

Begründung

zur 1. Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplans (VEP) Nr. 1 im Bereich des Brücken-Centers – Änderung der textlichen Festsetzungen zu den Verkaufsflächen in der Fassung vom 28.09.2015

Der Stadtrat hat am 03.06.2014 beschlossen, den Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 1 für den östlichen Teilbereich der ehemaligen Hindenburgkaserne bezüglich der textlichen Festsetzungen zu ändern.

1. Vorbemerkung

Das Brücken-Center Ansbach (BCA) wurde in enger und kooperativer Abstimmung mit den Entscheidungsträgern der Stadt Ansbach konzipiert, um über das Handels- und Dienstleistungsangebot der Altstadt hinaus die Versorgungsfunktion der Ansbacher Innenstadt für die Stadt und die Region zu bereichern und zu ergänzen. Die Altstadt ist in der Bausubstanz und den Verkehrswegen historisch geprägt, wodurch sich zum einen der einzigartige Flair mit einer besonderen Aufenthaltsqualität ergibt, zum anderen aber Ladenflächen in bestimmten Größen mit der unerlässlichen Anbindung an Verkehrswege und Parkräume für die aktuellen Einzelhandelskonzepte nicht darstellbar waren und sind.

Oberbürgermeister, Bürgermeister und Stadträtinnen/Stadträte sowie die Stadtverwaltung räumten dabei der Altstadt als dem identitätsstiftendem Zentrum Ansbachs stets vorrangige Priorität bei allen Planungen und Prozessen ein, um so zusammen mit dem BCA eine überregionale Attraktivität für den gesamten Stadtkern zu gestalten, die allen Akteuren zu Gute kommt.

Flankierend zu diesem komplexen Prozess wurde die Wirtschaftsförderung und das City Marketing neu aufgestellt, um auf die wachsenden Anforderungen im Wettbewerb der Regionen um die Gunst der Kunden frühzeitig reagieren zu können. Die Erlebnis- und Servicequalität in den städtischen Räumen wurde auch dadurch deutlich verbessert.

Im Ergebnis wurde seinerzeit die einmalige Chance des direkt an der Altstadt gelegenen, weitläufigen Kasernengeländes genutzt, um

- dauerhafte Brachflächen zu vermeiden und
- eine Zerstückelung durch zweckorientierte, einfache Fachmarkt-Zentren zu verhindern,
- um somit durch ein integriertes, innerstädtisches Einkaufszentrum mit entsprechender Strahlkraft und Außenwirkung, das bis dahin begrenzte Einzugsgebiet deutlich auszubauen.

Die Entwicklung der Zentralitätskennziffer belegt dies. Auch die Ansiedlung eines Modefilialisten in der Altstadt war erst möglich, nachdem durch das BCA die Attraktivität des Gesamtstandortes dessen Anforderungen entsprechend hoch war.

Die neue Festlegung des Zentralen Versorgungsbereichs bestätigt deutlich, dass Altstadt und BCA zusammen gewachsen sind und somit zusammen gehören. Die Grundlagen wurden von den politischen Entscheidungsträgern im kooperativen Benehmen mit dem Investor gelegt, von den Nachfolgern maßvoll unter besonderer Beachtung der Altstadt weiter entwickelt und damit die Zielsetzung, die Attraktivität des Gesamtstandortes zu erhalten und auszubauen, erreicht.

Nur durch eine zeitgemäße Angebotsvielfalt auf kurzen, bequemen Wegen mit hoher Service- und Aufenthaltsqualität wird es Ansbach gelingen, im Wettbewerb mit anderen Regionen und den Veränderungen durch den online-Handel zu bestehen. Ansbach ist Oberzentrum und daher gehalten, die sich daraus ergebenden Funktionen für die Bevölkerung zu gewährleisten.

Das in 2014 von der Stadtführung initiierte und begonnene Forum „Wir sind die Innenstadt.“ wird den gesamten Themenkreis neu beleben, die unterschiedlichen Akteure der Stadtgesellschaft sensibilisieren und motivieren und bisherige sowie neue Ideen in der Diskussion fokussieren, damit am Ende durch eine positive Grundstimmung, Optimierung der Stärken

und gemeinsames Handeln für die Ansbacher Innenstadt als lebendiger Mittelpunkt für die Erfüllung der unterschiedlichen Funktionen die notwendige Basis geschaffen wird.

