielstellungen untermauert.

Dabei kommt außerdem ein idealtypischer Ausstattungskatalog für Nahversorgungszentren zur Verwendung, welcher auch bei zukünftigen Entwicklungsmaßnahmen als Zielkriterium Beachtung finden sollte. Die Ausstattungsmerkmale sind nach unterschiedlichen Aspekten (Einzelhandelsausstattung, zentrenergänzende Funktionen, Städtebau/ Gestaltung, Erreichbarkeit) eingestuft worden.

Tabelle 14: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Einzelhandelsausstattung)

Einzelhandelsausstattung	Nahversorgungs-zentrum
Ein strukturprägender Lebensmittelmarkt	■ ■
Diversifiziertes Angebot an Lebensmittelmärkten	■ □
Drogeriefachmarkt	□ □
Ergänzende Betriebe des Lebensmittelhandwerks	■ ■
Weitere Sortimente der kurzfristigen Bedarfsstufe	■ ■
Sortimentsbereiche der mittelfristigen Bedarfsstufe	■ □
Sortimentsbereiche der langfristigen Bedarfsstufe	□ □

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

Tabelle 15: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (zentrenergänzende Funktionen)

Zentrenergänzende Funktionen	Nahversorgungs-zentrum
Imbissorientierte Gastronomieangebote	■ □
Höherwertige Gastronomieangebote mit Freisitzen (Café, Restaurant)	■ □
Medizinische Angebote (Arztpraxen und weitere Angebote)	■ □
Banken	■ □
weitere einzelhandelsnahe Dienstleistungen	■ ■
Öffentliche Einrichtungen	■ □
Packstation/Post	■ □
Spielgeräte/Spielplatz für Kinder	■ □
Elektro-Tankstelle	■ □
Imbissorientierte Gastronomieangebote	■ □

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

Tabelle 16: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Städtebau/Gestaltung)

Städtebau/Gestaltung	Nahversorgungs-zentrum
Ansprechende städtebauliche Gestaltung	■ □
Angenehme Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre	■ □
Barrierefreie Gestaltung	■ □

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

Tabelle 17: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Erreichbarkeit)

Erreichbarkeit	Nahversorgungs-zentrum

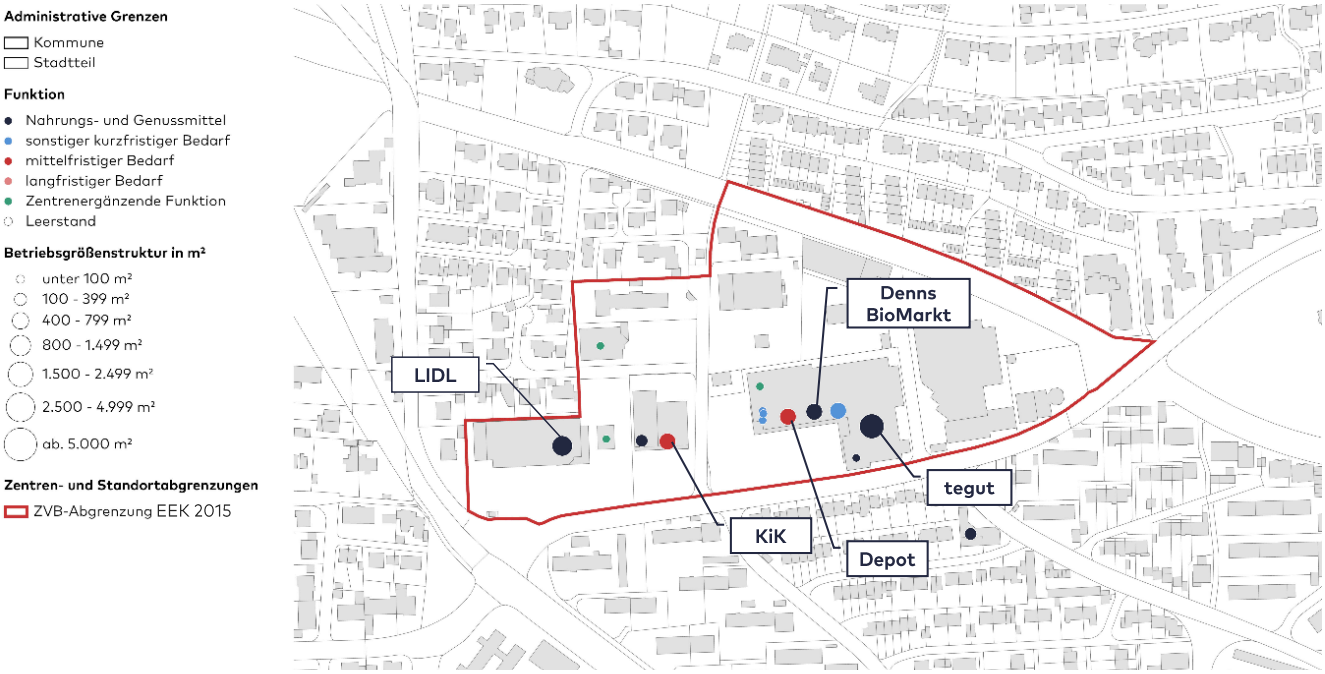
Stellplatzanlagen standortspezifisch bemessen	■ □
Gute fußläufige Erreichbarkeit	■ ■
Fahrradfreundliche Erreichbarkeit und Stellplatzmöglichkeiten	■ ■
Gute MIV-Anbindung (Erschließungsstraße 1. Priorität)	■ □
Gute ÖPNV Anbindung (Qualität und Quantität)	■ ■

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

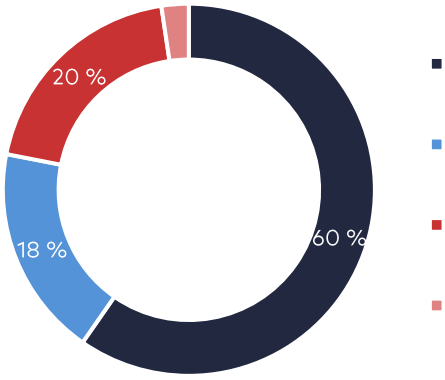
NVZ RETTISTRAßE

Räumliche Analyse

Versorgungsfunktion	Nördliche Kernstadt und nördliche Ortsteile



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	10	3,3 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	5.300	3,7 %
Anzahl der Leerstände	-	

Magnetbetriebe

LIDL, tegut, KiK, Denns Biomarkt, Depot

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach..

NVZ RETTISTRAßE

Räumliche Integration

Zentrale Lage im Norden der Ansbacher Kernstadt, vollständige räumliche Integration und gute Einbindung in die umliegenden Wohnstrukturen. Nutzungsumfeld hauptsächlich durch Wohnen geprägt.

Verkehrliche Erreichbarkeit

Optimale Anbindung an Wohnbereiche für zu Fuß Gehende und Radfahrende. ÖPNV-Haltepunkt in fußläufiger Erreichbarkeit vorhanden. Gute PKW-Anbindung durch Lage an einer Staatsstraße. Gemeinsame Parkfläche mit ausreichender Anzahl an Parkplätzen sorgt für kurze Wege zwischen den einzelnen Betrieben.

Versorgungsfunktion

Hohe Versorgungsfunktion für die nördliche Kernstadt sowie die weiteren Ortsteile im Norden Ansbachs. Der Standortbereich übernimmt eine Versorgungsfunktion im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich und zeichnet sich durch ein discountorientiertes sowie ein vollsortimentiertes Lebensmittelangebot durch eine diversifizierte vollumfängliche Nahversorgungsfunktion aus. Komplementierung des Angebotes durch den Biomarkt Denns; eher geringe VKF-Ausstattung in Bezug auf die Gesamtstadt (3,7 % der GVKF); sowie geringes hohes funktionales Gewicht im Hinblick auf die Anzahl der Betriebe (3,3 % Betriebe); Dennoch hohes Gewicht für die Bevölkerung im Nahbereich

Einzelhandelsbesatz

Modernes Einzelhandelsangebot überwiegend im filialisierten Bereich. Nahversorgungsrelevante Angebote werden durch KiK und Depot auch im mittelfristigen Bedarfsbereich ergänzt. Lebensmittelmärkte sind marktadäquat aufgestellt und sorgen für eine hohe Einkaufsqualität. Derzeit keine Leerstände am Standortbereich vorhanden.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

Insbesondere großflächige Einzelhandelsbetriebe am Standortbereich, ergänzt durch kleinteilige Strukturen (Apotheke, Lebensmittelhandwerk). Guter Branchenmix durch Angebote im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich, Filialisten weisen marktgängige Verkaufsflächen auf.

Zentrenergänzende Funktionen

Geringe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen, aktuell sind drei Nutzungen im Dienstleistungsbereich vertreten, davon eine temporäre Corona-Teststelle. Neben Bäckerei keine weiteren gastronomischen Angebote am Standortbereich.

Städtebauliche Struktur

Kompakter Standort mit gemeinsamer Parkfläche der Einzelhandelsbetriebe; kurze Wegeverbindungen und gute Anbindung an den Verkehr; durch Einbettung in umliegende Wohnbebauung auch in guter Erreichbarkeit für die Bevölkerung.

Städtebauliches Erscheinungsbild

Moderner Fachmarktstandort mit guter Aufenthaltsqualität und Einbindung in die umliegenden Wohnstrukturen; einheitliche Pflasterung der Parkfläche sowie in Teilen Begrünung.

Markante Entwicklungen seit 2015

Eröffnung des Retti-Centers fand erst nach der Konzepterstellung 2015 statt.

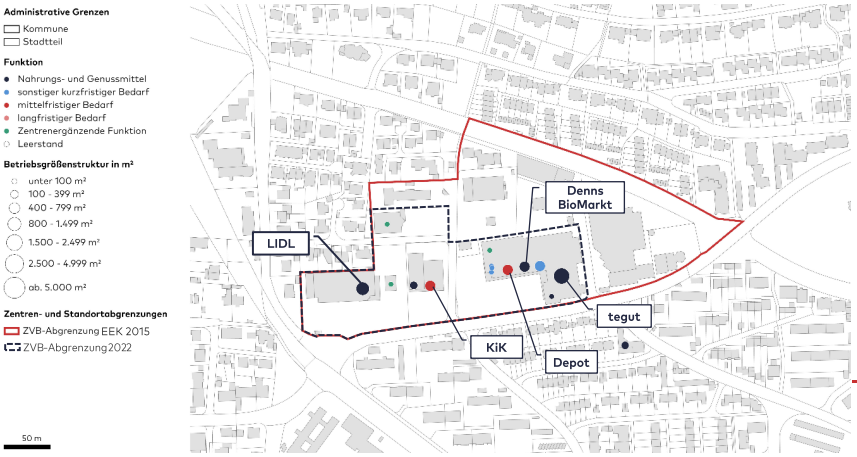
Zukunftsfähigkeit (Fazit)

Modern aufgestellter und zukunftsfähiger Standort mit hoher Versorgungsfunktion für den Ansbacher Norden. Angebot überwiegend nahversorgungsorientiert mit ergänzendem Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich. Angebot an zentrenergänzenden Funktionen derzeit gering ausgeprägt. Kompakte städtebauliche Funktion mit guter Erreichbarkeit für alle Verkehrsteilnehmenden.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Der Standort befindet sich durch eine vollständige Siedlungsintegration in integrierter Lage im Norden der Ansbacher Kernstadt und verfügt durch LIDL und tegut über zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte, ergänzt durch einen Biomarkt. Durch ergänzende Angebote im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich nimmt der Standort außerdem eine Versorgungsfunktion ein, die über den unmittelbaren Nahbereich hinaus geht. Im Bereich der zentrenergänzenden Funktionen

sind die Angebotsstrukturen am Standortbereich eher mäßig ausgeprägt. Durch die dichte Bebauung der umliegenden Strukturen sind außerdem nur geringfügige Entwicklungsmöglichkeiten offen. Durch seine hohe Versorgungsfunktion wird der Standortbereich als Nahversorgungszentrum ausgewiesen. Die Abgrenzung wird dabei auf die Bereiche beschränkt, die aktuell von Einzelhandelsnutzungen geprägt sind, die aus der Abgrenzung herausgenommenen Bereiche sind derzeit nicht durch Einzelhandel geprägt.



