PLANWERK

STADTENTWICKLUNG
STADTMARKETING
VERKEHR

Einzelhandelsentwicklungskonzept

Stadt Lauf a.d.Pegnitz

Nürnberg, den 12.11.2010

PLANWERK

STADTENTWICKLUNG
STADTMARKETING
VERKEHR

Büro PLANWERK
Stadtentwicklung Stadtmarketing Verkehr
90491 Nürnberg
Winzelbürgstr. 3
T. 0911-476404
F. 0911-471632
www.planwerk.de
kontakt@planwerk.de

STADTENTWICKLUNG
STADTMARKETING
VERKEHR

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

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis 2

1 Vorgaben 4
1.1 Rahmenbedingungen und Ziele 4
1.2 Vorgehensweise 5
1.3 Definitionen 6

2 Strukturdaten Stadt Lauf a.d.Pegnitz 9
2.1 Einwohner 9
2.2 Wirtschaft 10

3 Ergebnisse von Befragungen 14
3.1 Haushaltsbefragung 14
3.2 Befragung der Passanten 24
3.3 Befragung der Unternehmer 29
3.4 Bewertung der Geschäftsstandorte 37

4 Einzelhandelskonzept 42
4.1 Bestand 42
4.2 Kaufkraft 65
4.3 Einzelhandelsumsatz 68
4.4 Bilanzierung Umsatz – Kaufkraft 69
4.5 Bindungspotenzial 70
4.6 Ansiedlungspotenzial 72

5 Stadtteilbewertungen – Versorgung und Ansiedlungen 73
5.1 Altstadt / Innenstadt 74
5.2 Restliches Lauf Mitte 76
5.3 Lauf Links 78
5.4 Lauf Rechts 80
5.5 Lauf Ortsteile 82

6 Weitere städtebauliche Bewertungen 84
6.1 Verkehrsströme 85
6.2 Barrieren 86
6.3 Erweiterungsflächen 88
6.4 Standorte im Stadtgebiet 89
6.5 Einzugsbereiche 90
6.6 Baurechtliche und Städtebauliche Steuerungsmöglichkeiten 92

7 Versorgungsbereiche 94
7.1 Der zentrale Versorgungsbereich mit Subzentrum Lauf Links 96
7.2 Die Ergänzungsbereiche Nahversorgung in Lauf Mitte 97
7.3 Die Versorgungsbereiche in Lauf Rechts 98
7.4 Die Versorgungsbereiche in Lauf Links 99
7.5 Versorgungsbereiche in Lauf Ortsteile 100
7.6 Nicht abgegrenzte Bereiche 101
7.7 Weitere flankierende Maßnahmen 102
7.8 Entwicklungsperspektiven 104

8 Laufer Sortimentsliste 107
8.1 Liste der zentrenrelevanten Sortimente (a1-a14) 107
8.2 Liste der Sortimente für Ergänzungsbereiche Nahversorgung.....107
8.3 Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente (b1-b6) 108

9 Weitere Schritte..... 109

10 Anhang..... 110

1 VORGABEN

1.1 RAHMENBEDINGUNGEN UND ZIELE

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

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

Anlass für die vorliegende Untersuchung ist das Ansinnen der Regierung von Mittelfranken, entsprechend den Richtlinien der Städtebauförderung (4.1.1.) zur Fortsetzung der Förderung in Lauf a.d.Pegnitz ein Einzelhandelsentwicklungskonzept zu fordern. Dieses soll belegen, dass die Stadt Lauf a.d.Pegnitz mit den von ihr betriebenen Ansiedlungen den Zielen der Altstadtsanierung nicht entgegenwirkt.

Die Stadt Lauf a.d.Pegnitz hat die Fragestellung als Anlass genommen, um das vorliegende Gutachten im Rahmen des ISEK-Prozesses in Auftrag zu geben. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept ist integraler Bestandteil des gesamten „Integrierten Stadtentwicklungskonzepts“, das zeitgleich erarbeitet wird. Dabei soll das Einzelhandelsgutachten generelle Aussagen über die Möglichkeit von Einzelhandelsansiedlungen im Stadtgebiet formulieren.

Darüber hinaus betrachtet die vorliegende Untersuchung nicht nur den Einzelhandelsstandort Lauf a.d.Pegnitz sondern den gesamten Wirtschaftsstandort. Das Gutachten hat somit eine wirtschaftlich integrierende und gesamtörtliche Betrachtungs- und Bewertungsweise.

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

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

Das vorliegende Konzept wurde in der Zeit von Oktober 2009 bis Oktober 2010 erarbeitet.

1.2 VORGEHENSWEISE

Die vorliegende Untersuchung muss, um den vorgegebenen Ansprüchen und Maßgaben gerecht zu werden, gesamtörtlich angelegt sein und die Verflechtungen der Stadt Lauf a.d.Pegnitz in ihr Umland mit berücksichtigen.

Im Untersuchungsvorgang werden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Erfassung des Einzelhandelsbestandes im gesamten Stadtgebiet von Lauf a.d.Pegnitz (inkl. Stadtteile). Dabei werden Verkaufsflächen, Sortimente und Planungsabsichten der Unternehmer erfasst.
- Erfassung des Bestandes an Einrichtungen der Bereiche Dienstleistungen, Gastronomie, Handwerk und Großbetriebe bzw. produzierendes Gewerbe im gesamten Stadtgebiet (inkl. Stadtteile).
- Durchführen einer Passantenbefragung (rund 500 Interviews) an Standorten im Stadtzentrum und an der Peripherie. Dabei werden die Herkunft der Passanten sowie deren Einschätzungen zur Stadt und zu den einzelnen Standorten erfasst.
- Durchführen einer Haushaltsbefragung. Verteilung von ca. 1.500 Fragebögen an repräsentativ ausgewählte Haushalte.
- Analyse der erhobenen Daten. Differenzierung des Angebots nach Verkaufsflächen, Sortimentsbereichen sowie Standorten.
- Durchführen einer Kaufkraftanalyse für die einzelnen Sortimentsbereiche und die jeweils aktuellen Verknüpfungsbereiche des Mittelzentrums Lauf a.d.Pegnitz.
- Entwicklung von sortimentsgenauen Aussagen bezüglich der generellen Ansiedlungsmöglichkeit von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet.
- Teilräumliche Differenzierung der Aussagen zur Ansiedlung von Einzelhandel nach den Standorten im Zentrum und an der Peripherie.
- Aussagen zu Standortempfehlungen für den Einzelhandel im Stadtgebiet.
- Abstimmung der Entwicklungsempfehlungen mit den Belangen und Zielen der Städtebauförderung.
- Entwicklung von Strategien zur Stärkung des Standortes Lauf a.d.Pegnitz in begleitenden Arbeitskreisen und in Kooperation mit den Laufer Akteuren aus dem Bereich Handel (LBE, IGLU etc.).

1.3 DEFINITIONEN

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

1.3.1 EINZELHANDEL

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

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

Die Großbetriebe des Einzelhandels genießen die Vorteile des Groß- (Gemeinschafts-) Einkaufs, die mittleren und kleineren sind vielfach in Einkaufsgenossenschaften zusammengeschlossen. Der anhaltende Konzentrationsprozess (v.a. im Lebens- und Genussmittelbereich) führt zu immer größeren Unternehmenseinheiten, abnehmender Beschäftigtenzahl, wachsendem Gewicht von Warenhäusern und Filialbetrieben gegenüber kleineren Fachgeschäften, aber auch zu neuen Formen der Kooperation. Rechtliche Regelungen, die Standort und Entwicklung des Einzelhandels beeinflussen, sind u.a. Raumordnungsgesetz, Landesplanungsgesetz, Ladenschlussgesetz sowie die im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb fixierten Regelungen bezüglich Werbe- und Preiswettbewerb.

1.3.2 KAUFKRAFT

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

ALLGEMEINE KAUFKRAFT:

Die allgemeine Kaufkraft umfasst alle Nettoeinkünfte und wird aus der Lohn- und Einkommensteuerstatistik berechnet. Berechnet pro Kopf ergibt es den Wert in €, der dem Einzelnen zur Verfügung steht, um alle seine Kosten zu decken, u.a. Miete, Versicherung, Reisen, Dienstleistungen. Ein Orientierungswert für die allgemeine Kaufkraft liegt bei ca. € 18.957 pro Jahr und Einwohner im Bundesdurchschnitt (Quelle: MB-Research). Spitzenwerte werden in Kreisen wie Starnberg (€ 28.716) oder München (€ 26.378) erreicht. Der Landkreis Nürnberger Land erreicht aktuell eine Kaufkraft von € 21.639 und liegt damit bei einer Kennziffer von 114,1. Im Vergleich mit den kreisfreien Städten in Mittelfranken rangiert der Landkreis vor Nürnberg

(104,8), etwa in der gleichen Größenordnung wie Fürth (114,3) und Schwabach (114,6), aber hinter Erlangen (122,3).

EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFT:

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der verbleibende Rest, wenn von der allgemeinen Kaufkraft alle nicht einzelhandelsrelevanten Leistungen (wie Miete, Auto, Versicherungen, Urlaub etc.) bezahlt wurden. Diese einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt aktuell in der Dimension von € 5.201 pro Jahr und Einwohner für den Bundesdurchschnitt. Die Stadt Lauf a.d.Pegnitz erreicht derzeit eine **Kaufkraft-Kennziffer von 110,5**, was einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von **€ 5.747** entspricht.

1.3.3 SORTIMENTSBEREICHE

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

- Nahrungs- und Genussmittel: Nahrungs- und Genussmittel bei Fleischer, Bäcker, Konditor, für Getränke, Tabakwaren und Reformwaren; keine Gaststätten.
- Gesundheits- und Körperpflege, Reinigungsmittel: Apotheken, Drogerieartikel, medizinische und orthopädische Artikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Parfümerien.
- Einrichtungsbedarf: Möbel, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche, Kunst und Antiquitäten, Holz-, Korb-, Korkwaren, Kinderwagen, Teppiche, Bodenbeläge, Gardinen.
- Elektrogeräte, Leuchten: Öfen, Herde, Kühlschränke, Leuchten, sonstige elektrotechnische Erzeugnisse.
- Baumarktspezifische Sortimente: Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Holz- und Eisenwaren, Tapeten, Lacke, Farben, Werkzeuge, Kfz-Zubehör, Fahrräder, Gartengeräte, Blumen, Pflanzen, Sämereien, zoologischer Bedarf.
- Bekleidung: Herren-, Damen-, Kinder-, Lederbekleidung, Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren.
- Schuhe, Lederwaren: Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile).
- Uhren, Schmuck: Uhren, Schmuck.
- Bücher, Schreibwaren: Schreib-, Papierwaren, Schul-, Büroartikel, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Kalender.
- Hausrat, Glas, Porzellan: Hausrat, Schneidwaren, Bestecke, Feinkeramik, Glaswaren, Geschenkartikel, Näh- und Strickmaschinen.
- Unterhaltungselektronik: Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Videokameras, Camcorder, Videorecorder, unbespielte Tonträger, Audio-CD, Videospiele.
- Spielwaren, Hobbys: Musikinstrumente, Waffen, Sammlerbriefmarken, Spielwaren, Spiele, Spielzeug.
- Sport, -bekleidung, -schuhe, Camping: Sportgeräte und -artikel, Sportbekleidung und -schuhe, Campingartikel.
- Informationstechnik: Personal Computer, Peripheriegeräte etc., Software.
- Telekommunikation: Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte etc.
- Foto, Optik: Fotokameras, Fotofilme, Projektoren, Objektive etc., Brillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mikroskope etc.).

1.3.4 SORTIMENTSGRUPPEN

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

- Güter des periodischen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel; Gesundheits- und Körperpflege).
- Güter des aperiodischen Bedarfs unterschieden nach:
  - Bekleidung / Textilien (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren)
  - Technik (Elektrogeräte und Leuchten, Unterhaltungselektronik, Foto und Optik, Telekommunikation, Informationstechnik)
  - Haushalts- und persönlicher Bedarf (Uhren und Schmuck, Bücher und Schreibwaren, Hausrat / Glas / Porzellan, Spielwaren und Hobby, Sport und Camping)
  - Heimwerker- und Gartenbedarf (Baumarktsortimente)
  - Einrichtungsbedarf

1.3.5 DATENQUELLEN

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

- Strukturdaten zu Lauf a.d.Pegnitz und Vergleichskommunen etc. wurden den Veröffentlichungen des Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung (Datenbank Genesis-Online) entnommen.
- Verkaufsflächen wurden von PLANWERK im Winter 2009 / 2010 selbst erhoben.
- Umsatzzahlen wurden aus den Flächen und den bekannten und geschätzten Flächenumsätzen errechnet.
- Kaufkraftzahlen wurden aus den Datenbanken der GfK-Geomarketing käuflich erworben.
- Alle Bewertungen und Einschätzungen von Bewohnern, Passanten, Unternehmern wurden in den von PLANWERK durchgeführten Befragungen erhoben.

2 STRUKTURDATEN STADT LAUF A.D.PEGNITZ

Ein einleitender Blick soll die örtlichen Strukturen der Stadt Lauf a.d.Pegnitz verdeutlichen. Dabei gilt die Aufmerksamkeit der aktuellen Situation und der Entwicklung in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten im Bereich der Wirtschaft und der vergleichenden Betrachtung der Bevölkerungsstruktur.