Die Stadt Ansbach hat in 2014 die Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts (EEK) aus dem Jahre 2009 beschlossen, um auf dieser Grundlage die notwendigen Abwägungen treffen zu können. Dabei hat sich herausgestellt, dass nun das gesamte Brücken-Center als Zentraler Versorgungsbereich zu werten ist. Bisher wurde der Bereich nördlich der Schreglestraße als Ergänzungsbereich Nahversorgung betrachtet.

Vor diesem Hintergrund ist eine Aktualisierung des vorhandenen VEP erforderlich, dessen Grundlagen nun über 20 Jahre alt sind.

2. Planungsrechtliche Situation

Nach den Festsetzungen des Vorhaben- und Erschließungsplans Nr. 1 für den östlichen Teilbereich der ehemaligen Hindenburgkaserne aus dem Jahr 1994 sind für das festgesetzte Sondergebiet folgende Gesamtverkaufsflächen zulässig:

a) 16.000 m² in einem Einkaufszentrum, davon max. 10.000 m² Verkaufsfläche für ein einzelnes Warenhaus und max. 3.000 m² für ein einzelnes Textilhaus, wobei Unterschreitungen bei den einzelnen Verkaufsflächen die zulässige Gesamtverkaufsfläche nicht mindern.

b) 10.000 m² Verkaufsfläche in Fachmärkten, davon mind. 5.000 m² Verkaufsfläche für Bau- und Gartenmärkte und mind. 2.000 m² Verkaufsfläche für Elektronik und Haushaltsgeräte.

Eine Überschreitung der Gesamtverkaufsfläche im Fachmarktzentrum um bis zu 10.000 m² ist für ein Möbel- und Einrichtungshaus, für Bau- und Gartenmärkte und für Elektronik und Haushaltsgeräte zulässig.

[...]

Unzulässig sind großflächige Lebensmittelgeschäfte im Fachmarktzentrum.

3. Anlass

Nach der Schließung des Praktiker-Baumarktes (Fachmarkt 3) 2013 sollen die dortigen Flächen umgenutzt und umgebaut werden.

Im Januar 2015 wurde bereits eine Nutzungsänderung im Fachmarkt 3 zugunsten eines Bekleidungsfachgeschäftes mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.450 m² genehmigt. Abweichend vom Bebauungsplan wurde Befreiung bezüglich der auf max. 10.000 m² festgesetzten Verkaufsfläche im Fachmarktzentrum sowie wegen Überschreitung der auf max. 3.000 m² festgesetzten Verkaufsfläche im Fachmarktzentrum für andere Sortimente als Baumarkt- und Elektroartikel erteilt. Die bisherige Verkaufsfläche im 1. OG des Einkaufszentrums (TC Buckenmaier) musste aufgegeben werden.

Derzeit stehen im Fachmarkt 3 noch drei mögliche Ladenflächen leer:

- Leerfläche FM 3 Ost 2 ca. 716 m²
- Leerfläche FM 3 Mitte ca. 494 m²
- Leerfläche FM 3 Nord ca. 1.300 m²

Diese sowie die oben erwähnte aufgegebene Verkaufsfläche im 1. OG des Einkaufszentrums sollen baldmöglichst einer neuen Nutzung zugeführt werden.

Die geplanten Veränderungen überschreiten den Vorhaben und Erschließungsplan im Wesentlichen in zwei Punkten:

a) Wegfall Verkaufsfläche Baumarkt/Gartenmarkt von mindestens 5.000 m² in den möglichen Fachmärkten

b) Überschreitung der Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante sowie nicht-zentrenrelevante Sortimente.

Durch die Überschreitungen ist eine textliche Änderung des geltenden VEP erforderlich. Die Änderung des VEP wurde mit Schreiben vom 06.05.2014 von der BCA Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG beantragt.