Prüfkriterien	
städtebaulich integrierte Lage	● ● ●
mindestens ein größerer Nahversorgungsbetrieb	● ● ●
Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus	● ● ●
städtebauliches Gewicht	● ● ●
zentrenergänzende Funktionen	● ● ●
Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen)	● ● ●
Eignung als Nahversorgungszentrum	● ● ●
Ausweisung als Nahversorgungszentrum	✓

Abbildung 91: Bewertung des Standortbereiches Rettistraße
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

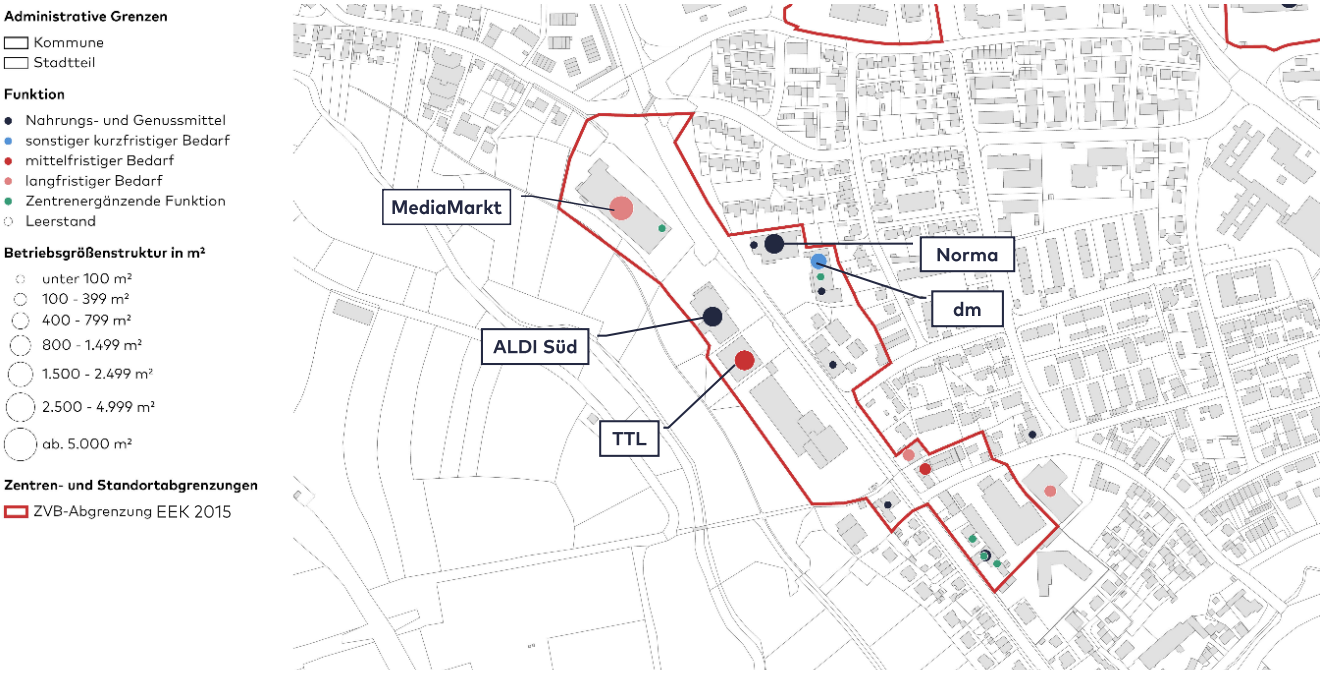
ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- **Ausweisung als Nahversorgungszentrum**
- Positivstandort für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel
- Versorgungsgebiet: nördliche Kernstadt und nördliche Ortsteile
- Erhalt und Stärkung der als Frequenzbringer unerlässlichen Lebensmittelmärkte
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität (Sitzgelegenheiten, Begrünung etc.)
- Erhalt und qualitative Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen

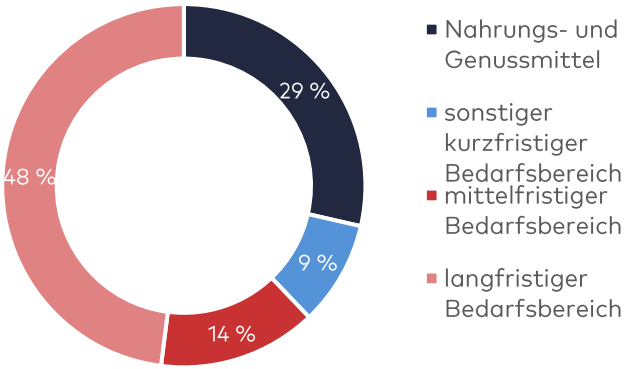
NVZ ROTHENBURGER STRAßE/WÜRZBURGER LANDSTRAßE

Räumliche Analyse

Versorgungsfunktion	Westliche Kernstadt und westliche Ortsteile



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	12	3,9 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	4.900	4,7 %
Anzahl der Leerstände	-	

Magnetbetriebe

ALDI Süd, Netto, dm, TEDi, Fressnapf

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

NVZ ROTHENBURGER STRAßE/WÜRZBURGER LANDSTRAßE

Räumliche Integration

Direkter Anschluss an umliegende Wohnbebauung in östlicher sowie in Teilen in nördlicher und südlicher Richtung; gesamter Standortbereich grenzt in westlicher Richtung an Freiflächen an und befindet sich damit in Siedlungsrandlage.

Verkehrliche Erreichbarkeit

Gute verkehrliche Erreichbarkeit für motorisierten Individualverkehr (u.a. PKW), angemessene fußläufige Erreichbarkeit eines ÖPNV-Haltepunktes nördlich des Standortbereiches; Erreichbarkeit für zu Fuß Gehende und Radfahrende aus östlicher Richtung grundsätzlich gegeben, jedoch erschwerte Querungssituation entlang der vielbefahrenen Rothenburger Straße/Würzburger Landstraße.

Versorgungsfunktion

Umfängliche Nahversorgungsfunktion durch das discountorientierte Angebot der Lebensmittelmärkte Aldi Süd und Norma, ergänzt durch Drogeriemarkt dm. Versorgungsfunktion für den Westen der Ansbacher Kernstadt sowie angrenzende Ansbacher Ortsteile; eher geringe VKF-Ausstattung in Bezug auf die Gesamtstadt (4,7 % der GVKF); sowie geringes funktionales Gewicht im Hinblick auf die Anzahl der Betriebe (3,9 % Betriebe).

Einzelhandelsbesatz

Überwiegend filialisiertes Einzelhandelsangebot; flächendeckender Besatz ohne Leerstände innerhalb des Standortbereiches; MediaMarkt als wesentlicher Magnetbetrieb für das gesamte Stadtgebiet; Lebensmittelmärkte sowie Drogeriefachmarkt dm als Magnetbetriebe im Nahbereich.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

Überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe, ergänzt durch kleinteilige Angebote im kurzfristigen Bedarfsbereich. Einzelhandelsangebote bestehen insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich durch Norma, Aldi Süd und dm, werden jedoch auch im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von entsprechenden Fachmärken ergänzt. Lebensmittelbetriebe weisen marktgängige Betriebsstrukturen auf.

Zentrenergänzende Funktionen

Eher geringe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen, ein imbissorientierter Gastronomiebetrieb ergänzt durch Dienstleistungsbetriebe.

Städtebauliche Struktur

Weitläufiger Standortbereich mit städtebaulicher Barriere durch Verkehrssituation an der Rothenburger Straße/Würzburger Landstraße; südlicher Teil des Standortbereiches von den Strukturen im Norden abgeschnitten; gute Situation im Bereich Norma/dm mit gemeinsamer Parkfläche der Einzelhandelsbetriebe und gutem städtebaulich-funktionalem Zusammenhang.

Städtebauliches Erscheinungsbild

Autokundenorientierter Fachmarktstandort, nur in Teilen zusammenhängende Parkflächen. Geringe Aufenthaltsqualität durch starke Verkehrsbelastung, wenig Grün und keine Möglichkeiten zum Verweilen.

Markante Entwicklungen seit 2015

Ansiedlung von Norma, dm und ergänzenden Betrieben im Osten des Standortbereiches.

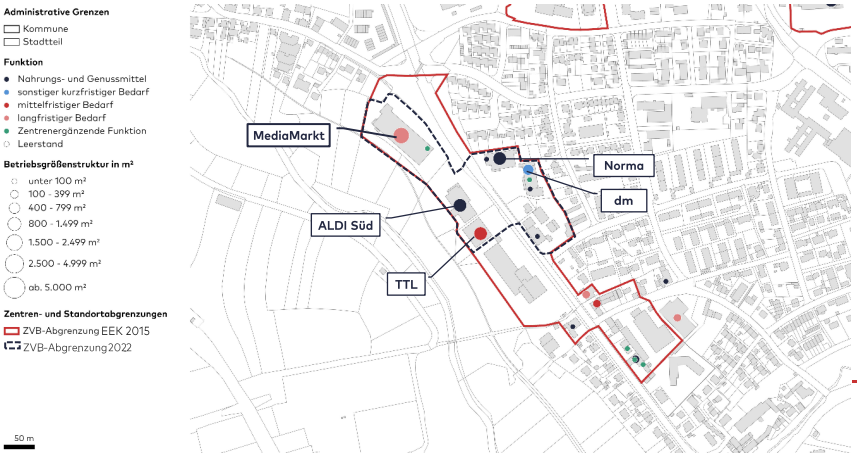
Zukunftsfähigkeit (Fazit)

Eher weitläufiger Standortbereich mit überwiegend filialisierten und großflächigen Einzelhandelsangeboten in allen Bedarfsstufen. MediaMarkt als wesentlicher Magnetbetrieb, jedoch auch ausgeprägte Nahversorgungsfunktion. Verweilqualität sowie städtebaulich-funktionaler Zusammenhang sind durch Verkehrssituation eingeschränkt. Positive Entwicklung seit der Konzepterstellung 2015 durch die Ansiedlung von Norma und dm als nahversorgungsrelevante Angebote.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Der Standort Rothenburger Straße/Würzburger Landstraße befindet sich am östlichen Siedlungsrand der Ansbacher Kernstadt und ist insbesondere in östlicher Richtung an die umgebende Wohnbebauung angeschlossen. Mit Norma und Aldi

Süd sind am Standortbereich zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte vertreten, deren Angebot durch Einzelhandelsstrukturen im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ergänzt wird. Damit übernimmt der Standort eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus und verfügt über ein hohes städtebauliches Gewicht. Zentrenergänzende Funktionen sind eher untergeordnet am Standortbereich angesiedelt. Insbesondere durch die westlich anschließenden Freiflächen sind am Standortbereich auch Entwicklungsmöglichkeiten verfügbar. Der Standort wird durch das Erfüllen der Prüfkriterien als Nahversorgungszentrum ausgewiesen. Die Abgrenzung wird dabei im Rahmen der Fortschreibung auf den nördlichen Teilbereich begrenzt, da der Einzelhandelsbesatz im Süden der ursprünglichen Abgrenzung nur über einen geringen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang zu den Strukturen im Norden verfügt.