2.1 EINWOHNER

2.1.1 EINWOHNERENTWICKLUNG

Ausgehend von einer Einwohnerzahl von 17.800 im Jahr 1960 (Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung, Quelle: Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung) hat sich die Bevölkerung der Stadt Lauf a.d.Pegnitz über die vergangenen fast 50 Jahre bis heute um 8.290 erhöht. Zwar war die Einwohnerzahl zwischenzeitlich rückläufig (21.836), erreichte aber nach der Ostöffnung wieder das Niveau der 1970er Jahre und liegt in den vergangenen Jahren relativ stabil bei über 25.000 Einwohnern.

Die Vergleichslinien in Abbildung 1 machen deutlich, dass die Stadt Lauf a.d.Pegnitz damit über den Werten für Bayern insgesamt (+32%), für Mittelfranken (+25%) oder den umgebenden Landkreis Nürnberger Land (+41%) rangiert, allerdings unter vergleichbaren Städten wie Herzogenaurach (+75%) oder Altdorf b.Nürnberg (+86%).

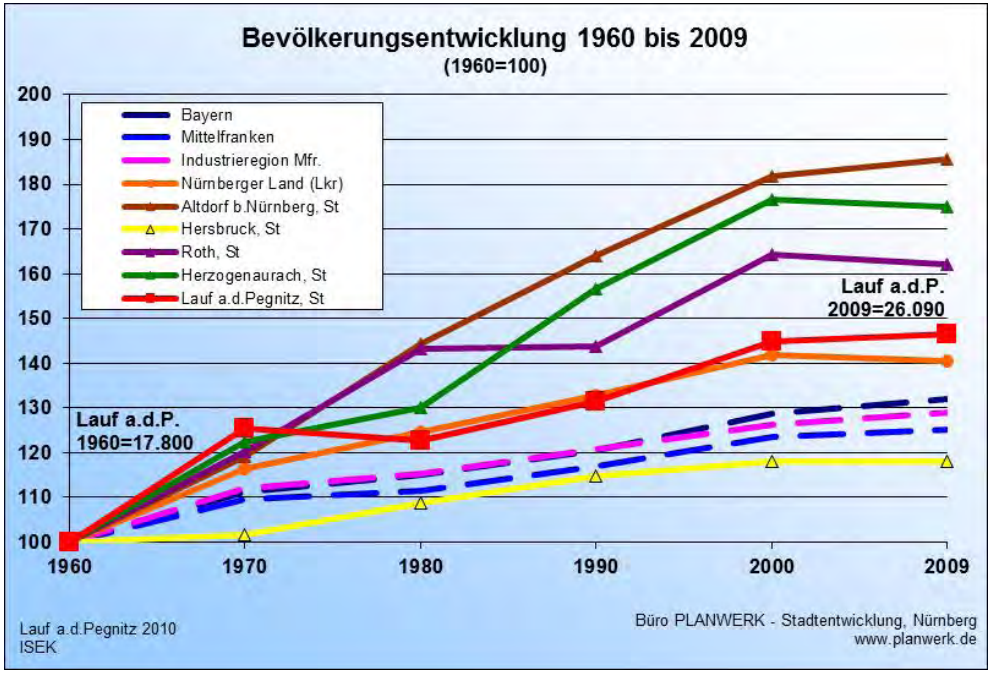


Abbildung 1 **(Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Genesis-Online-Datenbank)**

2.1.2 BEVÖLKERUNGSSTRUKTUR

Von grundlegendem Interesse für die Stadtentwicklung, aber auch als Grundlage für zukünftiges Verhalten hinsichtlich der Versorgung der Bevölkerung sind die Strukturen der Bewohnerschaft bezüglich der Verteilung der Altersklassen und hierbei vor allem der Anteile von junger und alter Bevölkerung.

Die vergleichende Abbildung der Altersstruktur (Abb. 2) zeigt für die Stadt Lauf a.d.Pegnitz sowohl einen minimal überdurchschnittlichen Anteil junger Menschen (18% unter 18 Jahre) als auch einen eher überdurchschnittlichen Anteil älterer Bewohner (21% im Alter von 65 Jahren und darüber). Eine Struktur, die etwa vergleichbar ist mit Städten wie Altdorf b.Nürnberg oder Hersbruck. Dabei wird die Tendenz hin zur Überalterung sichtbar, die bundesweit erkennbar ist und vor allem in den städtischen Zentren stärker ausgeprägt ist.

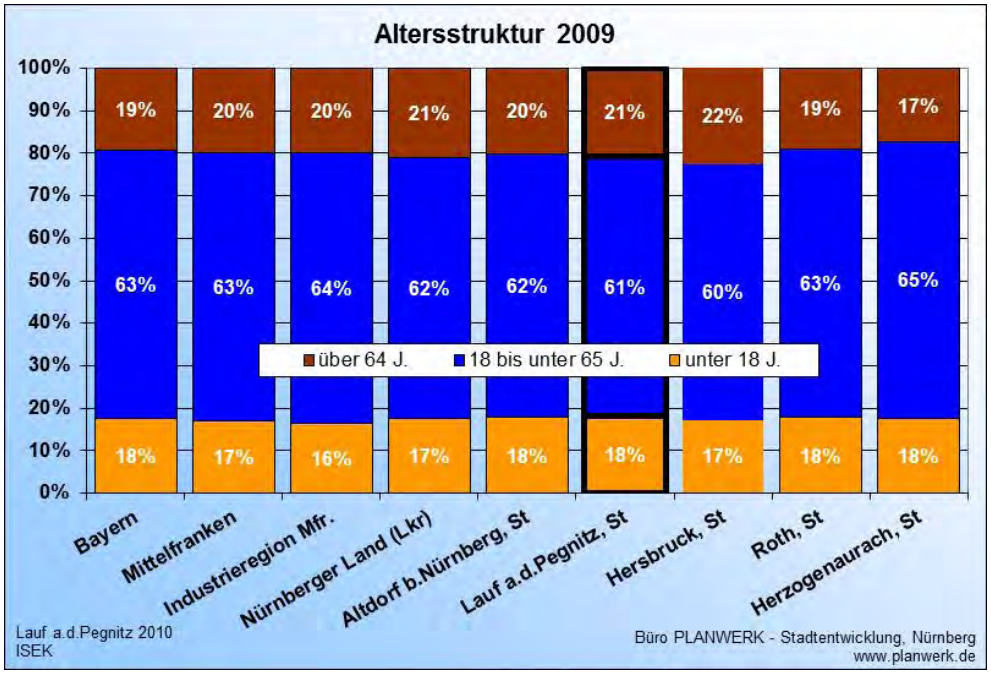


Abbildung 2 **(Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Genesis-Online-Datenbank)**

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

2.2 WIRTSCHAFT

2.2.1 ENTWICKLUNG DER BESCHÄFTIGUNG

Während die Bevölkerungsentwicklung, wie gezeigt, deutlich über den Durchschnittswerten des Landes und des Bezirkes verlaufen ist, zeigt die Entwicklung der Beschäftigten ein anderes Bild. Bayernweit hat die Zahl der Beschäftigten mit +21% etwas weniger zugenommen als die Bevölkerungszahl. In Mittelfranken werden insgesamt 12% mehr Arbeitsplätze verzeichnet, im Landkreis Nürnberger Land 15%. In Lauf a.d.Pegnitz bewegt sich der Zuwachs der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit 19% seit 1980 in einer ähnlichen Dimension. In Altdorf b.Nürnberg stieg die Zahl jedoch sogar um 33% an.

In absoluten Zahlen bedeutet die aufgezeigte Entwicklung in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz einen Anstieg der Beschäftigtenzahl (sozialversicherungspflichtig) von 8.701 im Jahr 1980 auf 10.369 zur Jahresmitte 2009.

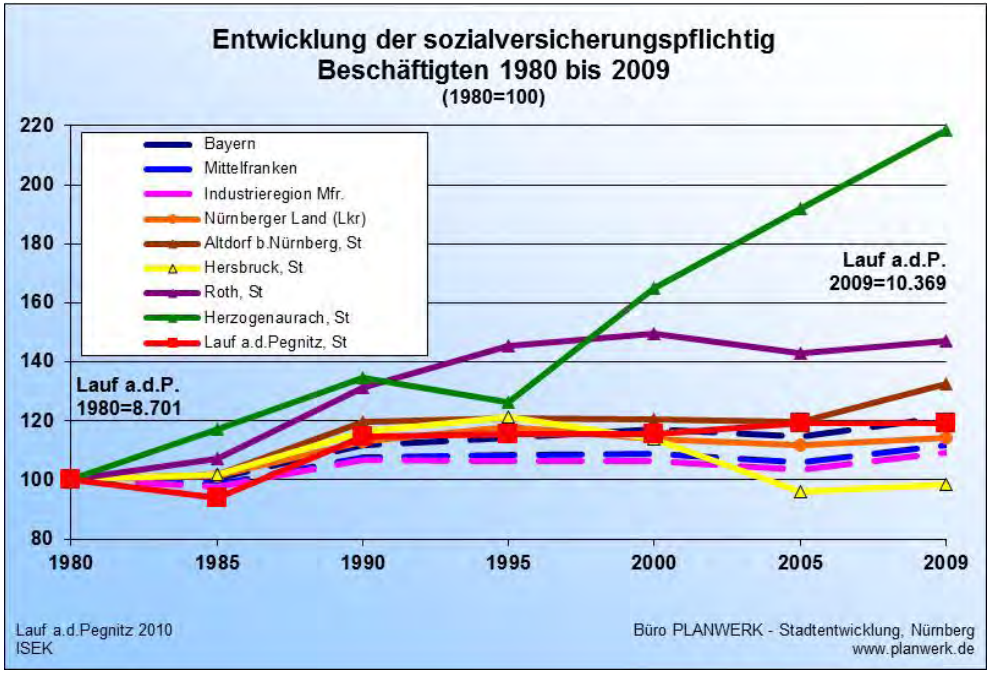


Abbildung 3 **(Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Genesis-Online-Datenbank)**

2.2.2 WIRTSCHAFTSBEREICHE

Wichtig für die zukünftige Situation und Entwicklungspotenziale einer Kommune ist die Struktur der vorhandenen Arbeitsplätze hinsichtlich der Aufteilung nach den Wirtschaftsbereichen. Hierbei zeichnet sich die Stadt Lauf a.d.Pegnitz durch eine Struktur aus, die anzeigt, dass der Strukturwandel in vollem Gange ist. Ein durchschnittlicher Anteil im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr und ein leicht überdurchschnittlicher Anteil im Bereich des produzierenden Gewerbes belegen dies.

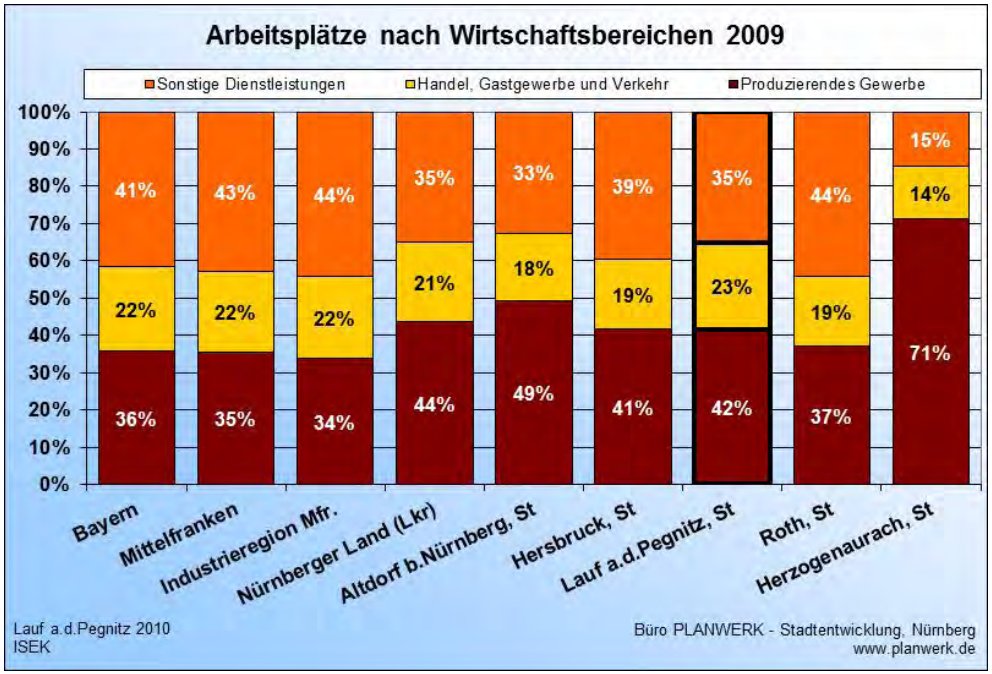


Abbildung 4 **(Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Genesis-Online-Datenbank)**