Die Parteien sind sich einig, dass die kooperativ getroffenen Regelungen des VEP 1994 durch die „neuen Leitplanken“ von 2015 nicht reduziert oder beeinträchtigt werden dürfen, sondern eine zeitgemäße, der dem Handel immanenten deutlichen Dynamik entsprechenden Anpassung erfahren sollen.

4. Auswirkungen auf den Einzelhandel im Stadtgebiet

Die Änderung der textlichen Festsetzungen zu den Verkaufsflächen wird Auswirkungen auf den Einzelhandel im Stadtgebiet haben. Da sich seit der Erstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes 2009/2010 im Bereich der Einzelhandelsversorgung weitreichende Veränderungen ergeben haben, konnte die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben allgemein und im Speziellen des genannten Vorhabens nicht mehr befriedigend und umfassend auf der Basis des bestehenden Konzeptes beurteilt werden.

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) wurde deshalb fortgeschrieben und liegt in einer aktualisierten Version vom April 2015 vor.

Kernaussage darin ist, dass das gesamte BCA künftig als Zentraler Versorgungsbereich (ZVB) zu werten ist. Das Brücken-Center sei als gesamte Einheit zu betrachten; dies werde auch durch die geplanten Umgestaltungen der Freibereiche im Übergang zwischen dem kompakten Centerbereich und der nördlichen Erweiterung verdeutlicht.

Das Gutachten weist aber deutlich darauf hin, dass die Erweiterung des ZVB auf das gesamte Brücken-Center bestimmte Gefahren hinsichtlich der Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente nach sich ziehe. Im zentralen Versorgungsbereich sei die flächenmäßig unlimitierte Ansiedlung (soweit auch baurechtlich entsprechend fundiert) von Einrichtungen aller zentrenrelevanten Sortimente denkbar. Dies sei aus gutachterlicher Sicht im Hinblick auf die Entwicklung der Altstadt aber nicht für alle Sortimentsbereiche wünschenswert. Zudem könne die Einbeziehung des gesamten Brücken-Centers in den ZVB als Signalwirkung für die Ausweitung von Ansiedlungen verstanden werden und zur Folge haben, dass Investitionen in der Altstadt ausblieben.

Vorgeschlagen wird deshalb, im Rahmen der Änderung des VEP die Ansiedlung von Sortimentsbereichen folgendermaßen zu regeln:

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

- Weiter verpflichten sich die Betreiber des Brücken-Centers, den Anteil der Sortimente Textilien und Schuhe am Gesamtangebot des Brücken-Centers bezogen auf die Verkaufsfläche auf 35% der gesamten Verkaufsfläche im Einzelhandel zu limitieren.
- Darüber hinaus verpflichtet sich das Brücken-Center bei der Neuvermietung von Verkaufsflächen verbindlich darauf zu achten, dass durch die Neubelegung keine Großstandorte in den Bereichen der Sortimente Textilien und Schuhe entstehen, die folgende Grenzen überschreiten: 2.400 m² Verkaufsfläche je Einheit im Bereich Textilien und 800 m² Verkaufsfläche je Einheit im Bereich Schuhe. Zu berücksichtigen ist dabei grundsätzlich, dass der oben genannte Anteil dieser Sortimente an der gesamten Verkaufsfläche nicht überschritten wird.
- Diese Vereinbarung kann im Einverständnis beider Vertragsseiten nach Ablauf von 5 Jahren nach Vertragsabschluss geändert werden. Damit soll möglichen Veränderungen auf dem Sektor des Einzelhandels adäquat Rechnung getragen werden.
- Sollten sich vor Ablauf der genannten 5-Jahres-Frist grundlegende strukturelle Veränderungen ergeben, die die Maßgaben der vorliegenden Vereinbarung in Frage stellen, verpflichten sich beide Seiten in kooperativer Weise eine Aktualisierung der Vereinbarung zu erarbeiten."

Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung werden im Rahmen einer landesplanerischen Überprüfung untersucht.

5. Planung

Festgesetzt wird ein Sondergebiet mit der Zweckbestimmung Einzelhandel und Dienstleistungen, das der Unterbringung von Betrieben und Anlagen eines Einkaufszentrums, Schank- und Speisewirtschaften, Handwerk- und Dienstleistungsbetrieben, ergänzenden Fachmärkten, Möbel- und Einrichtungshäusern sowie Bau- und Gartenmärkten dient.