Prüfkriterien	
städtebaulich integrierte Lage	○ ● ○
mindestens ein größerer Nahversorgungsbetrieb	○ ○ ●
Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus	○ ● ○
städtebauliches Gewicht	○ ○ ●
zentrenergänzende Funktionen	○ ● ○
Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen)	○ ● ●
Eignung als Nahversorgungszentrum	○ ● ●
Ausweisung als Nahversorgungszentrum	✓

Abbildung 92: Bewertung des Standortbereiches Rothenburger Straße/Würzburger Landstraße
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

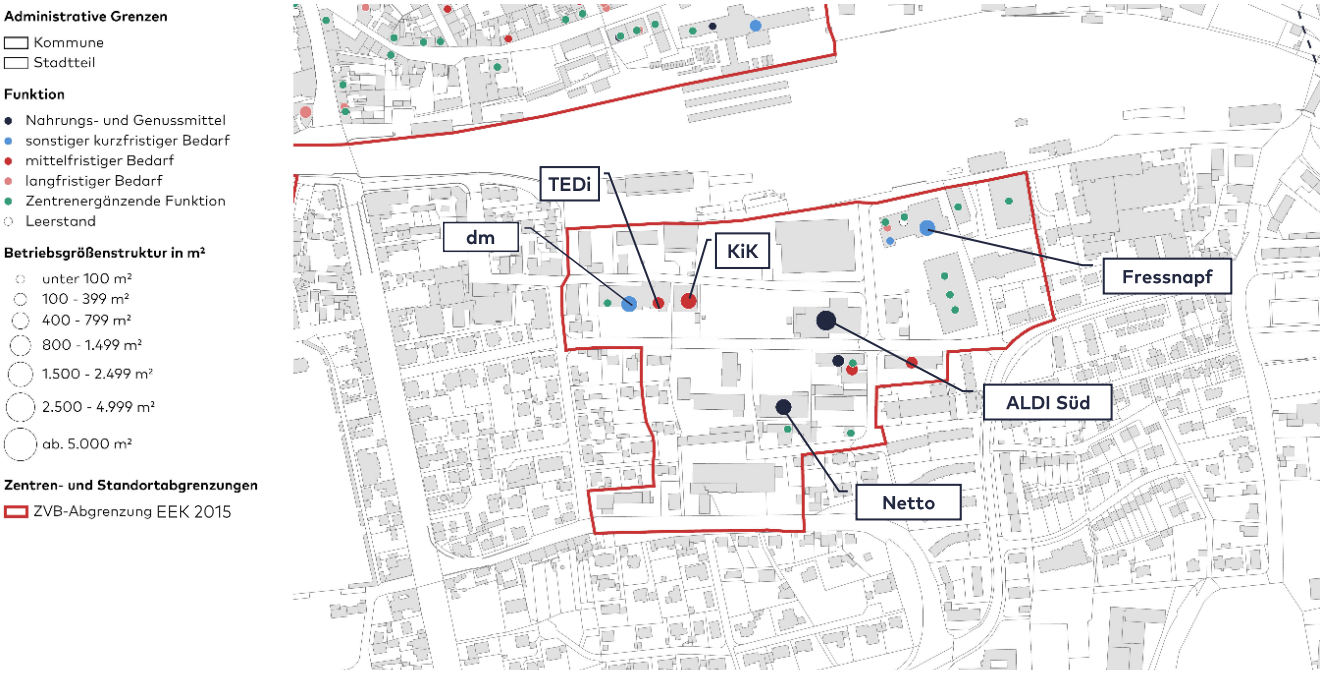
ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- **Ausweisung als Nahversorgungszentrum**
- Erhalt und Stärkung der als Frequenzbringer unerlässlichen Lebensmittelmärkte
- Prüfung der Möglichkeit zur bedarfsgerechten Erweiterung des Lebensmittelangebotes im vollsortimentierten Bereich (bspw. bei einem Marktabgang eines der Lebensmitteldiscounter)
- Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente, dabei insbesondere bedarfsorientierte Angebotsergänzung
- Attraktivierung des Angebotes im Bereich des erweiterten Grundbedarfs (Fachgeschäfte)
- Erhalt und qualitative Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen

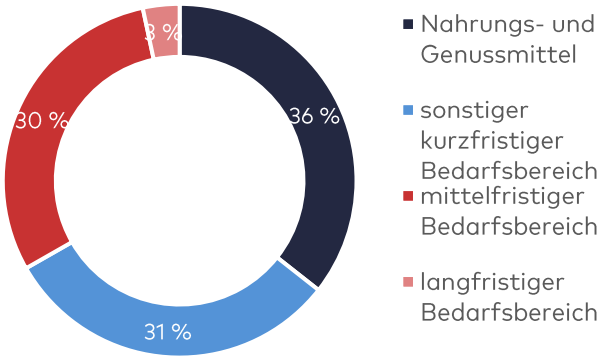
NVZ WELSER STRAßE

Räumliche Analyse

Versorgungsfunktion	Innenstadt und südliche Kernstadt



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	12	3,9 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	4.900	3,4 %
Anzahl der Leerstände	1	

Magnetbetriebe

Aldi Süd, Netto, dm, TEDi, Fressnapf

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

NVZ WELSER STRAßE

Räumliche Integration

Gesamtstandort in siedlungsräumlich in Wohnbebauung eingebettet; direkter Anschluss an Wohnbebauung insbesondere in westlicher und südlicher Richtung; in nördlicher Richtung Barrierewirkung durch Bahnhof Ansbach; in östlicher Richtung anschließendes Gewerbegebiet.

Verkehrliche Erreichbarkeit

Gute ÖPNV-Erreichbarkeit durch Nähe zum Ansbacher Bahnhof, Erreichbarkeit für zu Fuß Gehende und Rad Fahrende durch direkten Siedlungsanschluss im Süden und Westen gut; PKW-Erreichbarkeit insbesondere in östliche Richtung gut, ausreichende Parkflächen durch die Einzelhandelsbetriebe vorhanden.

Versorgungsfunktion

Vollumfängliche Nahversorgungsfunktion durch das discountorientierte Angebot der Lebensmittelmärkte Aldi Süd und Netto, weitere Angebote im kurzfristigen Bedarfsbereich insbesondere durch dm und Fressnapf; Versorgungsfunktion insbesondere für die Ansbacher Kernstadt mit Fokus auf den südlichen Teilbereich sowie die Innenstadt; eher geringe VKF-Ausstattung in Bezug auf die Gesamtstadt (3,4 % der GVKF); sowie geringes hohes funktionales Gewicht im Hinblick auf die Anzahl der Betriebe (3,9 % Betriebe).

Einzelhandelsbesatz

Größtenteils filialisierte, strukturprägende Einzelhandelsangebote mit Fokus auf preisorientierten Angeboten. Nahezu flächendeckender Einzelhandelsbesatz mit einem Leerstand innerhalb der Abgrenzung; Mehrere Magnetbetriebe im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

Einzelhandelsangebot überwiegend im kurzfristigen Bedarfsbereich mit ergänzendem Angebot im Bereich des mittelfristigen bedarfs (insbesondere TEDi); Überwiegend filialisierte Fachmarktstrukturen, ergänzt durch kleinteilige Angebote vorrangig im kurzfristigen Bedarfsbereich. Lebensmittelmärkte nicht vollumfänglich marktadäquat aufgestellt.

Zentrenergänzende Funktionen

Angemessenes Angebot an zentrenergänzenden Funktionen mit starkem Fokus auf Dienstleistungen im medizinischen Bereich. Keine gastronomischen Angebote.

Städtebauliche Struktur

Weitläufiger Standortbereich meist ohne zusammenhängende Parkflächen der einzelnen Einzelhandelsbetriebe; eingeschränkte Sicht- und Webebeziehungen zwischen den Angeboten sorgen für einen nicht optimalen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang (insbesondere zwischen östlichem und westlichem Teilbereich).

Städtebauliches Erscheinungsbild

Geringe Verweilqualität durch städtebauliche Struktur, hohen Versiegelungsgrad und fehlendes Grün. Kein Stadtmobiliar sowie fehlendes gastronomisches Angebot. Stark eingeschränkte und auf Autokunden fokussierte Wegeverbindungen zwischen den Einzelhandelsbetrieben sorgen für eingeschränktes Einkaufserlebnis; Fokus auf versorgungsorientierten Einkaufen.

Markante Entwicklungen seit 2015

-

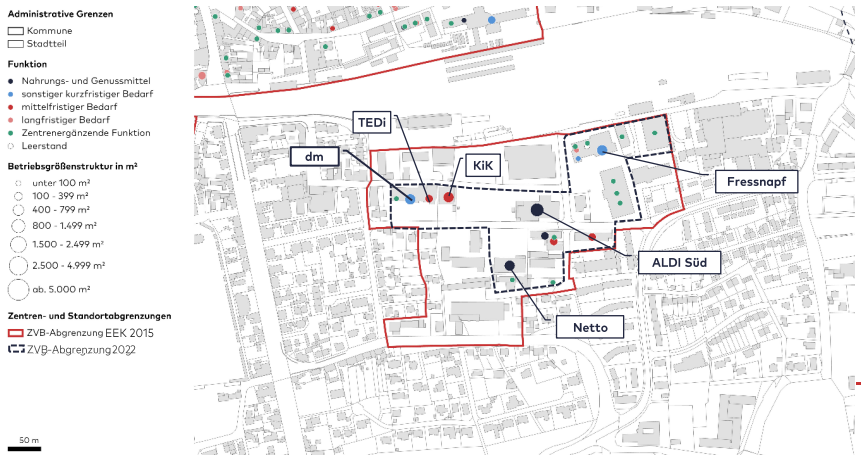
Zukunftsfähigkeit (Fazit)

Eher weitläufiger Standortbereich mit überwiegend filialisierten und großflächigen Einzelhandelsangeboten im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Netto und Aldi Süd also wichtige Magnetbetriebe, ergänzt durch dm, TEDi und Fressnapf; Angemessenes Einzelhandelsangebot sowie zentrenergänzende Funktionen mit Versorgungsfunktion für Teile der Ansbacher Kernstadt; Städtebauliche Struktur sowie städtebauliches Erscheinungsbild insbesondere durch Weitläufigkeit der Strukturen eingeschränkt.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die Angebote des Standortbereiches Welser Straße befinden sich südlich des Ansbacher Bahnhofs in der Ansbacher Kernstadt. Siedlungsräumlich ist der Standort gut in die Ansbacher Kernstadt integriert, der Standortbereich schließt in westlicher und südlicher Richtung direkt an Wohnbebauung an. Mit Netto und Aldi

Süd befinden sich zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte am Standortbereich, der durch seine ergänzenden Angebote im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus übernimmt. Der Standortbereich verfügt über ein hohes städtebauliches Gewicht und verfügt auch für die zukünftige Entwicklung über weitere Potenzialflächen. Vor diesem Hintergrund wird der Standortbereich als Nahversorgungszentrum ausgewiesen. Die Abgrenzung wird dabei insbesondere im Norden und Süden verkleinert und auf diejenigen Bereiche fokussiert, die aktuell durch Einzelhandel und zentrenergänzende Funktionen geprägt sind.



Prüfkriterien	
städtebaulich integrierte Lage	○ ● ●
mindestens ein größerer Nahversorgungsbetrieb	○ ○ ●
Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus	○ ● ○
städtebauliches Gewicht	○ ○ ●
zentrenergänzende Funktionen	○ ● ●
Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen)	○ ○ ●
Eignung als Nahversorgungszentrum	○ ● ●
Ausweisung als Nahversorgungszentrum	✓

Abbildung 93: Bewertung des Standortbereiches Welser Straße
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- **Ausweisung als Nahversorgungszentrum**
- Sicherung und Weiterentwicklung des Angebotes, dabei insbesondere Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente und medizinischen Bedarf
- Schwerpunkt: medizinische Dienstleistungen und Versorgung im östlichen Bereich des Nahversorgungszentrums, Erhalt und Stärkung der weiteren zentrenergänzenden Funktionen
- Modernisierung des bestehenden nicht mehr vollumfänglich marktadäquaten Lebensmittelangebotes
- Optimierung der städtebaulich-funktionalen Zusammenhangs des Standortbereiches

7 Nahversorgungskonzept

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in den Kapiteln 4.6 und 6.2.2 bereits tiefergehend analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in Ansbach ausgesprochen.

7.1 NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

Neben den zentralen Versorgungsbereichen wird in Ansbach die Ausweisung sogenannter Nahversorgungsstandorte geprüft. Dabei handelt es sich um Einzelhandelsstandorte von Lebensmittelmärkten (sowie zum Teil ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben), die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber nicht die rechtlichen Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen (siehe dazu auch Kapitel 6.1). Die gezielte Ausweisung solcher Nahversorgungsstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Stadt Ansbach dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln. Zur Ausweisung eines Nahversorgungsstandortes müssen dabei die nachfolgend dargestellten Voraussetzungen erfüllt sein.

Die Prüfung von Nahversorgungsstandorten in diesem Bericht orientiert sich an den Bestandsstrukturen der Stadt Ansbach. Um auch zukünftige, zum Zeitpunkt der Konzeptausarbeitung noch nicht absehbare Standortentwicklungen bewerten zu können, werden im Folgenden die durch das Einzelhandelsentwicklungskonzept vorgegebenen Kriterien für Nahversorgungsstandorte aufgeführt.

KRITERIEN FÜR NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

- **Städtebauliche Integration:** Der Standort steht im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung bzw. ist idealerweise von dieser umgeben.
- **ÖPNV-Erreichbarkeit:** Der Standort ist an das Netz des ÖPNV angebunden.
- **Schutz der zentralen Versorgungsbereiche:** Der Standort soll nicht zu stark in die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche eingreifen.
- **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung:** Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der (räumlichen, quantitativen oder qualitativen) Nahversorgungssituation bei.