2.2.3 Produzierendes Gewerbe

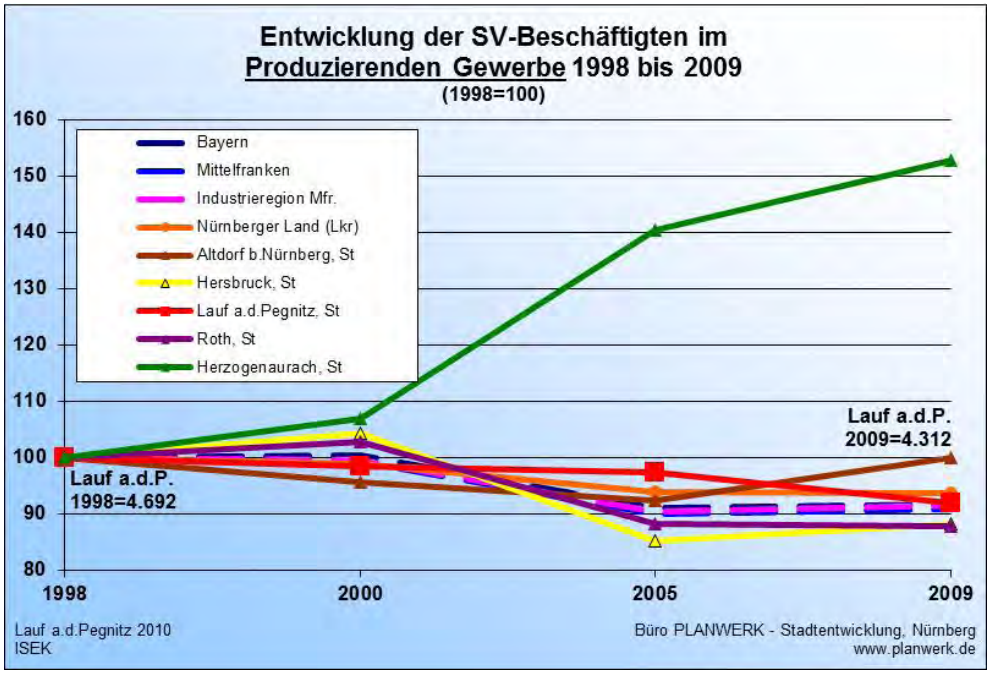


Abbildung 5 (Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Genesis-Online-Datenbank)

Trotz bayernweit insgesamt angestiegener Beschäftigung hat sich nicht nur der Anteil der Beschäftigten im Produzierenden Gewerbe reduziert (2000: 40,3%; 2009: 36,0%), sondern auch die absolute Zahl der Beschäftigten. In den vergangenen Jahren ging die Zahl der Beschäftigten von 1,75 Mio. (2000) auf 1,61 Mio. (2009) zurück. Auch die Stadt Lauf a.d.Pegnitz konnte sich diesem Trend nicht generell entziehen. Waren 1998 noch knapp 4.700 der Beschäftigten in diesem Wirtschaftsbereich, sank deren Zahl bis 2009 auf gut 4.300.

2.2.4 Handel, Gastgewerbe und Verkehr

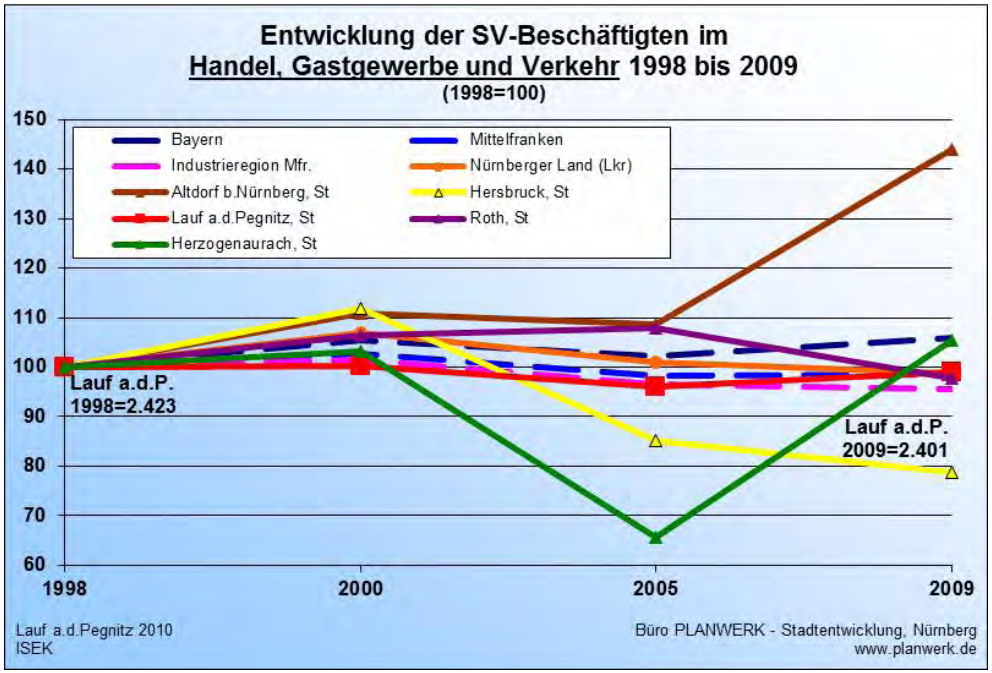


Abbildung 6 (Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Genesis-Online-Datenbank)

Anders die Entwicklung im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr. Bayernweit ist die Beschäftigungsentwicklung leicht positiv (+6%). Regional allerdings lassen sich deutliche Unterschiede erkennen. Die Stadt Lauf a.d.Pegnitz hat, nach anfänglicher Konstanz, insgesamt seit 1998 etwa 1% der Arbeitsplätze in diesem Wirtschaftsbereich verloren, liegt dabei aber im Durchschnitt des Regierungsbezirks Mittelfranken.

2.2.5 SONSTIGE DIENSTLEISTUNGEN

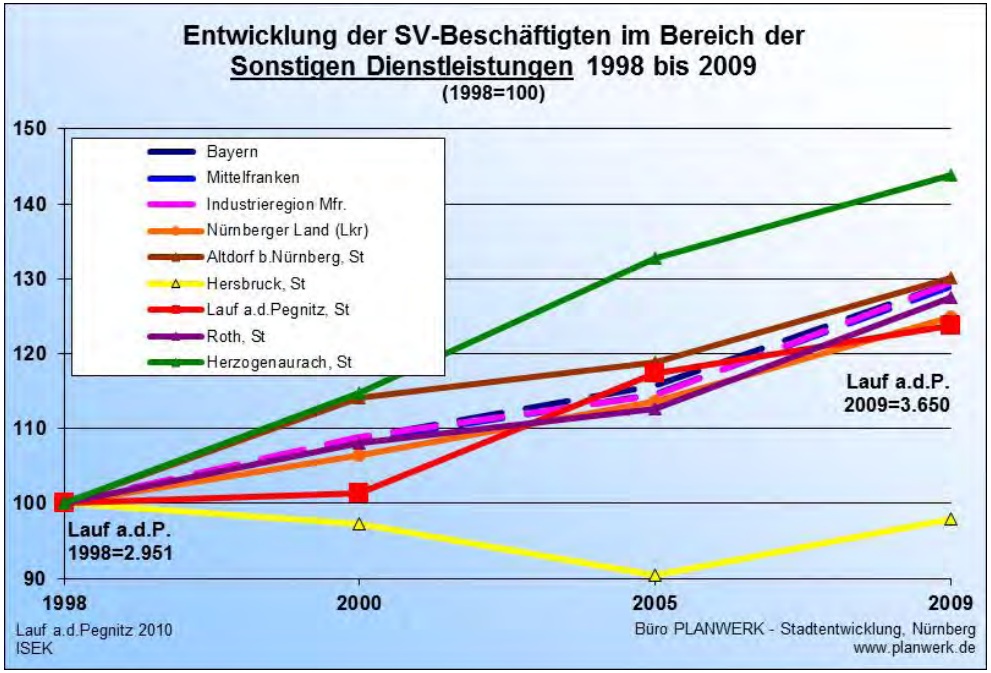


Abbildung 7 (Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Genesis-Online-Datenbank)

Noch anders stellt sich die Entwicklung im Bereich der sonstigen Dienstleistungen dar, der sich mittlerweile zum wichtigsten Wirtschaftsbereich bayernweit entwickelt hat. 1,86 Mio. Beschäftigte machen bayernweit 42% der Beschäftigten aus, das sind 29,5% mehr als 1998, Tendenz weiter steigend. Abbildung 7 zeigt, dass auf fast allen Ebenen ein Anstieg der Beschäftigung in diesem Wirtschaftsbereich zu verzeichnen ist. In der Stadt Lauf a.d.Pegnitz hat die Beschäftigung im Sektor der sonstigen Dienstleistungen seit 1998 um 23,7% zugenommen und mittlerweile 3.650 Beschäftigte erreicht, was ein gutes Drittel aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist. Stichwort dieser gesamten Entwicklung ist der Strukturwandel der Wirtschaft hin zur Dienstleistungsgesellschaft, der in Städten mit Verwaltungsfunktion teilweise schon sehr weit fortgeschritten ist.

3 ERGEBNISSE VON BEFRAGUNGEN

Im Rahmen der Erhebungen und Analysen zum Einzelhandelsentwicklungskonzept wurden verschiedene Befragungen durchgeführt, deren Resultate im Folgenden dargestellt werden. Die Befragungen umfassen eine Passantenbefragung an Laufer Einzelhandelsstandorten, eine Befragung von allen Unternehmern, die Bereitschaft dazu zeigten, sowie eine repräsentative Haushaltsbefragung der Laufer Haushalte.

3.1 HAUSHALTSBEFRAGUNG

Im Rahmen der Haushaltsbefragung konnten insgesamt 329 Laufer Haushalte befragt werden. Bei insgesamt repräsentativ verteilten 1.500 Fragebögen ergibt sich eine durchschnittliche Rücklaufquote von 22%.

Die Haushaltsbefragung verband verschiedene inhaltliche Funktionen hinsichtlich der Informationsbeschaffung der Laufer Bewohnerinnen und Bewohner, u.a.:

- Erfassen des räumlichen Verhaltens bei Nahversorgung und generell Versorgung mit Gütern des Einzelhandels.
- Erfassen der Versorgung im Bereich der Dienstleistungen, Freizeit, Kultur und weiteren Handlungsbereichen.
- Bewertung der Situation der Stadt Lauf a.d.Pegnitz bezüglich Versorgung, Standortqualität und allgemeine Stärken und Schwächen sowie Beurteilung des Standorts nach Begriffsgegensätzen.

3.1.1 STRUKTUR DER BEFRAGTEN

21% der befragten Haushalte sind Einpersonenhaushalte, weitere 47% umfassen zwei Personen. Dies macht zusammen mehr als zwei Drittel der befragten Haushalte aus, eine typisch städtische Struktur. Die weiteren Haushalte sind Mehrpersonenhaushalte: 13% mit 3 Personen, 14% mit 4 Personen und noch 5% mit 5 und mehr Personen (Abb. 8).

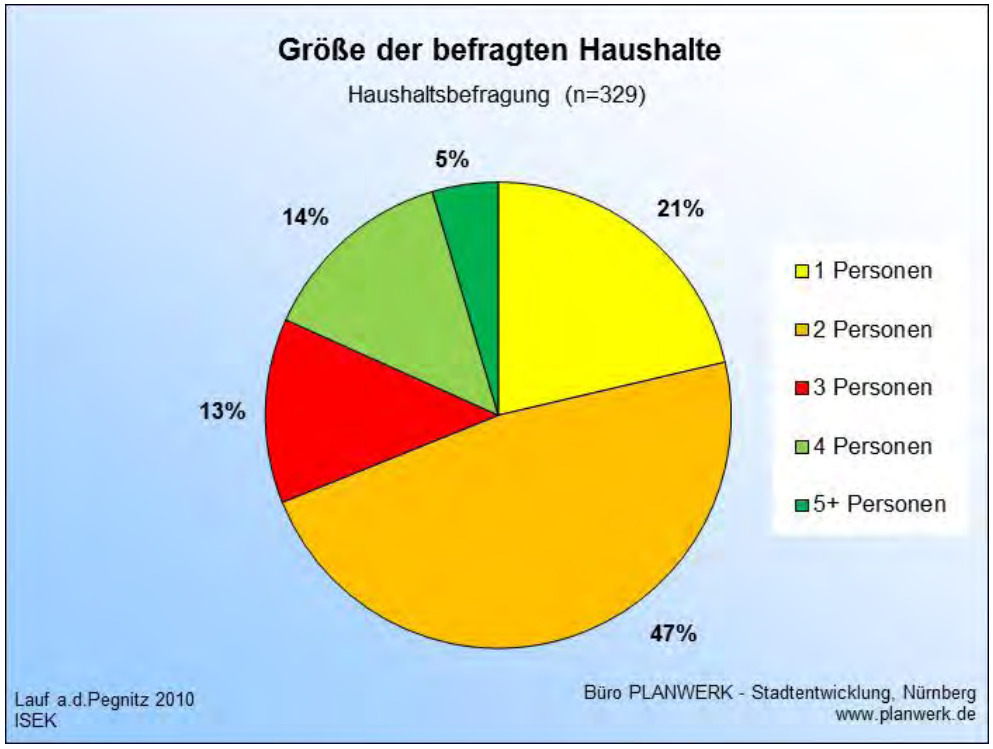


Abbildung 8 **(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Die mit der Haushaltsbefragung erreichten Haushalte zeigten folgende Alterszusammensetzung (Abb. 9), die sehr gut den statistisch ermittelten Daten entspricht. Erreicht wurden 15% unter 18-Jährige (Statistik: 18%), 62% im erwerbsfähigen Alter von 18 bis unter 65 Jahren (Statistik: 61%) und 23% Bürger ab 65 Jahren (Statistik: 21%).