Die Verkaufsfläche im Sondergebiet darf eine Fläche von insgesamt 32.100 m² nicht überschreiten. Eine Überschreitung der Gesamtverkaufsfläche um bis zu 11.550 m² ist für ein Möbel- und Einrichtungshaus sowie für Bau- und Gartenmärkte zulässig.

Im festgesetzten Sondergebiet sind grundsätzlich alle zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente gemäß der Ansbacher Sortimentsliste des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes (EEK) vom April 2015 zulässig.

Für die zentrenrelevanten Sortimente werden jeweils folgende Verkaufsflächenobergrenzen festgesetzt. Die Einteilung der Sortimente orientiert sich an der Sortimentsliste der Anlage 2 zum Landesentwicklungsprogramm (LEP). Folgende Verkaufsflächenobergrenzen werden festgesetzt:

• Bekleidung	max. 8.500 m ²
• Schuhe	max. 2.200 m ²
• Lederwaren	max. 300 m ²
• Sport, Sportbekleidung, Camping	max. 2.660 m ²
• Spielwaren und Hobby	max. 900 m ²
• Hausrat, Glas und Porzellan	max. 1.200 m ²
• Uhren und Schmuck	max. 250 m ²
• Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	max. 1.100 m ²
• Schreibwaren	max. 1.450 m ²
• Nahrungs- und Genussmittel	max. 7.234 m ²
• Drogerie- und Parfümeriewaren	max. 6.700 m ²
• Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte	max. 1.100 m ²
• Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	max. 2.200 m ²

Im Rahmen der zulässigen Überschreitung der Gesamtverkaufsfläche für ein Möbel- und Einrichtungshaus sowie für Bau- und Gartenmärkte sind auf max. 10 % der Gesamtverkaufs-

fläche der jeweiligen Verkaufseinrichtung zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment zulässig, sofern das jeweilige Randsortiment in einem funktionalen Bezug zum Kernsortiment steht. Dabei darf die Verkaufsfläche jedes einzelnen Randsortimentes jeweils 800 m² nicht überschreiten.

Zulässig sind des Weiteren:

- Schank- und Speisewirtschaften
- mischgebietsverträgliche Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe
- Geschäfts-, Büro- und Verwaltungsgebäude/-räume
- Gebäude/Räume für die Berufsausübung freiberuflicher Träger und solcher Gewerbetreibender, die ihren Beruf in ähnlicher Art ausüben
- Gebäude für Schulen
- Anlagen für soziale Zwecke
- Anlagen für Sport und Freizeit
- Stellplätze, die den Nutzungen des Sondergebietes dienen
- Nebenanlagen i. S. v. § 14 BauNVO

Unzulässig sind eigenständige Verkaufsflächen für Erotik-Artikel, Vergnügungsstätten sowie Tankstellen.

Ansbacher Sortimentsliste des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes vom April 2015:

Liste der zentrenrelevanten Sortimente

aus dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel:

Nahrungsmittel, Tabakwaren. NICHT: Getränke

aus dem Sortiment Gesundheits- und Körperpflege:

Pharmazeutischer Bedarf, Drogerieartikel, Kosmetika, medizinische und orthopädische Artikel, Reinigungs- und Pflegemittel

aus dem Sortiment Bekleidung:

Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Lederbekleidung, Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren

aus dem Sortiment Schuhe und Lederwaren:

Schuhe, Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)

aus dem Sortiment Uhren und Schmuck:

Uhren und Schmuck aus Edelmetallen und/oder anderen Materialien

aus dem Sortiment Bücher und Schreibwaren: Papierwaren, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Kalender, Schreibwaren, Schul- und Büroartikel

aus dem Sortiment Hausrat, Glas und Porzellan:

Hausrat, Schneidwaren, Bestecke, Feinkeramik, Glaswaren, Geschenkartikel, Näh- und Strickmaschinen

aus dem Sortiment Foto und Optik: Fotokameras, Fotofilme, Projektoren, Objektive etc., Brillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mikroskope etc.)

aus dem Sortiment Unterhaltungselektronik:

Braune Ware (Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Camcorder, Videorecorder, unbespielte Tonträger etc.), bespielte Tonträger, Videospiele

aus dem Sortiment Telekommunikation:

Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte etc.

aus dem Sortiment Informationstechnik:

Personal Computer, Peripheriegeräte etc., Software

aus dem Sortiment Spielwaren und Hobbys: Spiele, Spielzeug, Münz-,

Briefmarken- u.a. Sammlungen, Musikinstrumente

aus dem Sortiment Sport-, -bekleidung und Camping: Sportbekleidung

und -schuhe. Nicht: Sportgeräte und -artikel, Campingartikel

aus dem Sortiment Baumarktsortimente: nur Blumen

Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

aus dem Sortiment Einrichtungsbedarf:

Möbel, Holz-, Korb-, Korkwaren, Haus- und Heimtextilien (Teppiche und andere Bodenbeläge, Gardinen, Matratzen, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche etc.)

aus dem Sortiment Baumarktsortiment:

Baustoffe, Bauelemente, Fliesen, Holz- und Eisenwaren, Tapeten, Lacke, Farben, Maschinen, Werkzeuge, Installationsbedarf, Fahrräder, Gartengeräte, Pflanzen, Sämereien, zoologischer Bedarf. Nicht: Blumen

aus dem Sortiment Elektrogeräte und Leuchten:

Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen etc.), Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen etc.), Leuchten.

aus dem Sortiment Sport-, -bekleidung und Camping:

Sportgeräte und -artikel, Campingartikel. Nicht: Sportbekleidung und -schuhe.

aus dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel:

Nur Getränke, nicht: Nahrungsmittel, Tabakwaren

Sonstige Sortimente, die generell nicht zentrenrelevant sind:

Brennstoffe, Kfz-Handel, Kfz-Zubehör, Boote und Zubehör, Mineralölerzeugnisse

Anlage 2 zur Begründung Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) vom 01.09.2013 - Einteilung der Sortimente in Bedarfsgruppen

Sortimente des Nahversorgungsbedarfs:

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Sortimente des Innenstadtbedarfs:

- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Haushaltselektronik („weiße Ware“), Computer und Zubehör, Foto, Film)
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Lederwaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

Sortimente des sonstigen Bedarfs:

- Autoteile und Autozubehör
- Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
- Boote und Zubehör
- Fahrräder und Zubehör
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Leuchten und Zubehör
- Möbel, Küchen
- Zooartikel, Tiere

5.1 Ermittlung der Gesamtverkaufsfläche

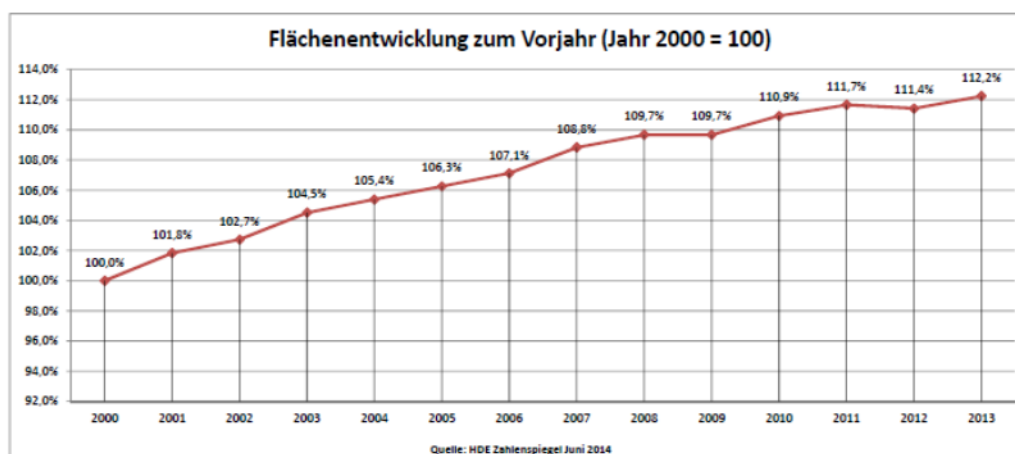
Bisherige Grundlage für die Berechnung der Verkaufsfläche (VKF) im Bereich des VEP war die Bekanntmachung der Bayerischen Staatsministerien für Landesentwicklung und Umweltfragen, für Wirtschaft und Verkehr und des Inneren vom 6. Juli 1992. Die dabei vorgenommene Definition der Verkaufsfläche als 2/3 der vermieteten Nettonutzfläche entspricht nicht mehr der aktuellen Rechtsprechung. Künftig erfolgt die Ermittlung der Verkaufsfläche gemäß der aktuellen Rechtsprechung (BVerwG 4. Senat, Urteil vom 24.11.2005 – 4 C 10/04).