Städtebauliche Integration

Der Standort soll überwiegend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sein bzw. in einem engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu diesen stehen. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn der Vorhabenstandort mindestens von zwei Seiten (besser drei Seiten oder mehr) von Wohnbebauung umgeben ist.

Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren).

Ein nur teilweise städtebaulich integrierter Standort (z. B. bei umgebender Wohnbebauung an nur zwei Seiten und Lage an stark befahrener Straße ohne Que-

rungshilfe) erfährt bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt ein Ausschlusskriterium dar.

ÖPNV-Erreichbarkeit

Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen regelmäßig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr ausreichend dar. Das Kriterium gilt in diesem Fall in der Regel als nicht erfüllt.

Schutz der Zentralen Versorgungsbereiche

Der Standort soll nicht zu stark in die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche eingreifen. Ausnahmen sind das „Anschmiegen" an den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich sowie nachweislich und langfristig fehlende Flächenpotenziale in den zentralen Versorgungsbereichen. Planvorhaben sind im Hinblick auf die Kaufkraftabschöpfung im situativen Nahbereich angemessen zu dimensionieren.

Sicherung/Optimierung der Nahversorgung

Der Standort soll zudem einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung oder Optimierung der räumlichen, qualitativen und/oder quantitativen Nahversorgung liefern.

Zur Sicherung oder Optimierung der **räumlichen Nahversorgungssituation** soll der Lebensmittelmarkt wesentlich zur Verbesserung der fußläufigen/wohnortsnahen Nahversorgungssituation beitragen.

Die Sicherung oder Optimierung der **quantitativen Nahversorgung** ist gegeben, wenn der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Verkaufsflächenausstattung bzw. Zentralität im Stadtteil liefert. Dies kann der Fall sein, wenn der Stadtteil über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügt. Eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist hingegen ein Hinweis darauf, dass kein weiterer Bedarf an einer quantitativen Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht.

Sofern der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes im Stadtteil liefert bzw. zum Erhalt attraktiver und vielfältiger Nahversorgungsstrukturen beiträgt, ist eine Sicherung oder Optimierung der **qualitativen Nahversorgung** gegeben. So kann z. B. die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters bei einem fehlenden vollsortimentierten oder nicht mehr marktgängigen Angebot zur Optimierung der qualitativen Nahversorgung beitragen.

Sofern im Nahbereich eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist, kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus

einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.[38]

Im Folgenden werden die Standortbereiche mit strukturprägenden Lebensmittelmärkten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auf die vorab genannten Kriterien für Nahversorgungsstandorte überprüft und bewertet:

Tabelle 18: Prüfung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte auf Eignung als Nahversorgungsstandort

Standortbereich	Städtebauliche Integration	ÖPNV-Erreichbarkeit	Schutz zentraler Versorgungsbereiche	Sicherung/ Optimierung der Nahversorgung	Fazit
Ansbach					
Bahnhofstraße	○ ● ○	○ ● ●	○ ○ ●	○ ● ●	NVS
Benzstraße	○ ○ ●	○ ○ ●	○ ○ ●	○ ● ●	NVS
Nürnberger Straße	○ ○ ●	○ ● ○	○ ○ ●	○ ○ ●	NVS
Louis-Schmetzer-Straße	○ ● ●	○ ○ ●	○ ○ ●	○ ○ ●	NVS
Meinhardswindener Straße	● ○ ○	○ ○ ●	○ ○ ●	○ ○ ●	-
Ritter-von-Lang-Allee	○ ● ●	○ ○ ●	○ ○ ●	○ ○ ●	NVS
Schleifweg	○ ● ○	○ ○ ●	○ ● ●	○ ○ ●	NVS
Türkenstraße	○ ○ ●	○ ○ ●	○ ○ ●	○ ○ ●	NVS
Windsbacher Straße	○ ● ○	○ ○ ●	○ ○ ●	○ ● ○	NVS

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *: Handlungsbedarf. NVS = Nahversorgungsstandort, niL = nicht integrierte Lage.

Es zeigt sich hierbei, dass die Standortbereiche mit strukturprägenden Lebensmittelmärkten

- **Bahnhofstraße** (Norma)
- **Benzstraße** (Edeka)
- **Nürnberger Straße** (Lidl)
- **Louis-Schmetzer-Straße** (Lidl)
- **Ritter-von-Lang-Allee** (Kaufland)
- **Schleifweg** (Edeka)
- **Türkenstraße** (Norma)
- **Windsbacher Straße** (Norma, Aldi Süd)

in der Bestandssituation in hinreichendem Maße die Kriterien für Nahversorgungsstandorte erfüllen. Dementsprechend werden diese Standorte konzeptionell als Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der räumlichen, wohnungsnahen, fußläufigen Nahversorgung in Ansbach ausgewiesen.

Abschließend wird die räumliche Nahversorgungssituation in der Stadt Ansbach zusammenfassend kartographisch dargestellt (vgl. nachfolgende Abbildungen).

[38] Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

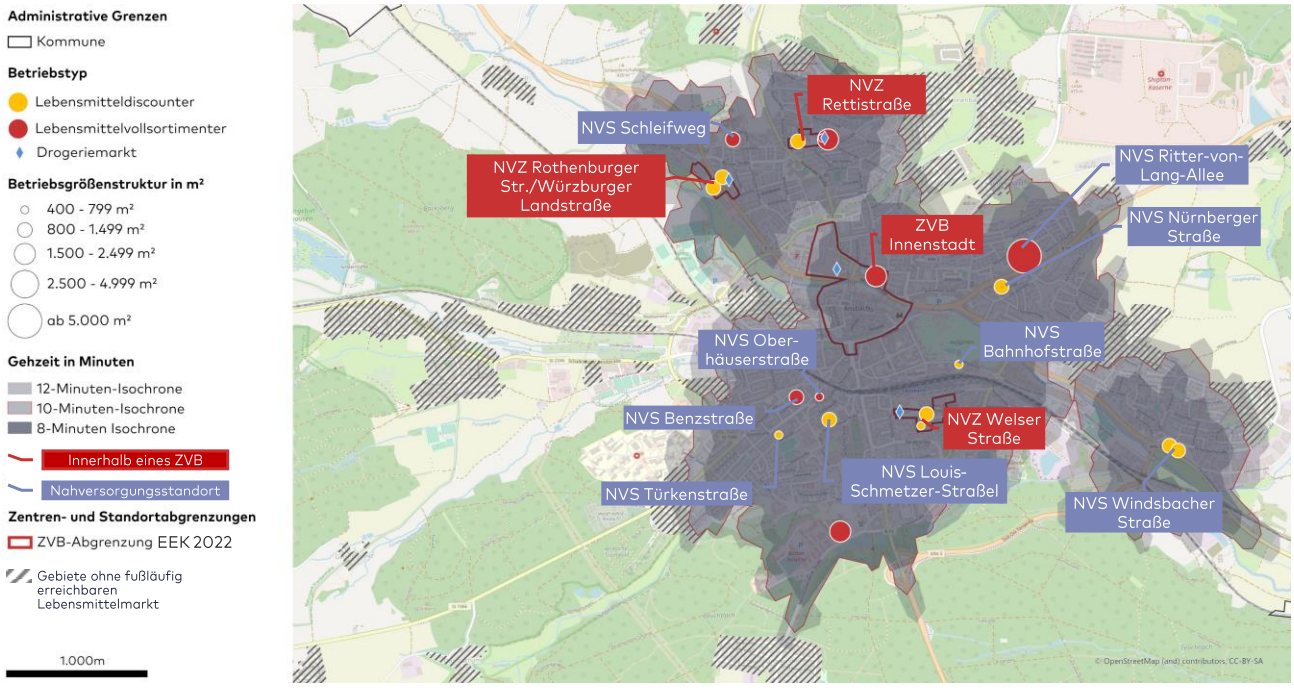


Abbildung 94: Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Ansbach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

7.2 HANDLUNGSPRIORITÄTEN

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Ansbach ist begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Ansbach aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN ANSBACH

Ziel 1: Fokus der Nahversorgung auf die zentralen Versorgungsbereiche

- Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ansbach sowie der Nahversorgungszentren
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 2: Integrierte Nahversorgungsstandorte entwickeln, sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Entwicklung, Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung bestehender konzeptkonformer Standorte
- Verbesserung der verbrauchernahen Grundversorgung, insbesondere fußläufige Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (ggf. auch durch Optimierung des Fußwegenetzes)
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge

des demografischen Wandels) ohne gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Nahversorgung auszuüben

Ziel 3: Neue Nahversorgungsstandorte müssen die konzeptionellen Kriterien erfüllen

- Vor dem Ausweisen neuer Nahversorgungsstandorte ist kritisch zu prüfen, ob diese den Kriterien dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes entsprechen (s. Kapitel 7.1)

Ziel 4 Restriktiver Umgang mit Planvorhaben in städtebaulich nicht integrierten Lagen

- Keine Neuansiedlungen an städtebaulich nicht integrierten Standorten
- Bestehende Betriebe genießen jedoch Bestandsschutz.[39] Der sogenannte aktive oder dynamische Bestandsschutz beinhaltet auch Maßnahmen zur Sicherung und Erhaltung des Eigentums im Rahmen des vorhandenen Bestandes. Diese Maßnahmen können auch genehmigungsbedürftige bauliche Maßnahmen umfassen, die der Aufrechterhaltung des ausgeübten Eigentums dienen und auf Modernisierung abzielen. Des Weiteren umfasst der aktive oder dynamische Bestandsschutz auch geringfügige Erweiterungen der Verkaufsfläche, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandbetriebes im Sinne der Erhaltung und zeitgemäßen Nutzung des Betriebes unbedingt notwendig sind und wenn hierdurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Nahversorgung resultiert, ein entsprechender Nachweis der Verträglichkeit ist notwendig.

Sonstige Empfehlungen:

- qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service

Für diese Empfehlungen gelten die Steuerungsleitsätze (s. Kapitel10), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der verbrauchernahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

7.3 STANDORTGERECHTE DIMENSIONIERUNG VON LEBENSMITTELMÄRKTEN

Aufgrund der hohen Bedeutung von größeren Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, als Kundenmanget und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen, sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem **nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment** vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen selbst gesichert und weiterentwickelt werden.

Nachgeordnet soll das integrierte Nahversorgungsangebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere an Nahversorgungsstandorten) gesichert und bedarfsgerecht weiterentwickelt werden. Für diese Vorhaben **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** ist im Rahmen künftiger Konformitätsprüfungen zum Einzelhandelsentwicklungskonzept das folgende Prüfschema anzuwenden (s. Abbildung 95).

Das Prüfschema dient der Ersteinschätzung von **lebensmittelbezogenen Nahversorgungsvorhaben** (Ansiedlungen und Erweiterungen) mit mindestens 90 %

[39] Bestandsschutz wird aus dem Grundgesetz Artikel 14 abgeleitet. Der Bestandsschutz verleiht einem rechtsmäßig begründeten Bestand und seiner Nutzung grundsätzlich Durchsetzungskraft gegenüber neuen ggf. entgegenstehenden Gesetzen und Anforderungen.

nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche, die vorrangig auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet sind und somit einen wesentlichen Teil des zu erwartenden Umsatzes aus dem fußläufigen Nahbereich abschöpfen (Fokussierung auf die Ersteinordnung von klassischen Lebensmittelvollsortimentern und Lebensmitteldiscountern).