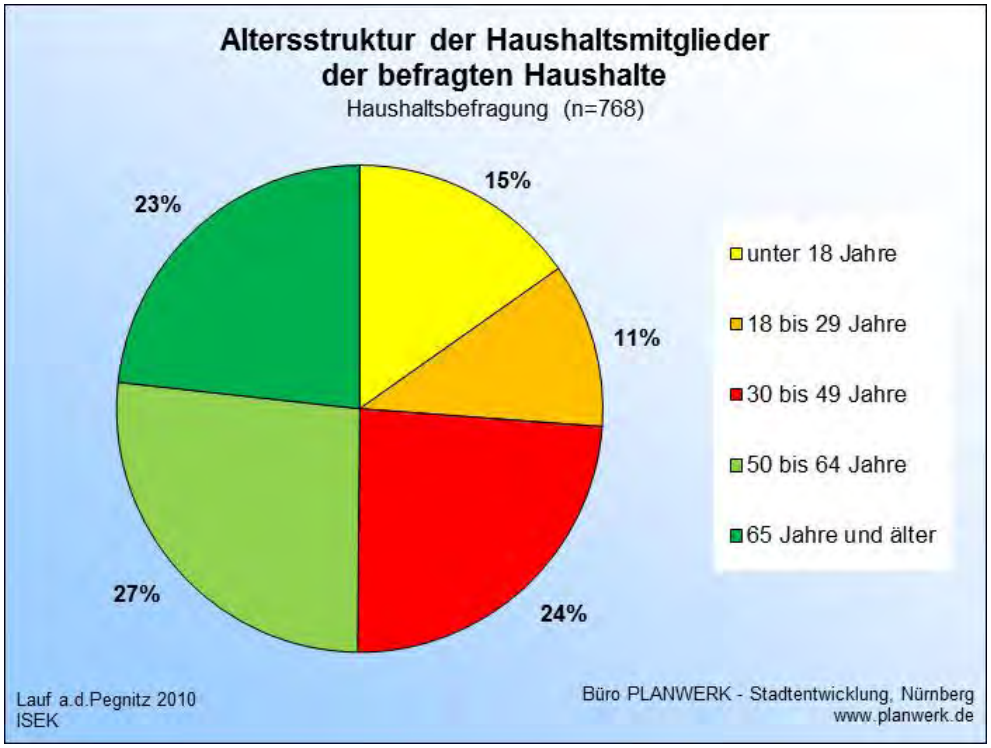


Abbildung 9 **(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Da somit die Laufer Bevölkerung gut abgebildet ist, können auch die erzielten Ergebnisse als repräsentativ eingestuft werden.

3.1.2 Beurteilung des Angebotes

Als Grundlage für spätere Handlungsempfehlungen wurden die Laufer Bürger/-innen im Rahmen der Haushaltsbefragung nach ihrer Einschätzung der Versorgungsqualitäten gefragt.

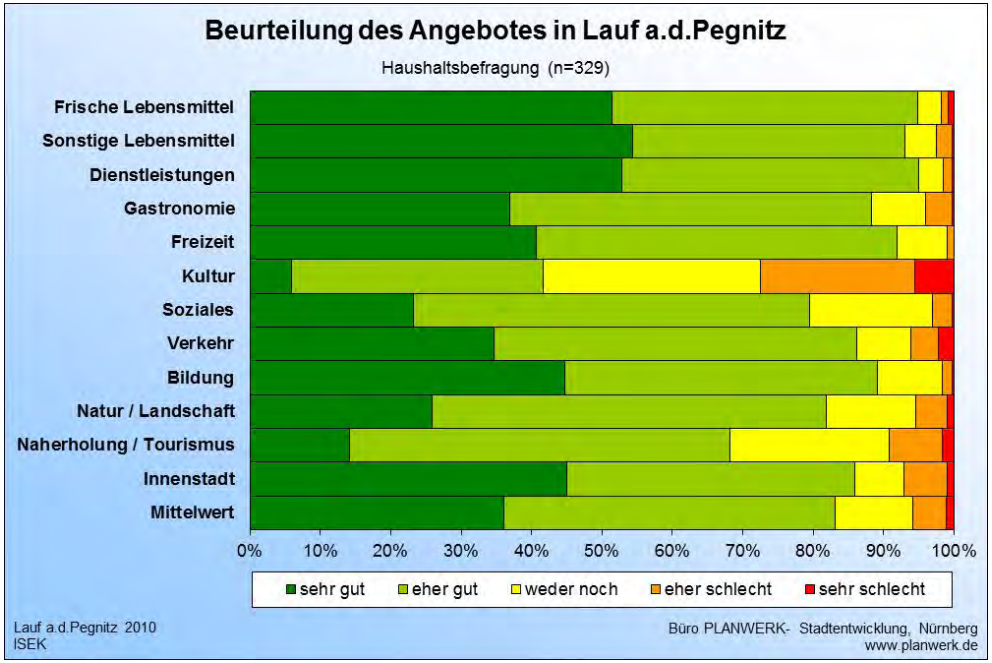


Abbildung 10 **(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Abbildung 10 zeigt die an 12 Themenbereichen durchgeführte Beurteilung auf. Die meisten der bewerteten Bereiche sind bei positiven Beurteilungen zwischen 80 und 90%. Das Angebot an frischen und an sonstigen Lebensmitteln, an Dienstleistungen sowie im Bereich Freizeit wird sogar von über 90% der Befragten als „sehr gut“ bzw. „eher gut“ eingestuft. Die Abweichungen sind jedoch relativ gering. Einzig

das Thema Kultur wird nur von weniger als 50% der Befragten positiv bewertet und das Thema Naherholung / Tourismus von knapp 70%.

Zusätzlich konnten die Befragten angeben, was sie jeweils in den einzelnen abgefragten Bereichen besonders schätzen und was sie stört bzw. was ihnen fehlt, wobei die Befragten davon je nach Themenbereich unterschiedlich Gebrauch machten. Während sich rund 60% mit positiven Nennungen zur Versorgung mit frischen Lebensmitteln äußerten und 55% mit negativen Nennungen zum Thema Kultur, fand sowohl jeder Zweite Gutes als auch jeder Zweite Schlechtes an der Innenstadt, aber nur jeder Fünfte konnte oder wollte sich überhaupt zum Bereich Naherholung / Tourismus äußern.

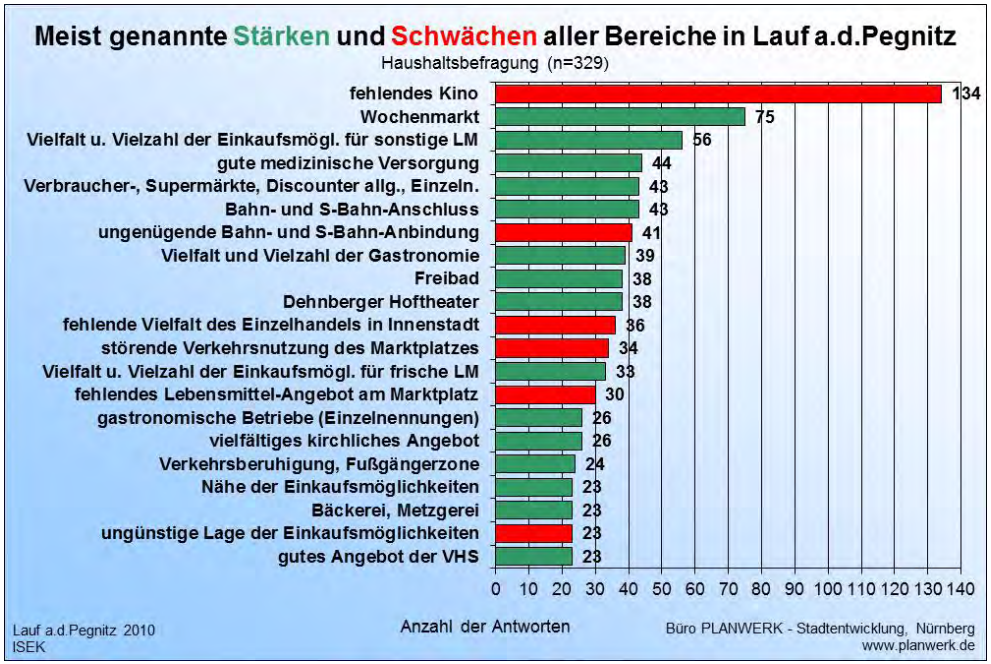


Abbildung 11 **(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Wie Abbildung 11 belegt, gibt es ein alles überragendes Thema, das die Laufer Bewohner/-innen beschäftigt: „Das Fehlen eines Kinos am Standort Lauf a.d.Pegnitz“. Diese Nennung liegt fast doppelt so hoch wie die nächste Nennung, die den Wochenmarkt als positiv einschätzt. Auf den weiteren Plätzen folgen diverse Einschätzungen der Angebotsqualität im Bereich Handel, Dienstleistungen, Freizeit und Kultur.

3.1.3 Einschätzung von Stärken und Schwächen

Im Zusammenhang mit der Beurteilung der Situation der Stadt Lauf a.d.Pegnitz wurden die Haushalte in einer offenen Frage nach ihrer Meinung zu den Schwächen und den Stärken der Stadt Lauf a.d.Pegnitz gefragt, wobei wirklich alle denkbaren Themen hier angesprochen werden konnten.

Bei den kritischen Stimmen, die sich mit den Schwächen der Stadt beschäftigten, stehen die Einkaufsmöglichkeiten (sowohl allgemein als auch am Marktplatz) mit gesamt 62 Nennungen zusammen mit dem ÖPNV-Angebot (50 Nennungen) und der verkehrlichen Situation (43 Nennungen) an der Spitze der Liste, gefolgt von einem unzureichenden Freizeit- und Kulturangebot allgemein (32 Nennungen), dem Fehlen eines Kinos (29 Nennungen) und der Parkplatzsituation (27 Nennungen). Insgesamt wurden 517 Nennungen abgegeben (Abb. 12).

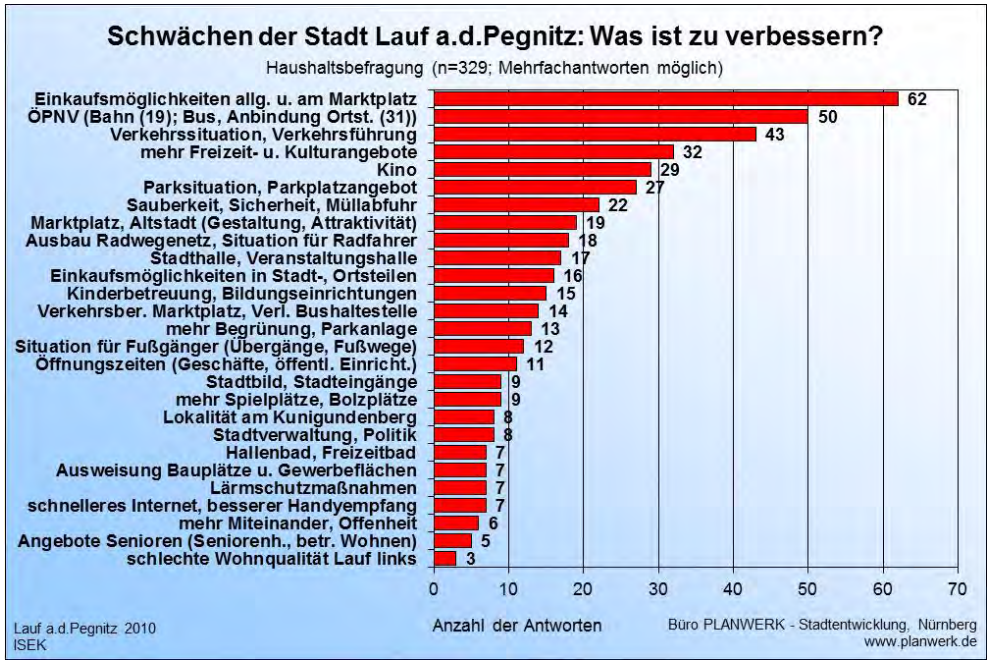


Abbildung 12 **(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Gegenüber den negativen Äußerungen überwogen in der Summe die positiven Äußerungen (gesamt 701 Nennungen). Mit 82 Nennungen lagen der Marktplatz, die Altstadt und die Innenstadt an der Spitze. Die Tatsache, dass das Thema Marktplatz, zumindest ansatzweise, sowohl bei positiven als auch bei negativen Nennungen an der Spitze steht, macht deutlich, welche Bedeutung und welches Konfliktpotenzial dieses Thema beinhaltet.

Auf Platz zwei mit 65 Nennungen folgen die Umgebung der Stadt, Nähe zur Natur und schöne Landschaft. Dahinter kommen die zentrale Lage von Lauf a.d.Pegnitz und damit Nähe zu Nürnberg mit 61 Stimmen und die vorhandene Verkehrsanbindung sowie die Infrastruktur mit jeweils 57 Stimmen. Immer noch 54 Personen schätzen besonders das Freizeit- und Kulturangebot inklusive den Festen in der Stadt, 46 die guten Einkaufsmöglichkeiten (Abb. 13).