Im Rahmen der Aktualisierung des EEK wurde vom Büro Planwerk im August 2014 die tatsächliche Verkaufsfläche im BCA ermittelt. Diese entspricht ungefähr 77 % der jeweiligen Mietfläche (MF). Dieser Prozentanteil dient als Basis zur Ermittlung des Bestandes sowie der neuen zulässigen Gesamtverkaufsfläche (Gesamt VKF). Die bestehenden Verkaufsflächen sind aus der beiliegenden Tabelle ersichtlich.

	Gesamt VKF lt. VEP Nr. 1	Überschreitung lt. VEP Nr. 1	Bestand
Einkaufszentrum	16.000 m ²	----	15.725 m ²
Fachmärkte 1,2,3	10.000 m ²	10.000 m ²	13.453 m ²
Gesamt	26.000 m ² $\triangleq$ 2/3 d. MF	10.000 m ² $\triangleq$ 2/3 d. MF	
Mietfläche	39.000 m ²	15.000 m ²	
77 % der Mietfläche	30.030 m ²	11.500 m ²	29.178 m ²
Zuwachs 10 %			2.918 m ²
Gesamt VKF zulässig			32.096 m²
aufgerundet			32.100 m²

Der 10-prozentige Zuwachs ergibt sich aus der Erkenntnis, dass „derzeit der technische und organisatorische Wandel sowie neue Angebotsformate die dominierenden Faktoren für die Flächenzuwächse sind. Die neuen Warengruppen- und Ladenbaukonzepte benötigen mehr Präsentations- und Verkaufsfläche als ihre Vorreiter, und die Eröffnung neuer Filial- und Franchiseunternehmen lässt den Flächenbedarf weiter in die Höhe schnellen.“ (Einzelhandel im Wandel, Dörte Nitt-Drießelmann Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut, Mai 2013, S. 20)

Den erhöhten Flächenbedarf unterstreicht auch die folgende Abbildung zur Flächenentwicklung im Einzelhandel in Deutschland (2000 – 2013):



5.2 Anteil nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Der ZVB übernimmt die Funktion der stadtweiten und darüber hinaus gehenden Versorgung mit zentrenrelevanten Gütern.

Grundsätzlich gilt die Sortimentsgliederung der Ansbacher Liste gemäß Fortschreibung EEK 2015. Viele aktuelle Handelsformate (z. B. SB-Warenhaus, Kaufhaus, Elektronik, u. a.) können diesem Schema jedoch nicht eindeutig zugeordnet werden.

Zudem ist eine Ansiedlung von bestimmten Anbietern (z. B. SB-Warenhaus) in der Innenstadt zum Teil gar nicht mehr möglich ist, weil die entsprechenden Ladengrößen, z.B. wegen historischer Bausubstanz, nicht vorhanden sind.

Abweichend zum Vorschlag des aktualisierten EEK wird deshalb im Durchführungsvertrag vereinbart, dass mindestens 20 % der Gesamtverkaufsfläche durch nicht-zentrenrelevante Sortimente belegt werden. Dabei wird das SB-Warenhaus bei der Gesamtverkaufsfläche nicht berücksichtigt.