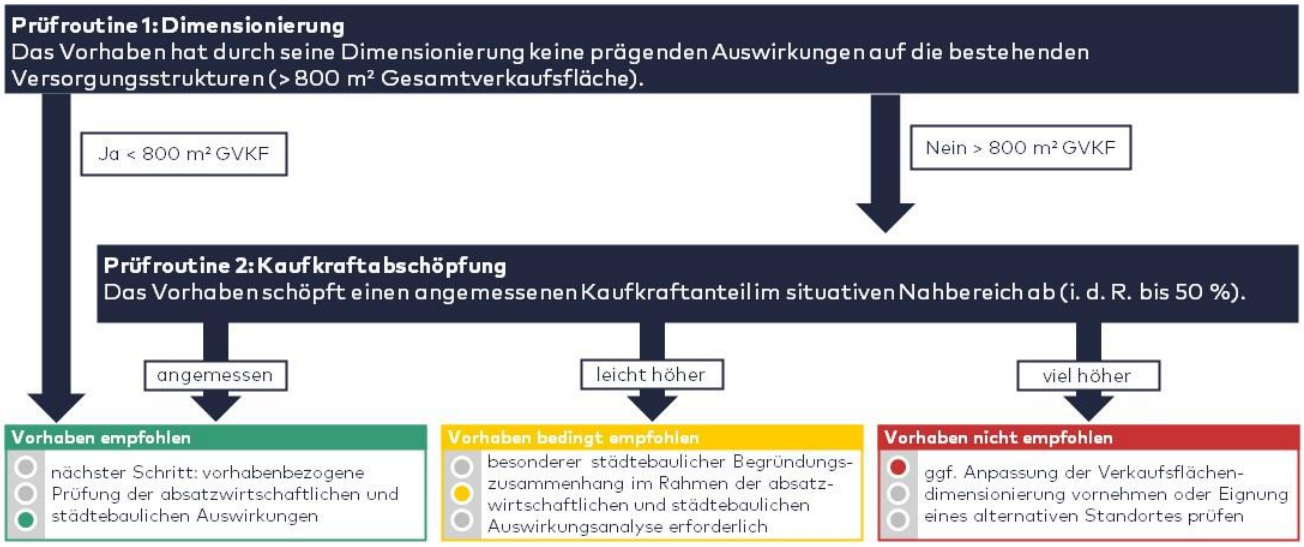


Abbildung 95: Prüfschema der Konzeptkongruenz bei der Ansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; eine konzeptionelle Empfehlung ersetzt keine einzelfallbezogene Verträglichkeitsanalyse.

Das Nahversorgungsprüfschema dient zur Ersteinschätzung von Nahversorgungsvorhaben und resultiert in einer Ampel. Eine „grüne Ampel" zeigt eine positive Bewertung an, eine „rote Ampel" hingegen eine negative Bewertung. Eine uneindeutige Bewertung wird durch eine „gelbe Ampel" dargestellt, welche eine bedingte Eignung darstellt. Die Bewertungskriterien werden im Folgenden näher erläutert. Eine konzeptionelle Empfehlung ersetzt keine einzelfallbezogene Verträglichkeitsanalyse

Prüfroutine 1: Dimensionierung

Nahversorgungsvorhaben, die unter die baurechtliche Großflächigkeitsschwelle fallen, weisen i. d. R. keine prägenden Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet auf. Damit sind Vorhaben mit einer Gesamtverkaufsfläche unter 800 m² grundsätzlich zu empfehlen (sofern die Kriterien für Nahversorgungsstandorte erfüllt werden). Gleichwohl sind die Auswirkungen einzelfallbezogen im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse zu analysieren.

Prüfroutine 2: Kaufkraftabschöpfung

Ein wesentlicher Teil des zu erwartenden Vorhabenumsatzes soll aus dem situativen Nahbereich abgeschöpft werden können. Bei einem Nahversorgungsstandort ist dies aus fachgutachterlicher Sicht i. d. R. gegeben, wenn die Umsatzerwartung bis zu 50 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft im situativen wohnungsnahen Nahbereich nicht überschreitet, da sich der Versorgungseinkauf erfahrungsgemäß auch auf andere Einzelhandelsstandorte und Betriebstypen verteilen wird.

Spannweite der Kaufkraftabschöpfung: Die jeweilige Abschöpfung der sortimentsspezifischen Kaufkraft im situativen Nahbereich soll abhängig von verschiedenen Rahmenbedingungen im Einzelfall abgeleitet werden. Relevante Rahmenbedingungen sind hierbei u. a. die Angebotsqualität in Relation zur Nachfragesituation, die Optimierung der Standortrahmenbedingungen eines Bestandsbetriebes, räumlich unterversorgte Bereiche und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten.

Abgrenzung des situativen Nahbereichs: Der situative Nahbereich ist im Einzelfall unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen, wettbewerblichen und topografischen Gegebenheiten abzuleiten und soll sich an einer Gehzeit von rd. 10 min orientieren. Nahegelegene Wettbewerber und zentrale Versorgungsbereiche können jedoch zu einer Reduzierung des situativen Nahbereiches führen. Darüber hinaus können z. B. auch fehlende Nahversorgungsangebote und qualitativ hochwertige Fußwegeverbindungen auch eine Ausweitung des situativen Nahbereiches begründen. Grundsätzlich soll sich der situative Nahbereich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren orientieren. Ein deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehender Nahbereich kann in begründeten Ausnahmefällen möglich sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft unterversorgte Siedlungslagen (z. B. aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen.

Abschließende Gesamtbewertung

Bei einer für den Standorttyp **angemessenen Kaufkraftabschöpfung** („grüne Ampel") ist das Vorhaben als grundsätzlich konform zum Einzelhandelsentwicklungskonzept zu bewerten. Es wird zusätzlich empfohlen, die Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer einzelfallbezogenen Auswirkungsanalyse zu ermitteln, in die das Ergebnis des Prüfschemas mit einfließt.

Eine **geringfügige Überschreitung** um bis zu 5 %-Punkte wird im Rahmen des Nahversorgungsprüfschemas zwar nicht mehr als angemessene, jedoch lediglich als „leicht höhere" Abschöpfungsquote gewertet und erfährt demnach eine entsprechende Abwertung („gelbe Ampel"). Dabei ist insbesondere vor dem Hintergrund der anhaltenden Dynamik im Einzelhandel (u. a. Standortverlagerungen, Betriebserweiterungen, Veränderungen der Betriebstypen) die empfohlene Kaufkraftabschöpfung somit als Richtwert – und nicht als fixer Wert – zu verstehen. Eine Ansiedlung/Erweiterung sollte in diesem Fall jedoch mit situationsabhängigen Empfehlungen (z. B. Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit, leichte Reduzierung der Verkaufsfläche) verknüpft werden. Die genauen Auswirkungen des Planvorhabens sind zudem im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu ermitteln, in die das Ergebnis des Prüfschemas mit einfließt.

Eine noch höhere Abschöpfungsquote stellt i. d. R. ein Ausschlusskriterium dar („rote Ampel"). Eine Konformität zum Einzelhandelsentwicklungskonzept liegt damit zunächst nicht vor und es könnte situativ empfehlenswert sein, das Vorhaben mit Bezug auf die Ziele dieses Nahversorgungskonzeptes notfalls bauleitplanerisch zu verhindern, jedenfalls aber nicht durch die Aufstellung bzw. Änderung eines Bebauungsplans zu fördern.

Grundsätzlich sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Vorhabens auf Basis einer validen und nachvollziehbaren Methodik zu ermitteln und darzustellen.

Dabei sind für die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auch realistisch zu erwartende **maximale Flächenproduktivitäten** zu verwenden.

Neben der Ermittlung potenzieller absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (Umsatzumverteilungen) ist in diesem Fall v. a. eine **städtebaulich begründete Analyse** und eine städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsziele für die (untersuchungsrelevanten) zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgungsstrukturen (unter Berücksichtigung der Nahversorgungsstandorte) zu erbringen. Dabei sind auch mögliche Strukturverschiebungen in den zentralen Versorgungsbereichen von Bedeutung. Die vieldiskutierte **10 %-Schwelle**[40] sollte bei der städtebaulichen Einordnung der Umsatzumverteilungen vor dem Hintergrund der Bestandsstrukturen kritisch gewürdigt werden.

[40] Die Anwendung einer fixen Umsatzumverteilungsgröße, wie die in der Rechtsprechung wiederholt angeführte 10 %-Größenordnung, ist sowohl fachlich als auch gemäß der aktuellen Rechtsprechung allein nicht zielführend. Bei kleinräumiger Betrachtungsweise innerhalb der Siedlungs- und Zentrenstruktur kann die Schwelle möglicher negativer städtebaulicher Auswirkungen je nach städtebaulicher Ausgangslage bereits bei deutlich weniger als 10 % liegen (vgl. VG Arnsberg 4 K 572/04; OVG Berlin-Brandenburg 3 D 7/03.NE). Gleichzeitig können bei Umsatzumverteilungen von über 10 % im Einzelfall negative Auswirkungen fehlen. Die 10 %-Größenordnung ist insofern als „Faustformel" zu verstehen, die sowohl unter- als auch überschritten werden kann und im Einzelfall gleichwohl aufgrund der konkreten Umstände keine schädlichen bzw. nicht unwesentlichen Auswirkungen zu erwarten sind.

8 Sonderstandortkonzept

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen in Ansbach weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomerationen mit einem deutlichen Standortgewicht, die im Einzelhandelshandelsentwicklungskonzept Ansbach von 2015 als Sonderstandorte definiert wurden. Im folgenden Kapitel wird zunächst erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für die Sonderstandorte grundsätzlich erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind. Darauf aufbauend werden sowohl die Sonderstandorte des EEK 2015 als auch weitere gegebenenfalls als Sonderstandorte geeignete Agglomerationen im Stadtgebiet analysiert und Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung der Standorte gegeben.

8.1 KONZEPTIONELLE EINORDNUNG VON SONDERSTANDORTEN

Im Sinne der gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Ansbach sind mehrere Zielstellungen mit der Weiterentwicklung der Sonderstandorte verbunden. Sonderstandorte sind in der Zielstellung dieses Konzeptes grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die in den zentralen Versorgungsbereichen räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die die zentralen Versorgungsbereiche wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an den Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Sonderstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Sonderstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden. Dieses wird insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, dafür leistungsfähige Sonderstandorte ist aus städtebaulicher Sicht sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im oberzentralen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft. Die Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

Grundsätzlich können folgende Empfehlungen für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel in Ansbach ausgesprochen werden:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- **Ziel 1:** Wenn möglich, Fokussierung auf die zentralen Versorgungsbereiche
- **Ziel 2:** Fokussierung von Ansiedlungsvorhaben auf die ausgewiesenen Sonderstandorte
- **Ziel 3:** Grundsätzlich darüber hinaus im gesamten Stadtgebiet möglich, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegensprechen
- **Ziel 4:** Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

8.2 BEURTEILUNG DER ANSBACHER SONDERSTANDORTE

Im Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Ansbach aus dem Jahr 2015 wurden mit den Standortbereichen Pilipp und Schalkhausen zwei Sonderstandorte ausgewiesen. Im Zuge der Fortschreibung werden die Sonderstandorte des EEK 2015 dargestellt, bewertet und eine abschließende Entwicklungsempfehlung ausgesprochen. Darüber hinaus wird ein neuer potenzieller Sonderstandort im Gewerbegebiet Brodswinden Hardtstraße untersucht.

Sonderstandort Pilipp

Der Sonderstandort Pilipp befindet sich im Südosten Ansbachs und ist insbesondere durch nicht zentrenrelevante Angebotsstrukturen des Pilipp Möbelhauses sowie Pilipp Gartenmöbel geprägt. Der Standortbereich wird im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes als Sonderstandort fortgeschrieben und parzellenscharf abgegrenzt. Die neue Abgrenzung konzentriert sich dabei auf die Bereiche mit Einzelhandelsbestand, so dass die gewerblich geprägten westlichen Bereiche nicht mehr Teil der neuen Sonderstandortabgrenzung sind (Sicherung für Handwerk und produzierendes Gewerbe).