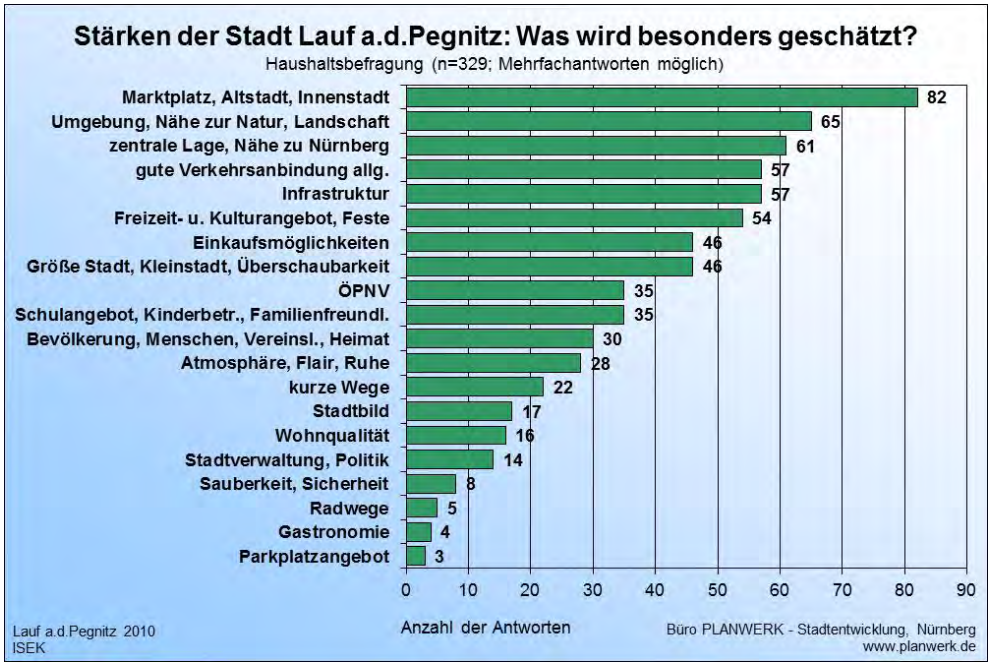


Abbildung 13 **(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Insgesamt zeigt sich somit, dass das Stadtzentrum mit seiner Altstadt und die Lage im Raum uneingeschränkt als herausragende Qualitäten von Lauf a.d.Pegnitz gesehen werden, während das Angebot im Bereich Kultur und Freizeit sowie die Einkaufs- und Versorgungsqualität durchaus ambivalent betrachtet werden.

3.1.4 VERMISSTE EINRICHTUNGEN

Aus den aufgezeigten Stärken und Schwächen lassen sich in der Regel in direkter Linie auch die vermissten und damit zusätzlich gewünschten Einrichtungen und Betriebe ableiten.

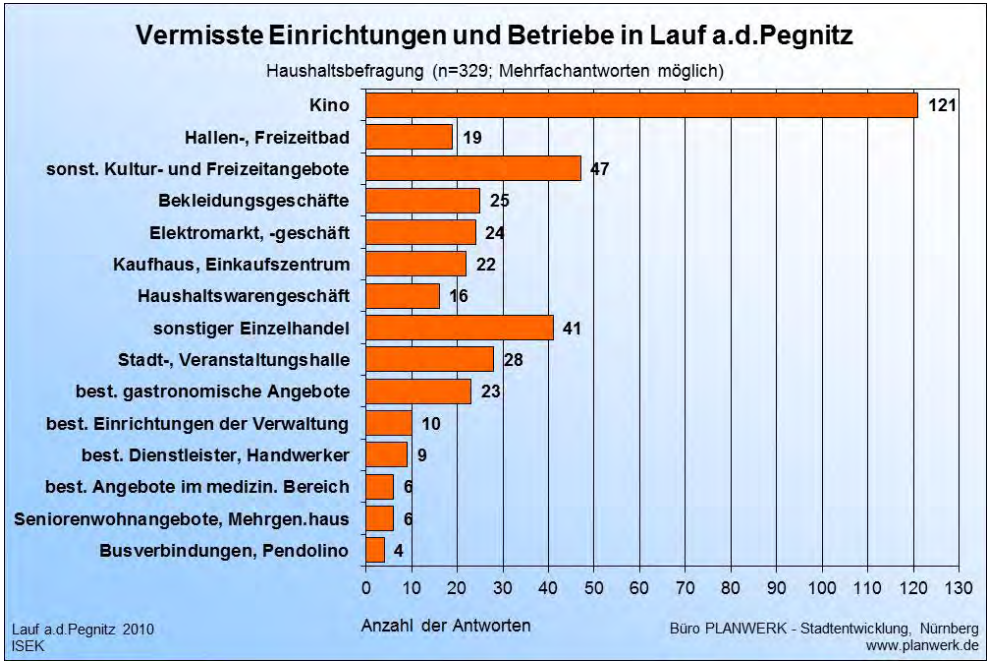


Abbildung 14 **(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Als direkte Konsequenz der oben genannten Stärken und Schwächen ergibt sich, dass von etwa der Hälfte der Befragten ein Kino vermisst wird, aber auch weitere Kultur-und Freizeitangebote werden genannt. Dahinter folgt der bei Stärken und Schwächen uneinheitlich bewertete Bereich Einzelhandel. Häufig werden konkrete Branchen genannt, wie etwa Bekleidungsgeschäfte, ein Elektrogeschäft oder ein Haushaltswarengeschäft, aber auch ein größeres Kaufhaus bzw. ein Einkaufszentrum. 28 Personen nennen eine Stadt- bzw. Veranstaltungshalle auf die offene Frage, welche Einrichtung bzw. welchen Betrieb sie in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz vermissen (Abb. 14).

3.1.5 BEURTEILUNG DER STADT LAUF A.D.PEGNITZ

Um einen Gesamteindruck der Beurteilung der Stadt Lauf a.d.Pegnitz zu gewinnen, wurden neben den Schwächen, Stärken und den vermissten Einrichtungen dreizehn Gegensatzpaare zur Bewertung abgefragt. Aus den Antworten ergibt sich ein Differenzial, mit dessen Hilfe die grundlegenden positiven und negativen Eigenschaften erfasst werden, die die Laufer ihrer Heimatstadt zuschreiben.

Folgendes lässt sich daraus interpretieren:

- Grundsätzlich sind alle Bewertungen im Durchschnittswert unterhalb des Mittelwerts von 3,0, also tendenziell eher positiv.
- Die positiven Extremwerte liegen bei 1,47 für „sympathisch“ und 1,59 für „zentral“.
- Die negativen Extremwerte sind 2,83 für „modern“ und 2,75 für „leise“.
- Zusammenfassend kann man sagen, die Laufer/-innen sehen ihre Stadt als sympathisch, zentral, hübsch, heimelig und gepflegt, finden aber auch, dass sie ansatzweise zu alt, laut und hausbacken tendiert.

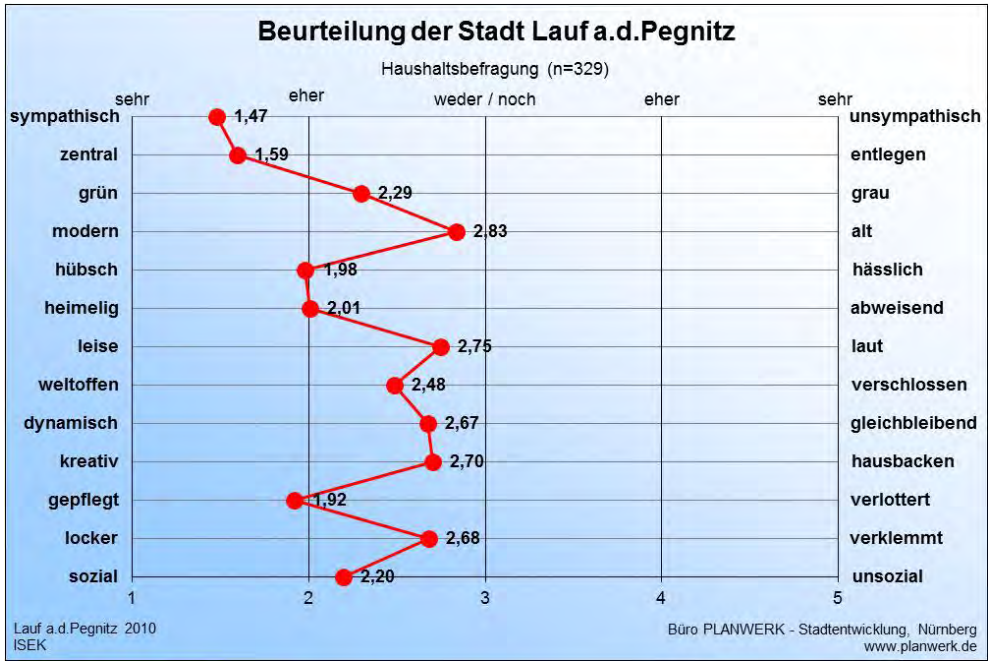


Abbildung 15 **(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

3.1.6 RÄUMLICHES VERHALTEN

Eine der grundlegend bedeutenden Erkenntnisse aus der Haushaltsbefragung bildet die Auswertung des räumlichen Einkaufs- und Versorgungsverhaltens der Laufer Bevölkerung (Abb. 16).

Neben stehende Abbildung zeigt das Einkaufsverhalten der Laufer differenziert nach den 16 Sortimentsbereichen des Einzelhandels plus sonstigen Einzelhandel.

Unterschieden werden neben der Stadt Lauf a.d.Pegnitz bevorzugte Einkaufsstandorte: Nürnberg / Fürth, Röthenbach a.d.Pegnitz / Rückersdorf usw., Schnaittach / Hersbruck usw., der restliche Bereich im Landkreis Nürnberger Land, weiter entfernte Orte sowie Versand und Internet.

Die Erkenntnisse des Einkaufsverhaltens lassen sich wie folgt zusammenfassen:

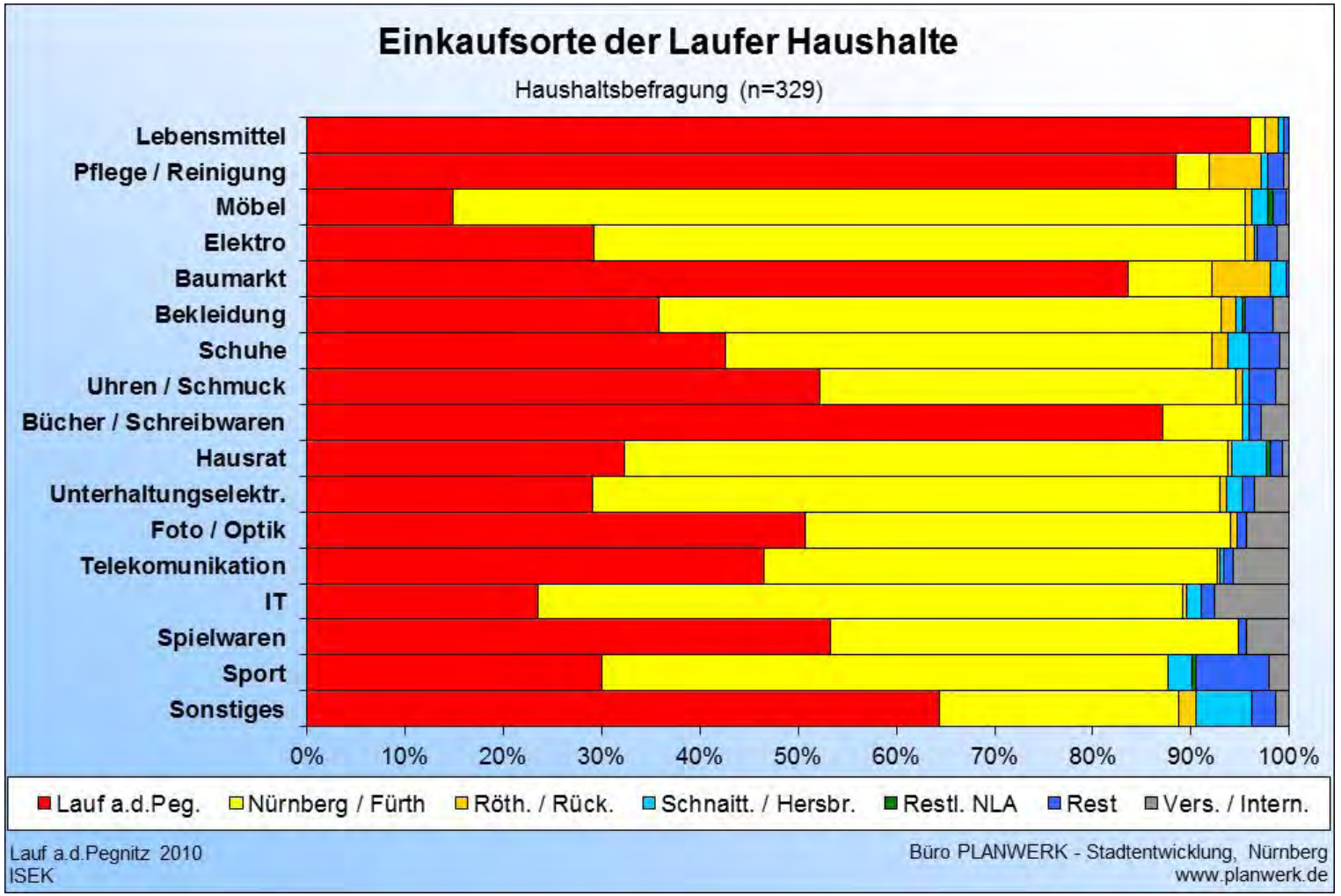


Abbildung 16

(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

- In vier Sortimentsbereichen (Lebensmittel, Pflege / Reinigung, Baumarktspezifisches Sortiment, Bücher / Schreibwaren) liegt die Kaufkraftbindung des Standortes Lauf a.d.Pegnitz bei über 80%.
- Als starke Konkurrenzzentren für alle anderen Sortimentsbereiche Möbel / Einrichtungsbedarf, Elektrogeräte / Leuchten, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Uhren / Schmuck, Hausrat / Glas / Porzellan, Unterhaltungselektronik, Foto / Optik, Telekommunikation, Informationstechnik, Spielwaren / Hobbys sowie Sport / Camping sind die Städte Nürnberg und Fürth zu sehen.
- Mittlere und kleinere Standorte stellen mit ihrem Angebot keine große Konkurrenz zu Lauf a.d.Pegnitz dar.