Zulässige Gesamtverkaufsfläche	32.100 m ²	
Abzüglich VKF SB-Warenhaus	7.015 m ²	
Aufzuteilende Verkaufsfläche (VKF)	25.085 m²	
Davon:		
Mind. 20% nicht-zentrenrelevante VKF	5.017 m²	
Bestehende VKF nicht-zentrenrelev. Sortimente:		
Saturn	3.153 m ²	
Bergwelt Valtin	799 m ²	
Intersport Profimarkt	529 m ²	
Betten Reidelshöfer EZ	47 m ²	
Betten Reidelshöfer FM	350 m ²	
zzgl. noch nicht vermietete Fläche im Fachmarkt (FM) 3:		
Mietfläche (MF) Ost ca. 930 m ²	716 m ²	
	5.594 m ²	(22,3 %)

Die beiden Sportfachgeschäfte Bergwelt Valtin und Intersport Profimarkt wurden dabei je zur Hälfte der VKF den zentrenrelevanten Sortimenten (Sportbekleidung und Schuhe) sowie den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (Sportgeräte und –artikel, Campingartikel) zugeordnet.

5.3 Leitsortimente Textilien und Schuhe

Diese Sortimente prägen die Innenstadt Ansbachs und haben daher Leitfunktion. Bei der Entwicklung der Ladenkonzepte für diese Sortimente ist insbesondere festzustellen, dass der Flächen-Anteil für Warenpräsentation, Laufwege, Ruhezonen, Getränke-Bar, Umkleidekabinen und dgl. deutlich gestiegen ist. Die Mietflächen sind also größer geworden, nicht aber im selben Umfang die reinen Waren-Verkaufsflächen. Es wird mehr Fläche für Service und eine gute Aufenthaltsqualität benötigt. (Vgl. auch 5.1)

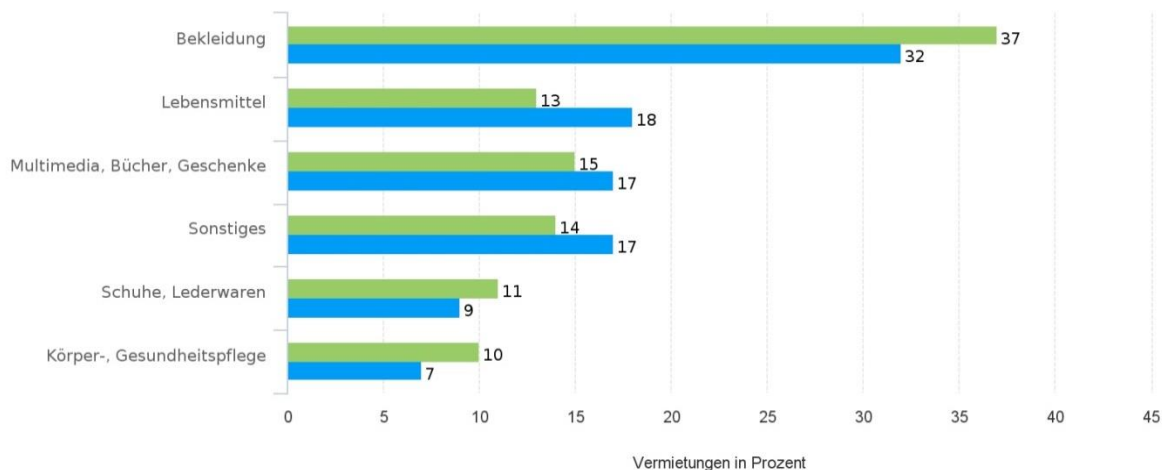
In der Altstadt beträgt der Anteil dieser beiden Sortimente 41,2 % an der Gesamtverkaufsfläche (9.490 m² von 23.010 m²) Im BCA liegt der Anteil für Textilien und Schuhe bei 31,2 % (inklusive dem in 2014 genehmigten Modehaus TC Buckenmaier; 7.570 m² zzgl.

TCB 2.450 m² = 10.020 m² von max. 32.100 m²).

Die Berechnung erfolgt jeweils auf Basis der im August 2014 ermittelten Werte durch das Büro Planwerk.

Um sich gegenüber dem online-Handel durch den Erlebnis-Einkauf mit hohem Wohlfühl-Empfinden positiv abgrenzen zu können, werden die erforderlichen Flächen wie schon in der Vergangenheit in diesen Branchen weiter wachsen. Vergleichbare Center in vergleichbaren Städten haben zum Teil einen höheren Anteil an den Sortimenten Textilien und Schuhe als das BCA.