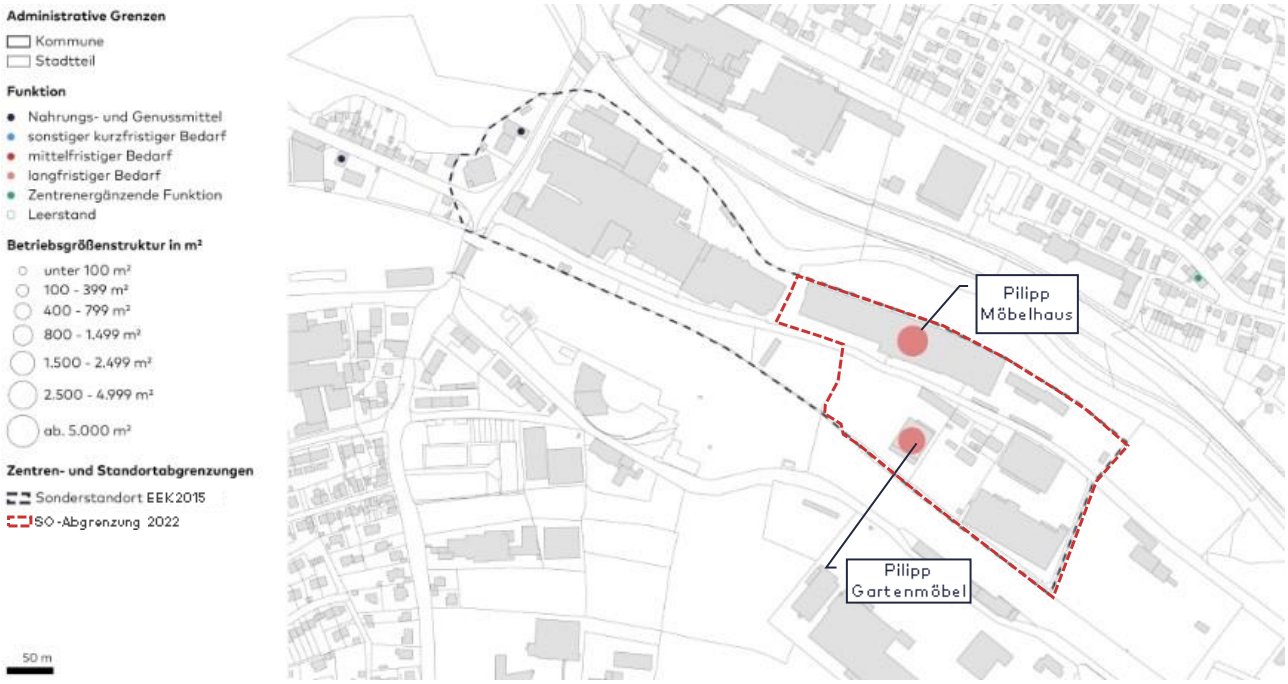


Abbildung 96: Einzelhandelsstruktur Sonderstandort Pilipp

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Pilipp** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Ausschluss von Einzelhandel mit zentrenrelevantem sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- Positivraum für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortimente insbesondere in Anlehnung an die aktuell vertretenen Nutzungen (Schwerpunkt Wohnen-Bauen-Garten)

Sonderstandort Schalkhausen

Der Sonderstandort Schalkhausen ist im Westen Ansbachs im Stadtteil Schalkhausen verortet. Am Standort ist insbesondere durch die Angebote des Obi-Baumarktes ein Fokus auf nicht zentrenrelevante Sortimente festzustellen. Im Westen des Standortbereiches befinden sich weitere Betriebe mit Sortimenten im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, die durch weitläufige Freiflächen keine funktionale Verbindung mit dem Standortbereich des Obi-Markts aufweisen. Im Zuge der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wird die Abgrenzung des Sonderstandortes daher auf den Obi-Markt begrenzt.

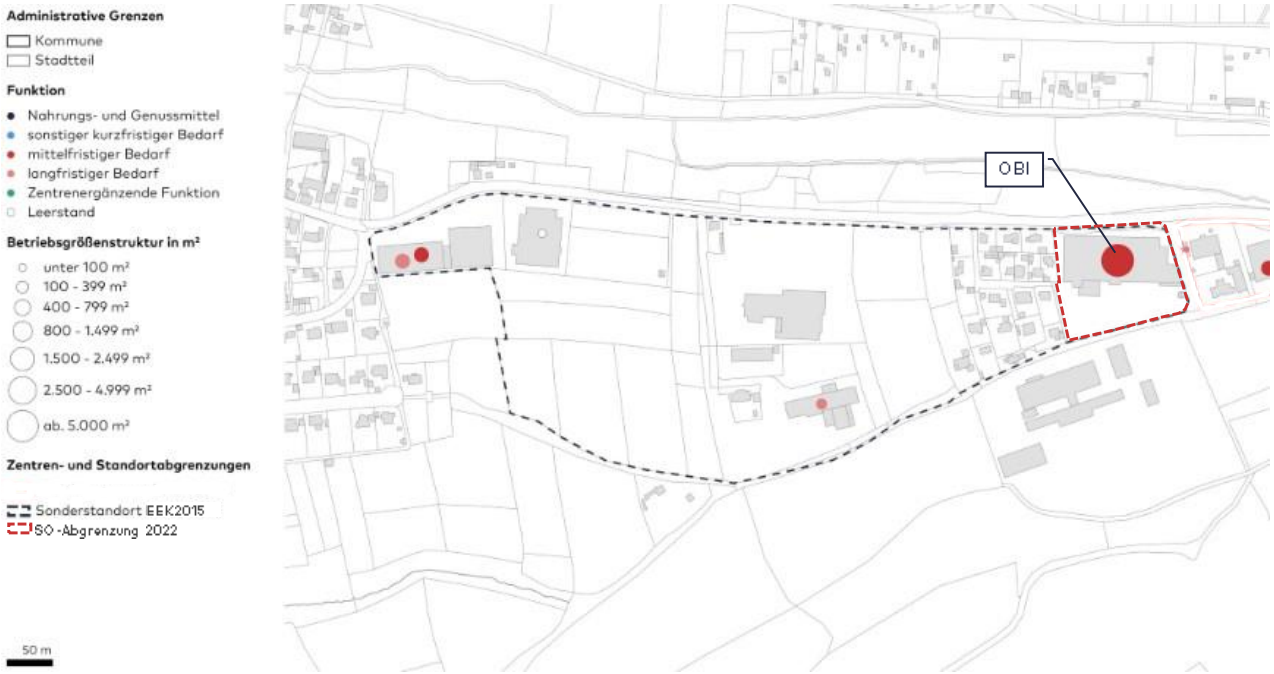


Abbildung 97: Einzelhandelsstruktur Sonderstandort Schalkhausen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Schalkhausen** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Positivraum für Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment
- Keine Ansiedlungen von Einzelhandel mit zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Sonderstandort Brodswinden

Der Sonderstandort Brodswinden befindet sich im Gewerbegebiet Brodswinden Hardtstraße im Ansbacher Gemeindeteil Brodswinden. Er ist südlich der Ansbacher Kernstadt gelegen. Das Angebot am Standortbereich beläuft sich durch den BGU Baumarkt insbesondere auf die Sortimente Baumarktsortiment i.e.S. und Pflanzen/Gartenbedarf und ist damit überwiegend nicht zentrenrelevant. Darüber hinaus bestehen derzeit keine Einzelhandelsbetriebe am Standortbereich. Daher wird im Rahmen der Fortschreibung ein neuer Sonderstandort Brodswinden ausgewiesen, dessen Abgrenzung sich parzellenscharf auf den BGU Baumarkt begrenzt.

Abbildung 98: Einzelhandelsstruktur Sonderstandort Brodwinden

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2022; Kartengrundlage: Stadt Ansbach.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Brodswinden** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Positivraum für Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment
- Keine Ansiedlungen von Einzelhandel mit zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten

9 Sortimentsliste

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Ansbach als zentrenrelevant sowie als nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzepts entsprechen. Dabei wird die Sortimentsliste aus dem Einzelhandelsentwicklungskonzept Ansbach (EEK) 2015 in modifizierter Form fortgeschrieben. Diese gestaltet sich plausibel und hat sich in den vergangenen Jahren bewährt. Dementsprechend erfolgt eine gezielte Überprüfung der Zuordnung der Sortimente mit dem Ziel die Handhabbarkeit der Ansbacher Liste zu verbessern und eine hinreichend konkrete Nachvollziehbarkeit für die Zwecke der Bauleitplanung zu gewährleisten.

9.1 METHODISCHE HERLEITUNG

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.[41] Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

[41] vgl. hierzu den Beschluss 4 BN 33.04 des BVerwG vom 10.11.2004 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg, Urteil 3 S 1259/05 vom 30.01.2006.

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente, die

- einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- von der Kundschaft überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente, die

- Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und
- dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente, die

- zentrale Lagen nicht prägen und
- aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

Obschon in einigen Sortimenten eine räumlich nicht eindeutige Vorprägung (Verortung der Verkaufsflächen) erkennbar ist, weisen einzelne Sortimente aufgrund der angeführten Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz (Besucherfrequenz, Integrationsfähigkeit, Kopplungsaffinität, Transportfähigkeit) die Voraussetzung zur Einordnung als zentrenrelevantes Sortiment auf.

Neben den rechtlichen Anforderungen, unter Berücksichtigung der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen, den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der bewährten Sortimentsliste aus dem Einzelhandelsentwicklungskonzept Ansbach 2015 ergibt sich die Liste zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in Ansbach als sog. „Ansbacher Liste".

Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Zentren- und Nahversorgungskonzepts der Stadt Ansbach als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend.

9.2 SORTIMENTSLISTE FÜR ANSBACH

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen, der methodischen Herleitung sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und der dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste zentrenrelevanter, nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente in Ansbach (siehe Tabelle 19).

Tabelle 19: Sortimentsliste für die Stadt Ansbach (Kurzfassung)

zentrenrelevante Sortimente (Sortimente des Innenstadtbedarfs)	nahversorgungsrelevante Sortimente* (Sortimente des Nahversorgungsbedarfs	nicht zentrenrelevante Sortimente** (Sortimente des sonstigen Bedarfs)
Augenoptik	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	Baumarktsortiment i. e. S.
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	Boote
Bettwaren	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	Elektrogroßgeräte
Bücher	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Fahrräder und Zubehör
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	(Schnitt-)Blumen	Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	Zeitungen/Zeitschriften	Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Elektrokleingeräte		Kinderwagen
Gardinen, Sicht-/ Sonnenschutz		Lampen/Leuchten
Glas/Porzellan/Keramik		Matratzen
Haus-/Bett-/Tischwäsche		Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Haushaltswaren (Hausrat)		Pflanzen/Pflanzartikel
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		Sportgroßgeräte
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		Teppiche (Einzelware)
Musikinstrumente und Musikalien		Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (inkl. Tiernahrung)
Neue Medien/Unterhaltungselektronik		
Parfümerieartikel und Kosmetika		
Schuhe, Lederwaren		
Spielwaren		
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)		
Uhren/Schmuck		
Waffen/Jagdbedarf/Angeln		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * gleichzeitig auch zentrenrelevant; ** gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, erläuternd, aber nicht abschließend.

Gegenüber der Sortimentsliste des Einzelhandelsentwicklungskonzepts Ansbach 2015 ergeben sich somit diverse Änderungen. Hinsichtlich der **zentrenrelevanten Warengruppen** werden folgende Veränderungen vorgenommen:

- Aufgrund der unterschiedlichen Sortimentseigenschaften Aufteilung des Sortimentes Einrichtungsbedarf in die Sortimente: **Möbel – Einrichtungsbedarf (ohne Möbel) – Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände – Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz – Bettwaren – Matratzen – Haus-/Bett/Tischwäsche – Teppiche.**
- Abtrennung der Sortimente **Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)** vom Sortiment Bekleidung
- Ausweisen der Sortimente **Kinderwagen** und **Waffen/Jagdbedarf/Angeln**

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung

einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen (ausführliche Sortimentsliste s. Anhang).

10 Steuerungsleitsätze

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Ansbach und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

10.1 EINORDNUNG UND BEGRÜNDUNG DER STEUERUNGSLEITSÄTZE

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, des künftigen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Ansbach insbesondere zugunsten einer gesamtstädtischen Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

10.2 STEUERUNGSLEITSÄTZE FÜR ANSBACH

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Ansbach empfohlen:

Leitsatz I: Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment soll auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden.

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär und ohne Verkaufsflächenbegrenzung[42] auf den **ZVB Innenstadt Ansbach** zur Versorgung der Stadt Ansbach und dem Umland (ober-

[42] sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe (Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen) nicht entgegenstehen.

zentrale Versorgungsfunktion) fokussiert werden und um eine weitere Attraktivierung, Spezialisierung und Qualifizierung der Innenstadt zu begünstigen.