Die für die einzelnen Sortimentsbereiche gefundenen Werte gehen in die später dargestellte Bindung der Kaufkraft am Standort Lauf a.d.Pegnitz mit ein.

Neben dem räumlichen Verhalten der Laufer Bevölkerung hinsichtlich der Versorgung im Einzelhandel wurde auch das Verhalten bezüglich der Nachfrage in den Bereichen Dienstleistung, Kultur, Freizeit- und Sportaktivitäten abgefragt (Abb. 17).

Für diese Bereiche zeigt sich eine eindeutige Fokussierung der Bewohnerschaft auf die Leistungsangebote der Stadt Lauf a.d.Pegnitz. In allen erfassten Bereichen außer den kulturellen Aktivitäten liegt die Bindung vor Ort bei Werten von 70% und höher. Sogar bei über 90% liegt die Bindung in den Bereichen der Gesundheitsdienstleistungen und der sozialen Aktivitäten. Kulturelle Aktivitäten dagegen werden von der Laufer Bevölkerung zu über 70% in den Städten Nürnberg und Fürth unternommen.

In einzelnen Bereichen können ebenfalls Konkurrenzzentren, wenn auch mit geringerer Bedeutung, ausgemacht werden:

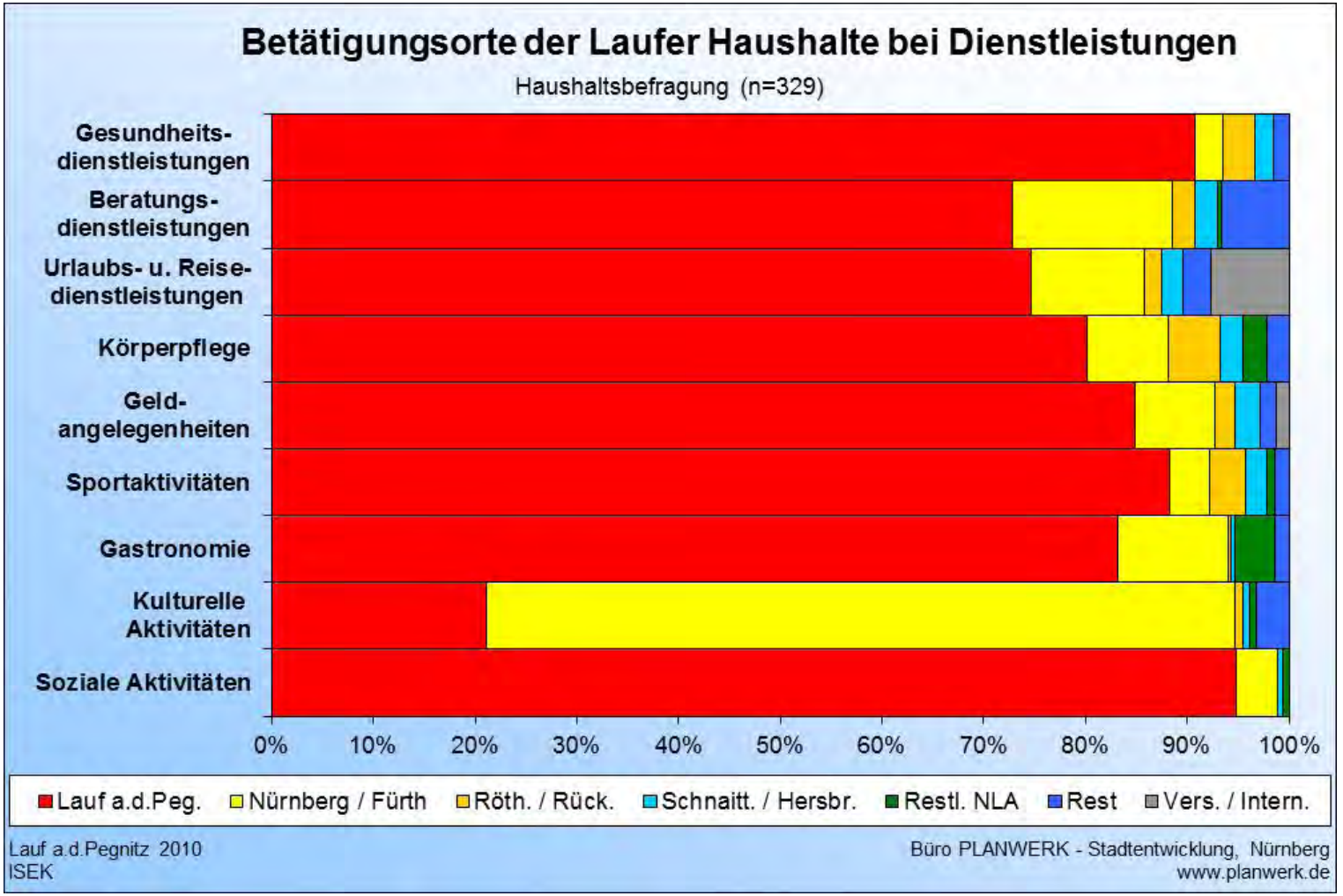


Abbildung 17

(Quelle: Büro PLANWERK – Haushaltsbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

- Die Städte Nürnberg und Fürth neben den erwähnten Kulturangeboten v.a. in den Bereichen der Beratungsdienstleistungen, Urlaubs- und Reisedienstleistungen, Körperpflege, Geldangelegenheiten und Gastronomie.

- Die Orte Röthenbach a.d.Pegnitz / Rückersdorf usw. im Bereich der Körperpflege.
- Orte im eher ländlichen Raum des Landkreises Nürnberger Land im Bereich der Gastronomie.
- Das Internet im Bereich der Urlaubs- und Reisedienstleistungen.

3.2 Befragung der Passanten

Ein weiterer Baustein der Datenerhebung war eine Passantenbefragung, die an verschiedenen Standorten im Stadtgebiet durchgeführt wurde. Insgesamt wurden 525 Interviews durchgeführt, 312 davon mit Passanten bzw. Kunden aus Lauf a.d.Pegnitz und 213 mit Personen von außerhalb. Die Befragung fand auf folgende Standorte verteilt statt:

- Bereich Marktplatz
- EWS Hersbrucker Straße
- Aldi Karl-Büttner-Ring
- Lidl Henry-Dunant-Straße
- Norma Röthenbacher Straße
- REWE Wetzendorfer Straße
- REWE Röthenbacher Straße
- REWE Nürnberger Straße

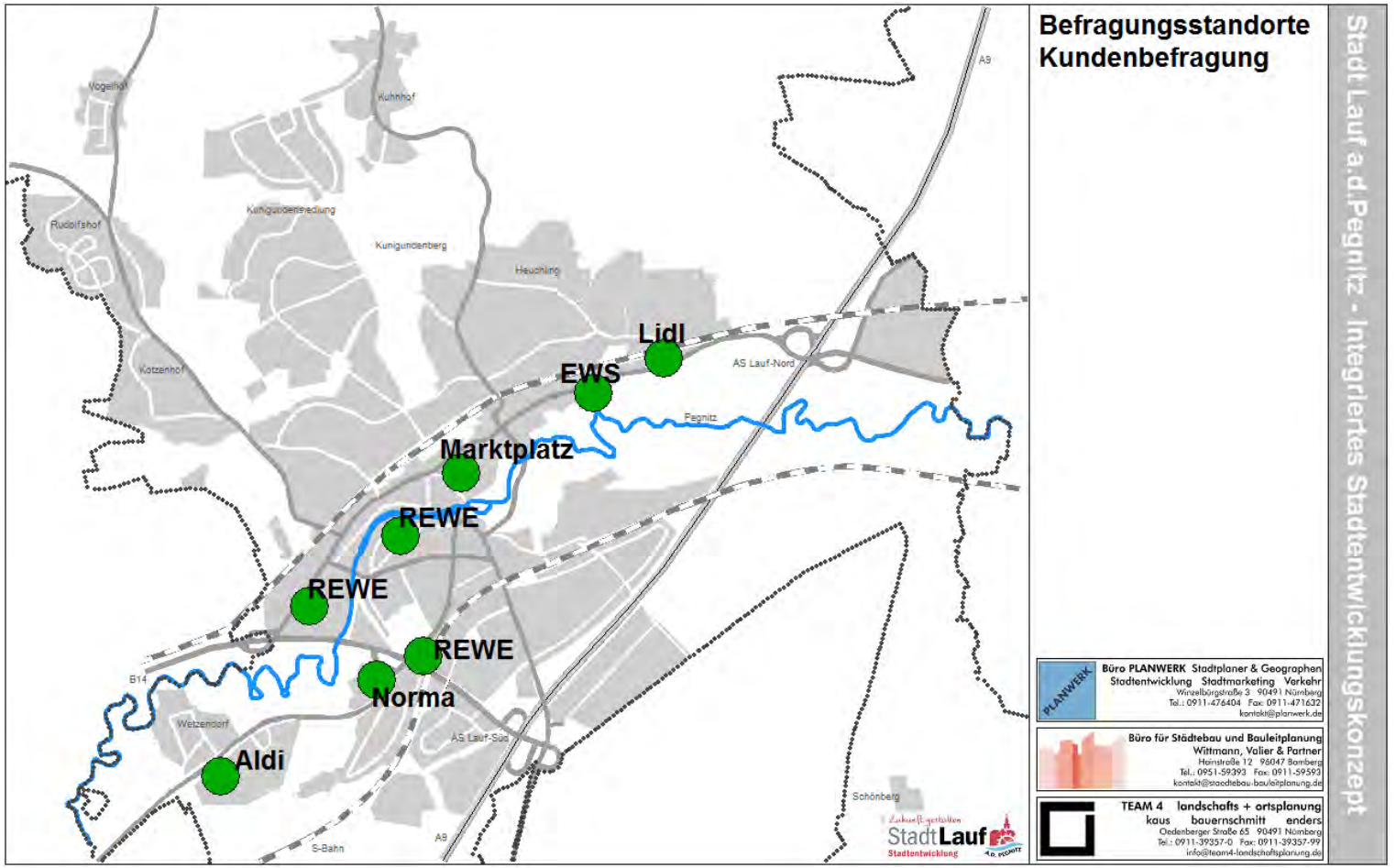


Abbildung 18

(Quelle: Büro PLANWERK – Passantenbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

In diesem Befragungsbaustein wurden zum einen die Einschätzungen der Passanten bzw. Kunden zur Stadt Lauf a.d.Pegnitz abgefragt, zum anderen die Einschätzungen zu den jeweiligen Standorten.

3.2.1 Herkunft der Passanten / Kunden und genutztes Verkehrsmittel

Von den befragten Kunden wohnen insgesamt 42% im Kernstadtbereich von Lauf a.d.Pegnitz, 12% in zentrumsnahen Ortsteilen sowie weitere 7% in zentrumsferneren Ortsteilen. Die befragte Kundschaft kam also insgesamt zu über der Hälfte aus dem Stadtgebiet der Stadt Lauf a.d.Pegnitz (61%).

Weitere 30% haben ihren Wohnort im übrigen Landkreis Nürnberger Land, was unterschieden werden kann in Gemeinden in Nürnberger Richtung (17%) sowie sonstiger Landkreis (13%). Sonstige Orte der Metropolregion Nürnberg machen 6% der Befragten aus, der verbleibende Rest von 3% kommt aus weiter entfernten Orten. Abbildung 19 stellt den Wohnort der Befragten je nach Befragungsstandort dar.

Diese Verteilung findet vor allem bei der Bewertung und Analyse der Kaufkraftbindung und der Kaufkraftpotenziale Eingang.

Entsprechend seiner zentralen Lage erreicht der Standort Marktplatz von allen Standorten die höchsten Anteile der zu Fuß und mit öffentlichen Verkehrsmitteln gekommenen Passanten. Auffällig ist am Standort Lidl in der Henry-Dunant-Straße der relativ hohe Anteil an Kunden, die mit dem Fahrrad kommen, und am Standort REWE in der Wetzendorfer Straße der hohe Anteil zu Fuß Kommender. Dies und der hohe Anteil der Kunden aus Lauf a.d.Pegnitz sprechen für die große Bedeutung der beiden Standorte als Nahversorger für die angrenzenden Wohngebiete (Abb. 20).