Flächen- und Mietanteil in den Shopping-Centern in Deutschland im Jahr 2013 nach Branchenzugehörigkeit der Händler (in Prozent)



2013; Basis: Gesamtmietfläche und Mieten aller Einzelhandelsmieter

Quelle: Hahn-Gruppe

Flächenanteil Mietanteil

EHI handelsdaten.de

Der Anteil der Verkaufsfläche für die Sortimente Textilien und Schuhe im BCA soll deshalb im Durchführungsvertrag vereinbart werden. Bezugsgröße ist der aktuell ermittelte Bestand in der Altstadt.

Beginnend im Jahr 2015 mit einem Anteil von 31,2 % darf sich dieser zum Jahresbeginn jeweils um 1,00 % (bis max. 34 %) erhöhen. Der Höchstwert orientiert sich an der Summe der landesplanerischen Obergrenzen für die Sortimente Bekleidung und Schuhe (10.700 m²) bezüglich der Gesamtverkaufsfläche.

5.4 Verkaufsflächenobergrenzen

Die Verkaufsflächenobergrenzen setzen für den Sortimentsbereich Sport, Sportbekleidung und Camping den Bestand fest. Bei den anderen Sortimentsbereichen werden die Verkaufsflächen gemäß der landesplanerischen Verkaufsflächenobergrenzen für den Standort Brücken-Center festgesetzt. Zusätzlich werden im Bereich Textilien und Schuhe die festgesetzten Verkaufsflächenobergrenzen durch den Durchführungsvertrag eingeschränkt.

6. Flächennutzungsplan

Der rechtswirksame Flächennutzungsplan sieht im Geltungsbereich bereits eine Sonderbaufläche vor.

7. Naturschutzrechtlicher Ausgleich

Hinsichtlich der naturschutzrechtlichen Eingriffsregelung ist kein Flächenausgleich zu erbringen, da gemäß § 1 a Abs. 3 BauGB Eingriffe bereits vor der Änderung erfolgt sind bzw. zulässig waren.

8. Umweltverträglichkeitsprüfung

8.1 Lage

Der Geltungsbereich umfasst die Flurstücke 431/4, 431/7, 431/8 und 431/10 der Gemarkung Ansbach. Die Gesamtfläche beträgt ca. 7 ha.

Das Gelände wird von vier Seiten eingegrenzt:

- Im Osten durch die Brauhausstraße mit einem dahinterliegenden Wohngebiet und einem unmittelbar angrenzenden Schulgebäude.
- Im Süden durch die Residenzstraße, die zugleich als Haupteinfahrtsstraße für das gesamte Gebiet dient und dem parallel dazu verlaufenden Rezattal.
- Im Westen durch die Schöneckerstraße und dem Gelände der Hochschule Ansbach.
- Im Norden durch die Karpfenstraße und dem Hennenbachtal.

Das gesamte Sondergebiet mit der Zweckbestimmung Einkaufs- und Fachmarktzentrum wird wie bisher im Süden von der vierspurigen Residenzstraße und Würzburger Landstraße (B 13), im Osten von der Brauhausstraße (St 2255), im Westen von der Schönecker- und Schreglestraße sowie im Nordwesten von der Karpfenstraße erschlossen und ist damit sehr gut an das örtliche und überörtliche Straßennetz angebunden.

8.2 Beschreibung der Umwelt

Das Gebiet wird bereits als Einkaufs- und Fachmarktzentrum genutzt. Bauliche Erweiterungen sind nicht geplant.

8.3 Erhebliche Umweltauswirkungen

Durch die geplanten Änderungen der textlichen Festsetzungen werden keine Flächen neu überbaut bzw. versiegelt. Es findet kein erheblicher Eingriff in das Schutzgut Landschaft, Wasser und Boden statt.

Auf Menschen sind keine zusätzlichen nachteiligen Umweltauswirkungen zu erwarten.

Die Schutzgüter Pflanze, Tier, Luft und Klima sowie Kultur- und Sachgüter sind von der Planung nicht betroffen.

9. Kosten

Es sind keine Kosten zu erwarten.

Aufgestellt:

28.09.2015

Stadt Ansbach

Amt für Stadtentwicklung und Klimaschutz