- In den hierarchisch nachgeordneten **Nahversorgungszentren** ist die Ansiedelung von Betrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment hinsichtlich der Verkaufsfläche deutlich untergeordnet (i. d. R. Fachgeschäfte und Läden) und nur zur Ergänzung der wohnortnahen Versorgung vozusehen.
- In **sonstigen Lagen** soll eine Entwicklung von Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment im Rahmen der planungsrechtlichen Möglichkeiten restriktiv gehandhabt werden.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im **ZVB Innenstadtzentrum Ansbach** als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für die Innenstadt daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei der Ansbacher Innenstadt um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung bzw. des Ausbaus von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment in den **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** begründet sich aus dem Schutz des Innenstadtzentrums vor einem zu deutlichen Standortgewicht in den hierarchisch nachgeordneten Nahversorgungszentren. Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche angemessener Entwicklungsrahmen für diese erhalten. Im Rahmen der Bauleitplanung ist im Einzelfall der Nachweis zu erbringen, dass das geplante Vorhaben vorrangig der Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs dient und keine negativen Auswirkungen auf weitere zentrale Versorgungsbereiche in Ansbach oder den Nachbarkommunen resultieren.

In **sonstigen Lagen** sind Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment restriktiv zu handhaben.

Leitsatz II: Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem[43] Hauptsortiment soll zukünftig primär in den ZVB und sekundär an den Nahversorgungsstandorten angesiedelt werden

- Im **ZVB Innenstadtzentrum Ansbach** vorrangig aufgrund der hohen Bedeutung als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz.
- In den hierarchisch nachgeordneten **Nahversorgungszentren** hinsichtlich der Verkaufsfläche untergeordnet (groß- und kleinflächig) als Ergänzung zum ZVB Innenstadt Ansbach.
- Zur Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung auch nachgeordnet an **Nahversorgungsstandorten**[44], sofern negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden und das Vorhaben standortgerecht dimensioniert (s. Prüfschema, Kapitel 7.3) ist.

[43] gleichzeitig auch zentrenrelevant.

[44] Im vorliegenden Konzept ausgewiesene Nahversorgungsstandorte bzw. zu entwickelnde Nahversorgungsstandorte

- In **sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** nur ausnahmsweise deutlich nachgeordnet (deutlich kleinflächig) zur Versorgung des „engeren Gebietes" (z. B. Lebensmittelhandwerk, Nachbarschafts-/Convenienceladen).
- In **städtebaulich nicht integrierten Lagen** sollen keine Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden (als Ausnahme möglich: Tankstellenshops, Kioske, Hofläden).

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment soll vorrangig an Sonderstandorten vorgesehen werden, kann jedoch im begründeten Einzelfall grundsätzlich auch im gesamten Stadtgebiet vorgesehen werden.

- Die Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen und an den **Sonderstandorten** vorgesehen werden.
- Im begründeten Einzelfall können Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment grundsätzlich im **gesamten Stadtgebiet** vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegensprechen.
- Die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Randsortimente ist außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auf **bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche** je Betrieb zu begrenzen.
- Es soll stets eine deutliche **inhaltliche Zuordnung des Randsortiments** zum Hauptsortiment gegeben sein.
- Eine **ausdifferenzierte Steuerung** der Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen sowie unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben stattfinden.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment können grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe und raumordnerische Ziele nicht dagegensprechen. Aus städtebaulichen Gründen ist eine Fokussierung der nicht zentren- und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente auf die Sonderstandorte sinnvoll, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und eine Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges, auch im Interesse der Standortsicherung für Handwerksbetriebe sowie Betriebe des produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbes, entgegenzuwirken.

Um Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment an Sonderstandorten erfolgreich etablieren zu können, ist häufig ein Angebot an zentrenrelevanten und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten notwendig. Die zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimente sind in diesen Betrieben nur als Randsortimente zulässig, wenn sie auf maximal 10 % der gesamten Verkaufsfläche je Betrieb begrenzt sind. Eine ausdifferenzierte Begrenzung der zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Zudem soll stets eine deutliche Zuordnung des Randsortimentes zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereiche vermieden.

Leitsatz IV: Handwerkerprivileg

Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie Betrieben des produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbes („Annexhandel") können ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und
- eine Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m² nicht überschreitet.

Eine Begrenzung der zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Ebenso sind nur Verkaufsstellen zulässig, welche im überwiegenden Maß **selbst hergestellte** Waren veräußern oder die Waren (im Falle eines Handwerksbetriebs) als **branchenübliches Zubehör** betrachtet werden können bzw. im Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung stehen.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Ansbach künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

11 Planungsrechtliche Steuerungsempfehlungen

Im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in der Stadt Ansbach werden in diesem Kapitel Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

Empfohlene bauleitplanerische Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte" Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie „unerwünschte" Standorte[45] bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept dient dabei als Grundlage für die verbindliche Bauleitplanung und erlangt mittels Stadtratsbeschluss Wirksamkeit als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Absatz 6 BauGB.

Im Folgenden gilt es die Vorgaben der verbindlichen Bauleitplanung mit den Zielstellungen des Einzelhandelsentwicklungskonzept und den Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche zu harmonisieren.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben:

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben im ZVB Innenstadtzentrum gemäß der im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen.
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Steuerungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Einzelhandelsentwicklungskonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentren- sowie nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen (Siebenjahresfrist).
- Kurzfristiger Standortumbau an Standorten durch Modifizierung der bestehenden Bebauungspläne im Rahmen der juristischen Möglichkeiten, z. B. durch Anpassung der dort zulässigen Sortimente an die fortgeschriebene Ansbacher Sortimentsliste und/ oder in Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel Rücknahme von unausgeschöpften Baurechten.
- Konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel an unerwünschten Standorten in Verbindung mit den Steuerungsleitsätzen.
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar den eigenen zentralen

[45] „Erwünscht" bzw. „unerwünscht" im Sinne des Märkte- und Zentrenkonzeptes im Zusammenhang mit den Steuerungsleitsätzen.

Versorgungsbereich zu schädigen drohen und die gewünschte zusätzliche Ansiedlungspotenziale in dem zentralen Versorgungsbereich im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Ansbacher Liste zentrenrelevanter Sortimente.

In einem abgestuften Verfahren sollte zunächst der Flächennutzungsplan mit den funktionalen und standortbezogenen Zielaussagen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes harmonisiert bzw. diese im Rahmen einer Neuaufstellung des Flächennutzungsplans berücksichtigt werden.

In einem nächsten Schritt sollte von der im § 5 Abs. 2 Nr. 2 BauGB verankerten Darstellungsmöglichkeit eines zentralen Versorgungsbereiches im Flächennutzungsplan Gebrauch gemacht werden und hierauf die Abgrenzung des Kerngebietes/der jeweiligen Sondergebietsflächen angepasst werden.

Zur Überprüfung der relevanten Bebauungspläne sollte in einer nachgelagerten Untersuchung eine Baurechtsanalyse durchgeführt werden.

In dieser sollte eine planungsrechtliche Beurteilung der Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben und deren Vereinbarkeit mit dem geltenden Baurecht erfolgen. Aus den Ergebnissen sollte geschlussfolgert werden, inwieweit bauplanungsrechtliche Anpassungen notwendig sind. Im Einzelnen sollte dabei untersucht werden:

- Notwendigkeit zur Anpassung von Bauleitplänen an Ziele der Raumordnung, Landes- und Regionalplanung
- Berücksichtigung städtebaulicher Vorgaben aus dem vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes
- Überprüfung der textlichen Festsetzungen in den GE Gebieten hinsichtlich ihrer Kongruenz zu den Zielen des Einzelhandelskonzeptes
- Überplanung des unbeplanten Innenbereichs insbesondere in Bereichen, die potenziell für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Frage kämen
- Analyse möglicher Vertrauens- und Planungsschäden nach §§ 39ff BauGB
- Wenn nötig: Änderung fehlerhafter Festsetzungen in bestehenden Bebauungsplänen

12 Schlusswort

Die Stadt Ansbach verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und den parallel einberufenen Facharbeitskreis – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 99).

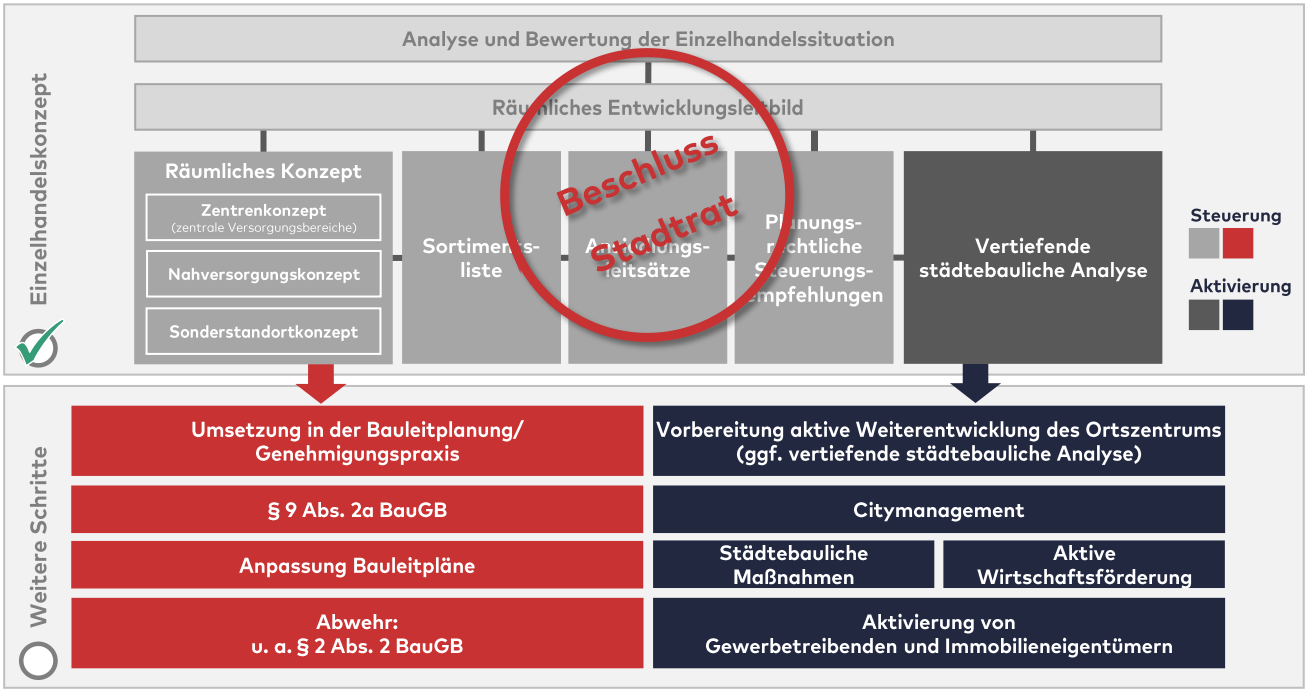


Abbildung 99: Das Einzelhandelsentwicklungskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Obschon dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder des Innenstadtmanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Ent-

wicklungsvorhaben (etwa in den zentralen Versorgungsbereichen), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das Einzelhandelsentwicklungskonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt bieten, die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten sowie dem Online-Handel positionieren sollte.

Auch wenn das Innenstadtzentrum Ansbachs aktuell relativ gut aufgestellt ist, ergibt sich vor dem Hintergrund der Entwicklungen des Online-Handels sowie der Auswirkungen der aktuellen weltweiten Krisen ein Handlungsbedarf, um die Einzelhandelslagen und den historischen Altstadtkern nachhaltig zu sichern und sodann zu stärken. Um das Innenstadtzentrum aus Einzelhandelssicht zukunftsfähig aufstellen zu können, empfiehlt es sich aus gutachterlicher Sicht eine Positionierungsstrategie zu erarbeiten, die lagebezogen, konkrete Handlungsfelder und -empfehlungen für die Themen Branchen-/Nutzungsmix, Funktionsstruktur, Leerstand/Mindernutzungen, Städtebau/Stadtgestaltung und Digitale Sichtbarkeit beinhaltet. Zudem können in den Stadtteilzentren Stärkungskonzepte zur langfristigen Verbesserung der Angebotsstrukturen beitragen. Durch Mixed-Use Konzepte kann an Standorten jenseits der hochverdichteten Lagen die Aufstockung von Handelsimmobilien mit Wohn- und Geschäftseinheiten wirtschaftliche Renditen erhöhen und gleichzeitig dem kommunalen Wohnraum- und Flächenmangel begegnet werden. Im Bereich zentrenergänzender Funktionen kann zur qualitativen Stärkung der gastronomischen Nutzungen entsprechende (Steuerungs-)Konzepte sowohl das Innenstadterlebnis als auch die Attraktivität der Stadtteilzentren erhöhen.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelsentwicklungskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – sowie im Zuge einer Evaluierung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts 2023 zu erkennen. Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

Bayerisches Landesamt für Statistik (Hrgs.) (2022): Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2040. Demographisches Profil für den Landkreis Ansbach. Fürth.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2022): Retail Real Estate Report Germany 2022/2023. Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland (HDE)/IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2022): Online-Monitor 2017. Berlin.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2022): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2021. Köln.