Ganz anders stellt sich die Situation an den Standorten Aldi am Karl-Büttner-Ring und REWE in der Nürnberger Straße dar: dort nutzen jeweils über 90% der Kunden den Pkw zur Anfahrt. Entsprechend werden an diesen beiden Standorten die höchsten Anteile der Kunden von außerhalb erzielt.

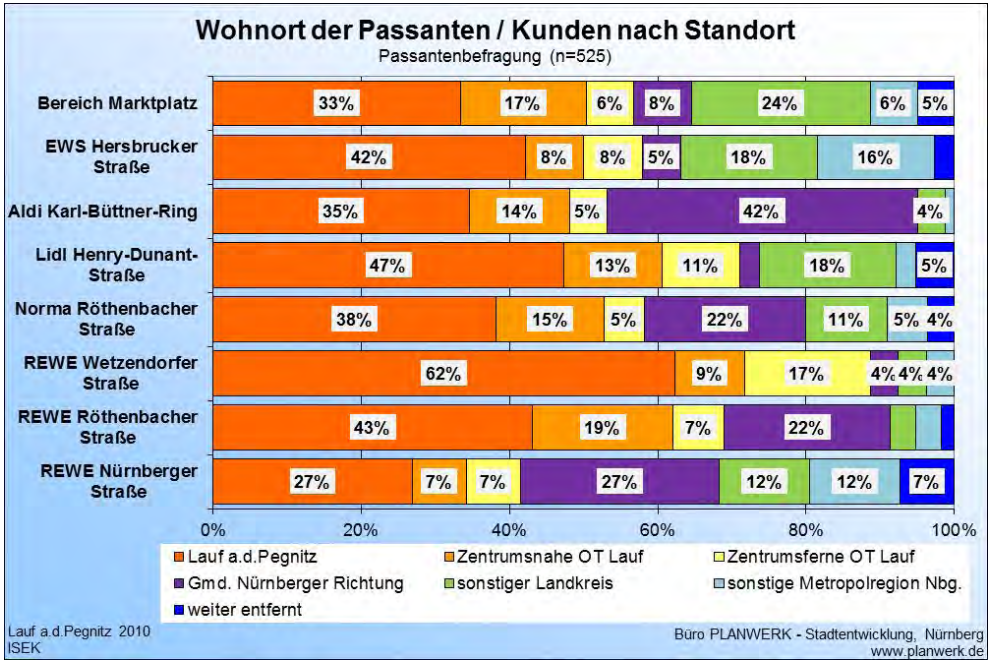


Abbildung 19 **(Quelle: Büro Planwerk – Passantenbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

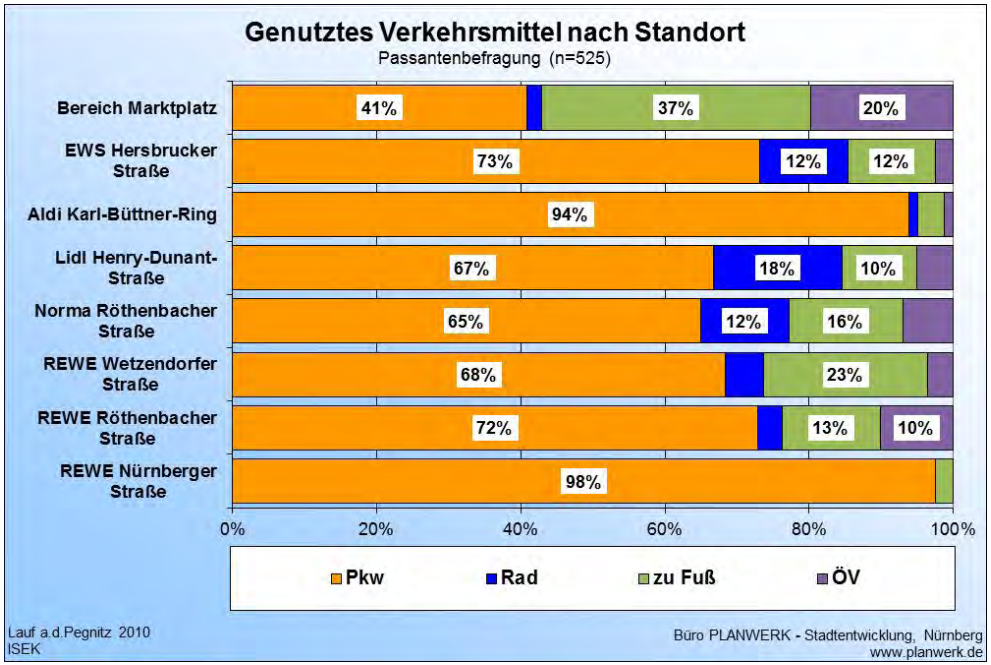


Abbildung 20 **(Quelle: Büro Planwerk – Passantenbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

3.2.2 Bewertung des Standortes Lauf a.d.Pegnitz

Einen zentralen Bestandteil der Passantenbefragung bildete die Bewertung des Standortes Lauf a.d.Pegnitz. Dabei galt es, negative und positive Eigenschaften der Stadt sowie fehlende Einrichtungen und Betriebe zu nennen. Die Nennungen der Kunden mit Wohnort in Lauf a.d.Pegnitz decken sich weitgehend mit den bereits beschriebenen aus der Haushaltsbefragung. Auch die Kunden von außerhalb nennen weitgehend die gleichen Bereiche, setzen jedoch z.T. etwas andere Schwerpunkte, daher im Folgenden deren Aussagen.

Abbildung 21 macht deutlich, dass drei Kritikbereiche die meisten Nennungen von den Kunden von außerhalb erfuhren. Von insgesamt 112 Nennungen an Schwächen der Stadt entfallen 28 auf die Parksituation und 22 auf die weitere Situation des Verkehrs. Mit 21 Nennungen rangieren die Einkaufsmöglichkeiten an dritter Stelle. Gerade die Parksituation wurde zwar auch von den Laufern sowohl in der Haushaltsbefragung als auch in der Passantenbefragung als Schwäche genannt, erreichte bei diesen jedoch nicht den gleichen Stellenwert.

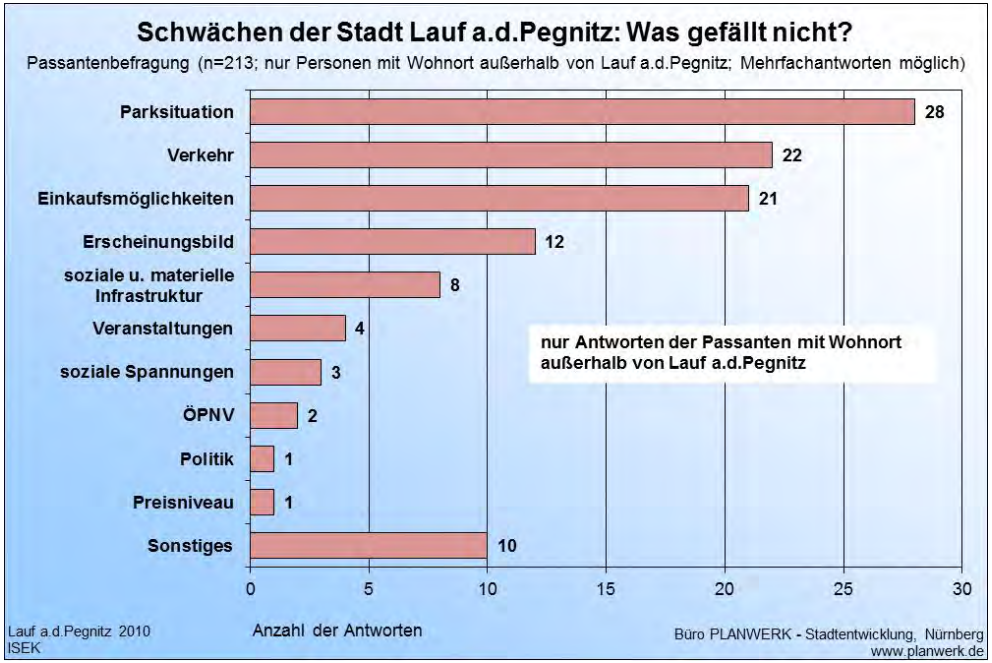


Abbildung 21 **(Quelle: Büro Planwerk – Passantenbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Mit 275 Nennungen fielen den Kunden von außerhalb deutlich mehr Stärken als Schwächen der Stadt Lauf a.d.Pegnitz ein. Besonders häufig wurde die Altstadt bzw. das Stadtbild als Stärke hervorgehoben (100 Nennungen). 47 Nennungen entfielen auf das Flair bzw. die Atmosphäre sowie 44 darauf, dass Lauf a.d.Pegnitz eine Kleinstadt ist (Abb. 22). Im Gegensatz zur Laufer Bevölkerung – sowohl in der Haushalts- als auch in der Passantenbefragung - nannten sie deutlich seltener die Lage zwischen Großstädten und erwartungsgemäß die Stadt als Heimat, aber auch die Verkehrsanbindung, dagegen deutlich häufiger das Flair bzw. die Atmosphäre.

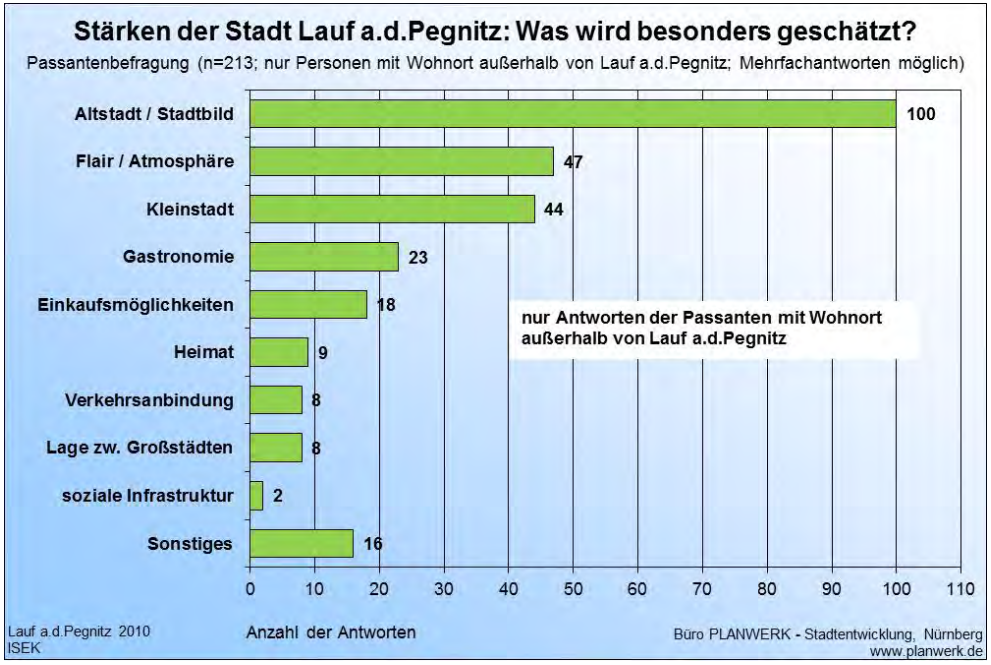


Abbildung 22 (Quelle: Büro Planwerk – Passantenbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

Wie die Laufer Haushalte wurden auch die Passanten bzw. Kunden danach gefragt, welche Geschäfte, Dienstleistungen und sonstigen Einrichtungen ihnen in Lauf a.d.Pegnitz fehlen. In Abbildung 23 wird deutlich, dass die Kunden von außerhalb häufig bestimmte Einzelhandelsgeschäfte als fehlend bezeichneten, sogar noch öfter als sie die Einkaufsmöglichkeiten als Schwäche nannten. Im Bereich Einzelhandel fehlen v.a. Bekleidungsgeschäfte (31 Nennungen), ein Haushaltswarengeschäft (17 Nennungen), ein Elektrogeschäft (11 Nennungen), ein Einkaufszentrum (9 Nennungen) sowie Feinkost am Markt (6 Nennungen).