Kuschnerus, Ulrich/Bischopink, Olaf/Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Planwerk (Hrsg.) (2015): Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Ansbach. Aktualisierung 2015. Nürnberg.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

DATENBANKEN

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Bayerisches Landesamt für Statistik (Hrsg.): statistik.bayern.de

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG		SEITE
Abbildung 1:	Erarbeitungsschritte des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes	12
Abbildung 2:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse	19
Abbildung 3:	Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster	21
Abbildung 4:	Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz	23
Abbildung 5:	Entwicklung der Anzahl der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland	24
Abbildung 6:	Entwicklung der Verkaufsflächen der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland	25
Abbildung 7:	Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten	26
Abbildung 8:	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	27
Abbildung 9:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Ansbach und Umgebung	30
Abbildung 10:	Kundenherkunft im kurzfristigen Bedarfsbereich	31
Abbildung 11:	Kundenherkunft im mittelfristigen Bedarfsbereich	32
Abbildung 12:	Kundenherkunft im langfristigen Bedarfsbereich	33
Abbildung 13:	Einzugsgebiet der Stadt Ansbach	34
Abbildung 14:	Einzelhandelsbestand in Ansbach	35
Abbildung 15:	Einzelhandelsbestand in Ansbach nach Warengruppen und Lagebereichen	36
Abbildung 16:	Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Ansbach	40
Abbildung 17:	Potenzial-Defizit-Plan der Ansbacher Innenstadt	45
Abbildung 18:	Besuchsgrund Haushaltsbefragung (n = 1.946, Mehrfachantworten möglich)	46
Abbildung 19:	Besuchsgrund Passantenbefragung (n = 481, Mehrfachantworten möglich)	46
Abbildung 20:	Besuchshäufigkeit (Haushaltsbefragung links: n = 514; Passantenbefragung rechts: n = 186. Mehrfachantworten möglich)	47
Abbildung 21:	Aufenthaltsdauer (Haushaltsbefragung links: n = 508, Passantenbefragung rechts: n = 179. Ohne k.A.)	48
Abbildung 22:	Verkehrsmittelwahl (Haushaltsbefragung links: n = 516, Passantenbefragung rechts: n = 183. Ohne k.A.)	48
Abbildung 23:	Einkaufsverhalten (Haushaltsbefragung links: n = 493, Passantenbefragung rechts: n = 179. Ohne k.A.)	49

Abbildung 24: Reduzierte Einkaufshäufigkeit (n = 921, Mehrfachantworten möglich) 50
Abbildung 25: Reduzierte Einkaufshäufigkeit (n = 314, Mehrfachantworten möglich) 50
Abbildung 26: Erhöhte Einkaufshäufigkeit (n = 115, Mehrfachantworten möglich) 51
Abbildung 27: Erhöhte Einkaufshäufigkeit (n = 58, Mehrfachantworten möglich) 52
Abbildung 28: Einkaufsorte Haushaltsbefragung 53
Abbildung 29: Einkaufsorte Passantenbefragung 54
Abbildung 30: Vermisstes Haushaltsbefragung (1) (n = 440, ohne k.A.) 55
Abbildung 31: Vermisstes Haushaltsbefragung (2) (n = 448) 55
Abbildung 32: Vermisstes Passantenbefragung (1) (n = 160, ohne k.A.) 56
Abbildung 33: Vermisstes Passantenbefragung (2) (n = 186) 56
Abbildung 34: Fehlende Nutzungen Haushaltsbefragung (n = 419) 57
Abbildung 35: Fehlende Nutzungen Passantenbefragung (n = 166) 57
Abbildung 36: Wichtige Aspekte (n = 2.805, Mehrfachantworten möglich) 58
Abbildung 37: Wichtige Aspekte (n = 1.029, Mehrfachantworten möglich) 58
Abbildung 38: Attraktivität Haushaltsbefragung 59
Abbildung 39: Attraktivität Passantenbefragung 60
Abbildung 40: Eigenschaften 61
Abbildung 41: Wünsche, Ideen und Anregungen Haushaltsbefragung (n = 708) 61
Abbildung 42: Wünsche, Ideen und Anregungen Passantenbefragung (n = 345) 62
Abbildung 43: Alter (Haushaltsbefragung links: n = 589, Passantenbefragung rechts: n = 213. Ohne k.A.) 62
Abbildung 44: Geschlecht (Haushaltsbefragung links: n = 585, Passantenbefragung rechts: n = 213. Ohne k.A.) 63
Abbildung 45: Herkunft (Haushaltsbefragung links: n = 540, Passantenbefragung rechts: n = 197. Ohne k.A.) 63
Abbildung 46: Sortiment (n = 42) 64
Abbildung 47: Verkehrsmittelwahl der Kunden 65
Abbildung 48: Kundenherkunft 65
Abbildung 49: Zeitpunkt Betriebsnachfolge links (n = 32, ohne k.A.) und Betriebsnachfolge rechts (n = 32, ohne k.A.) 66
Abbildung 50: Betriebsalter links (n = 40) und Betriebsform rechts (n = 42) 67
Abbildung 51: Betriebsveränderungen 67
Abbildung 52: Gründe für Betriebsveränderungen (n = 20) 68
Abbildung 53: Aktuelle wirtschaftliche Situation links (n = 41, ohne k.A.) und Wirtschaftliche Situation vor Corona rechts (n = 41, ohne k.A.) 68

Abbildung 54: Umsätze vor Corona links (n = 36, ohne k.A.) und Erwartete Umsätze (n = 36, ohne k.A.) 69
Abbildung 55: Konkurrenz durch lokalen Wettbewerb (n = 41, ohne k.A.) und durch den Online-Handel (n = 36, ohne k.A.) 70
Abbildung 56: Digitale Infrastruktur 70
Abbildung 57: Wichtige Aspekte (n = 192) 71
Abbildung 58: Wünsche (n = 28) 71
Abbildung 59: Route des Zentrenspaziergangs am 20.09.2022 72
Abbildung 60: Kernaussagen des Zentrenspaziergangs 73
Abbildung 61: Experteninterviews – Stärken und Schwächen der Ansbacher Innenstadt 74
Abbildung 62: Markencheck – Bekleidung 76
Abbildung 63: Markenckeck – Schuhe/Lederwaren 76
Abbildung 64: Markenckeck – Unterhaltungselektronik/Schmuck 77
Abbildung 65: Branchenckeck – Nahrungs- und Genussmittel 78
Abbildung 66: Branchenckeck – weitere Sortimente des kurzfristigen Bedarfs 78
Abbildung 67: Branchenckeck - Bekleidung 79
Abbildung 68: Branchenckeck – weitere Sortimente des mittelfristigen Bedarfs I 79
Abbildung 69: Branchenckeck – weitere Sortimente des mittelfristigen Bedarfs II 80
Abbildung 70: Branchenckeck – Sortimente des langfristigen Bedarfs 80
Abbildung 71: Zentrenpositionierung Ist-Zustand 86
Abbildung 72: Räumliche Nahversorgungssituation von Ansbach 87
Abbildung 73: Übersicht der Nahversorgungsbereiche im Bestand 87
Abbildung 74: Räumliche Nahversorgungssituation von Ansbach 88
Abbildung 75: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt 90
Abbildung 76: Ermittlungsmethodik der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive 94
Abbildung 77: Einwohnerprognose für Ansbach 95
Abbildung 78: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland 96
Abbildung 79: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel 97
Abbildung 80: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2027 (Prognose) 98
Abbildung 81: Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität 100
Abbildung 82: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für die Stadt Ansbach 104
Abbildung 83: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft) 106

Abbildung 84: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen 109
Abbildung 85: Abgrenzung ZVB Innenstadt Ansbach 2022 112
Abbildung 86: Innere Organisation des ZVB Innenstadt Ansbach 113
Abbildung 87: Lagedifferenzierung der Ansbacher Innenstadt 113
Abbildung 88: Zentrenpositionierung Soll-Profil 114
Abbildung 89: SWOT-Matrix für die Ansbacher Innenstadt 115
Abbildung 90: Idealtypischer Ablauf eines Leerstandsmanagements 122
Abbildung 91: Bewertung des Standortbereiches Rettistraße 130
Abbildung 92: Bewertung des Standortbereiches Rothenburger Straße/Würzburger Landstraße 133
Abbildung 93: Bewertung des Standortbereiches Welser Straße 136
Abbildung 94: Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Ansbach 140
Abbildung 95: Prüfschema der Konzeptkongruenz bei der Ansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment 142
Abbildung 96: Einzelhandelsstruktur Sonderstandort Pilipp 147
Abbildung 97: Einzelhandelsstruktur Sonderstandort Schalkhausen 148
Abbildung 98: Einzelhandelsstruktur Sonderstandort Brodwinden 149
Abbildung 99: Das Einzelhandelsentwicklungskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik 160

Tabellenverzeichnis

TABELLE		SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen	13
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen	29
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand in Ansbach	35
Tabelle 4:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Ansbach	38
Tabelle 5:	Bewertung der Entwicklung seit 2015 - Relevante Kennwerte im Vergleich	41
Tabelle 6:	Gastronomieangebot der Ansbacher Innenstadt	81
Tabelle 7:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Ansbach	89
Tabelle 8:	Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Ansbach	100
Tabelle 9:	Entwicklungsprognose für 2027	101
Tabelle 10:	Handlungsfelder und Maßnahmenpakete für die Ansbacher Innenstadt (Vorschläge)	118
Tabelle 11:	Expansionsanforderungen ausgewählter Lebensmitteldiscounter	124
Tabelle 12:	Expansionsanforderungen ausgewählter Lebensmittelvollsortimenter	124
Tabelle 13:	Städtebauliche Analyse der Nahversorgungsbereiche gemäß EEK 2015	125
Tabelle 14:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Einzelhandelsausstattung)	126
Tabelle 15:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (zentrenergänzende Funktionen)	126
Tabelle 16:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Städtebau/Gestaltung)	126
Tabelle 17:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Erreichbarkeit)	126
Tabelle 18:	Prüfung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte auf Eignung als Nahversorgungsstandort	139
Tabelle 19:	Sortimentsliste für die Stadt Ansbach (Kurzfassung)	152

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
BGF	Bruttogeschossfläche
BVerfGH	Bundesverfassungsgerichtshof
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
Drog	Drogeriewaren
EH	Einzelhandel
EEK	Einzelhandelsentwicklungskonzept
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EW	Einwohner/-in
FNP	Flächennutzungsplan
GVKF	Gesamtverkaufsfläche
IZ	Innenstadtzentrum
LEP	Landesentwicklungsprogramm
MIV	motorisierter Individualverkehr
niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
NVS	Nahversorgungsstandort
NVZ	Nahversorgungszentrum
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
siL	städtebaulich integrierte Lage
VG	Verwaltungsgericht
VKF	Verkaufsfläche
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

Anhang

Anhang 1: Sortimentsliste für die Stadt Ansbach (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentrenrelevante Sortimente (Sortimente des Innenstadtbedarfs)		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bettwaren	aus 46.51	Einzelhandel mit Bettwaren
Bücher	47.61	Einzelhandel mit Büchern
Campingartikel	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)
	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Gardinen und Sicht-/Sonnenschutz/Markisen/Gardinen)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-, Bett-, Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche, Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)
Haushaltswaren (Hausrat)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähnadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten
	47.43	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
	47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Parfümerieartikel und Kosmetika	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
Schuhe, Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Uhren, Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (Sortimente des Nahversorgungsbedarfs)		
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wach- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken

(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (Sortimente des sonstigen Bedarfs)**		
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleineisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
	47.52.3	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
Boote	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Booten)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleineisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	aus 45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (draus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Pflanzartikel	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Sportgroßgeräte	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräte)
Teppiche (Einzelware)	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Tiernahrung)	47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Ansbach als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; *** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

KONTAKT
Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner GmbH
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg
Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
FAX+49 341 92 72 39 43