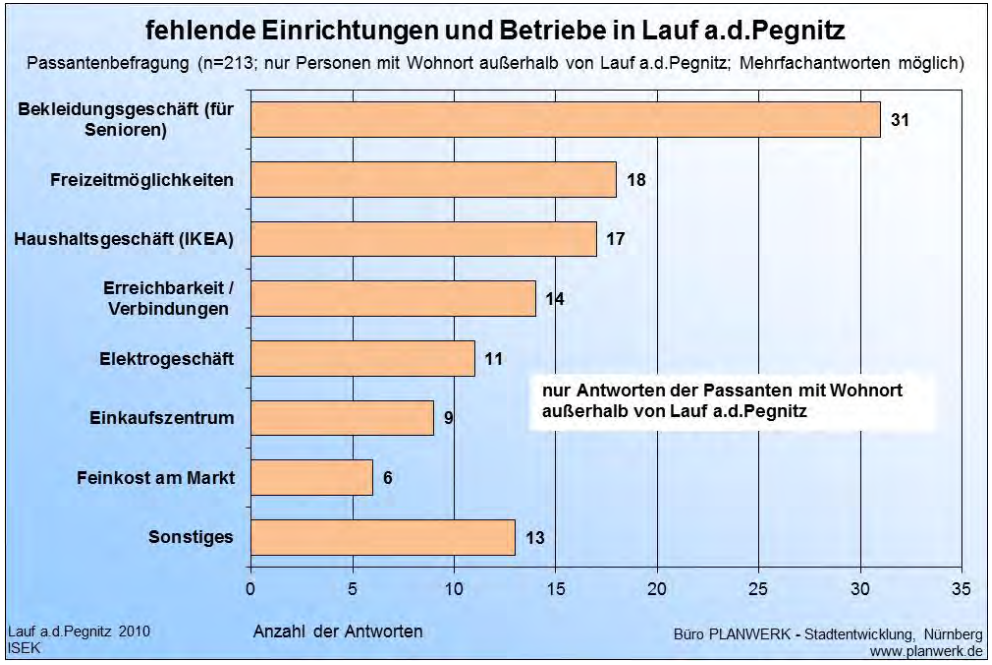


Abbildung 23 (Quelle: Büro Planwerk – Passantenbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

Der zweite Themenbereich sind Freizeitmöglichkeiten, jedoch nur noch mit 18 von insgesamt 119 Nennungen an fehlenden Einrichtungen und Betrieben. 14 Nennungen entfielen auf die Erreichbarkeit bzw. Verbindungen. Damit bestehen hier im Wesentlichen keine großen Unterschiede zur Laufer Bevölkerung, außer dass diese im Verhältnis etwas häufiger Freizeitmöglichkeiten als fehlend nannten.

3.2.3 Bewertung einzelner Laufer Standorte

Speziell wurden die Passanten bzw. Kunden gefragt, was sie jeweils an dem Standort, an dem sie angetroffen wurden, besonders schätzen.

Aus den Antworten wird deutlich, dass am Standort Marktplatz in erster Linie das Ambiente und Flair besonders gut gefällt; 46% der Befragten am Marktplatz nennen dies als positiven Aspekt des Standortes. Dazu kommen die Altstadt und der Marktplatz an sich (Abb. 24).

Der EWS-Markt in der Hersbrucker Straße wird v.a. wegen seines umfangreichen Sortiments und Angebots sowie seiner großen Vielfalt aufgesucht (Abb. 25).

An den Standorten der Discounter Aldi, Lidl und Norma wird auf Grund ihrer Lage besonders die Erreichbarkeit geschätzt, dazu kommen bei Aldi und Norma entsprechend auch die zahlreichen Parkmöglichkeiten. Diese scheinen bei Lidl eine geringere Rolle zu spielen, während an diesem Standort an zweiter Stelle das Sortiment bzw. Angebot und die Vielfalt sowie an dritter Stelle das Preis-, Leistungsverhältnis genannt wurden. Letzteres erhielt im Übrigen an allen anderen Standorten weniger Nennungen als hier (Abb. 26-28).

Auch an den Standorten der drei REWE-Märkte wird besonders die Erreichbarkeit hervorgehoben. An zweiter Position steht v.a. bei den REWE-Märkten in der Röthenbacher sowie in der Nürnberger Straße ihr gutes Sortiment bzw. Angebot und ihre Vielfalt (Abb. 29-31).

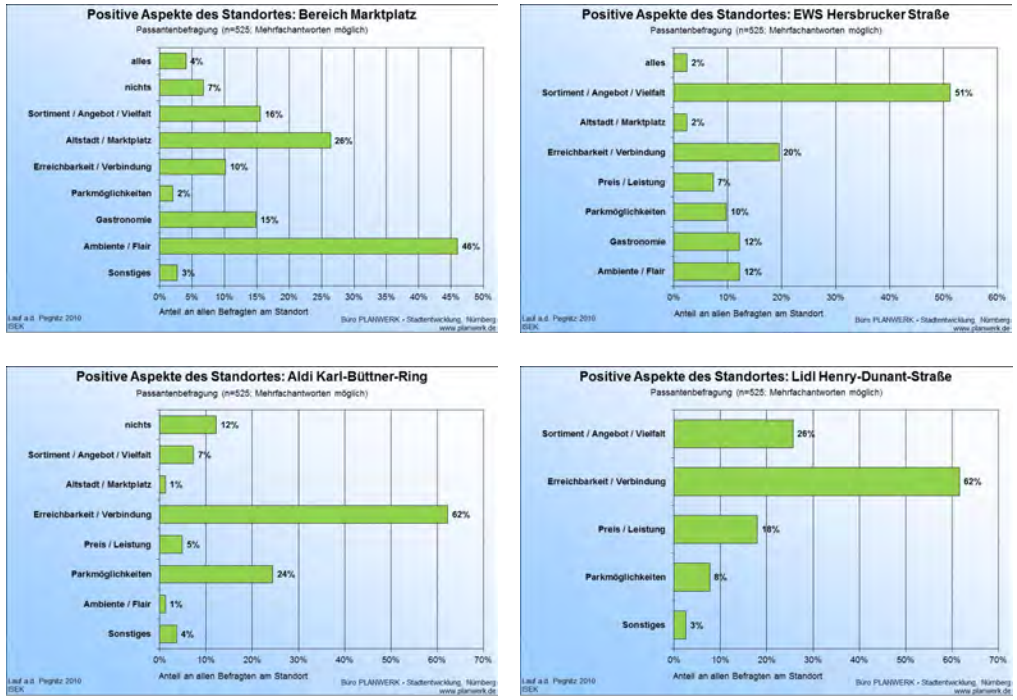


Abbildung 24-27 (Quelle: Büro Planwerk – Passantenbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

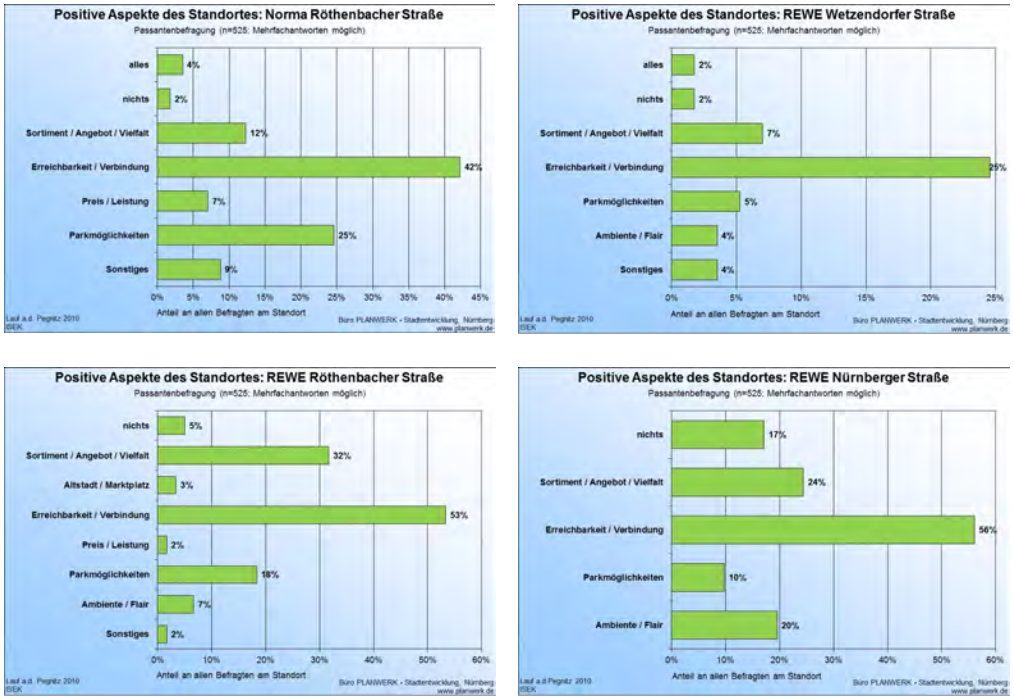


Abbildung 28 - 31 **(Quelle: Büro Planwerk – Passantenbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Zwischen den Antworten der Befragten mit Wohnort in Lauf a.d.Pegnitz und derer von außerhalb bestehen keine wesentlichen Unterschiede. Es fällt jedoch auf, dass die Laufer am Standort REWE in der Nürnberger Straße offensichtlich mehr als die Befragten von außerhalb dessen Sortiment bzw. Angebot und die Vielfalt schätzen, während die Erreichbarkeit für sie eine geringere Rolle spielt.

Auch am Standort Aldi am Karl-Büttner-Ring - außerhalb des Kernstadtbereichs kurz vor dem Stadtgebiet von Röthenbach a.d.Pegnitz gelegen - nannten die Laufer die Erreichbarkeit deutlich seltener als positiven Aspekt als die Befragten von außerhalb. Auf Grund seiner Lage erreicht dieser Standort nach dem REWE in der Nürnberger Straße somit auch den zweithöchsten Anteil an Kunden von außerhalb und mit Abstand den höchsten Anteil an Kunden aus Gemeinden in Richtung Nürnberg, die v.a. die gute Erreichbarkeit verbunden mit den Parkmöglichkeiten am Aldi-Standort schätzen. Folglich gaben, wie erwähnt, am Standort des Aldi am Karl-Büttner-Ring, aber auch am Standort des REWE in der Nürnberger Straße deutlich über 90% der befragten Kunden - und damit deutlich mehr als an den anderen Standorten - an, mit dem Pkw gefahren zu sein.

3.3 Befragung der Unternehmer

3.3.1 Erfasste Betriebe

Die Unternehmenserhebung und -befragung versuchte, alle erkennbaren und relevanten Betriebe in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz zu erfassen. Dabei wurde so vorgegangen, dass alle Unternehmensstandorte, die erkennbar waren, auch als Betrieb erfasst wurden und, soweit jemand am Standort erreichbar und gesprächsbereit war, auch entsprechend eine Kurzbefragung durchgeführt wurde – vorzugsweise mit dem Eigentümer des Betriebs.

Die Verteilung der Unternehmen am Standort Lauf a.d.Pegnitz zeigt erst einmal eine erwartete Konzentration auf den Bereich der Kernstadt. 11% der Betriebe liegen in den Ortsteilen außerhalb der Kernstadt. Innerhalb der Kernstadt ist eine Konzentration auf den Bereich Altstadt / Innenstadt erkennbar. Fast 50% aller Laufer Betriebe liegen in diesem Bereich.

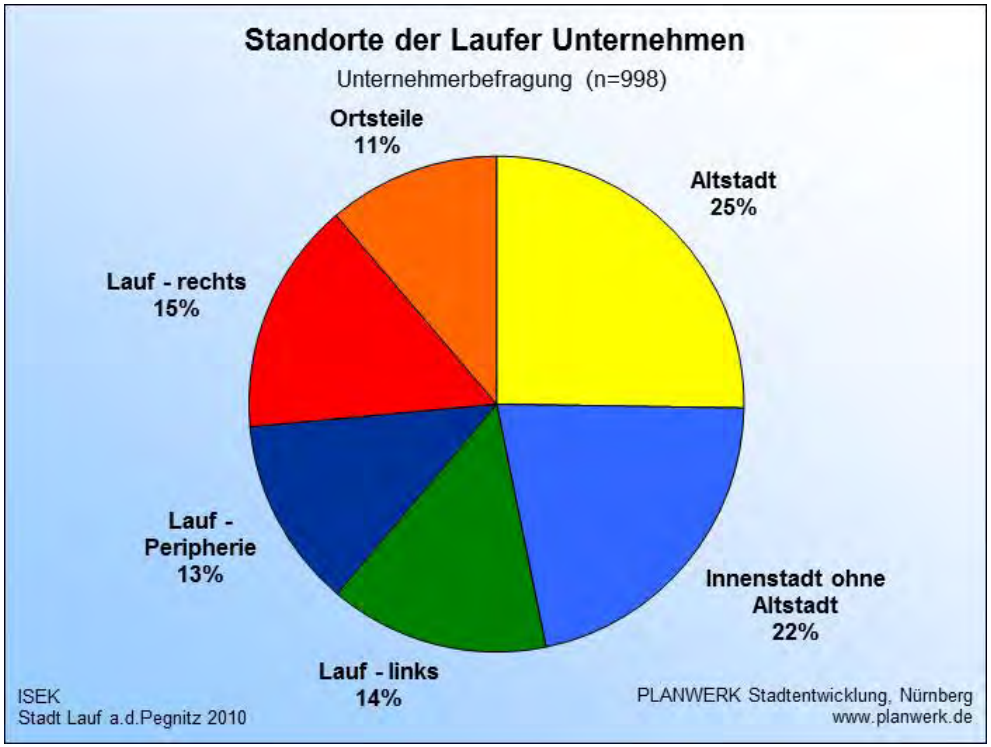


Abbildung 32 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Betrachtet man die angegebene Geschäftsfläche der Laufer Betriebe in ihrer Verteilung auf die Teilräume wird deutlich, dass in der Altstadt und der weiteren Innenstadt ebenso wie in Lauf - rechts und in den Ortsteilen kleine Geschäftsstandorte dominieren, während in Lauf - links und den Bereichen der Peripherie (hier v.a. in den Gewerbegebieten) vor allem die großen Betriebe angesiedelt sind.

Insgesamt wurde eine Geschäftsfläche in Lauf a.d.Pegnitz von rund 520.000 m² erfasst, wobei jedoch nicht die Geschäftsfläche von allen Betrieben erfasst werden konnte. Abbildung 33 zeigt die Verteilung der erfassten Geschäftsfläche auf die einzelnen Laufer Teilbereiche.

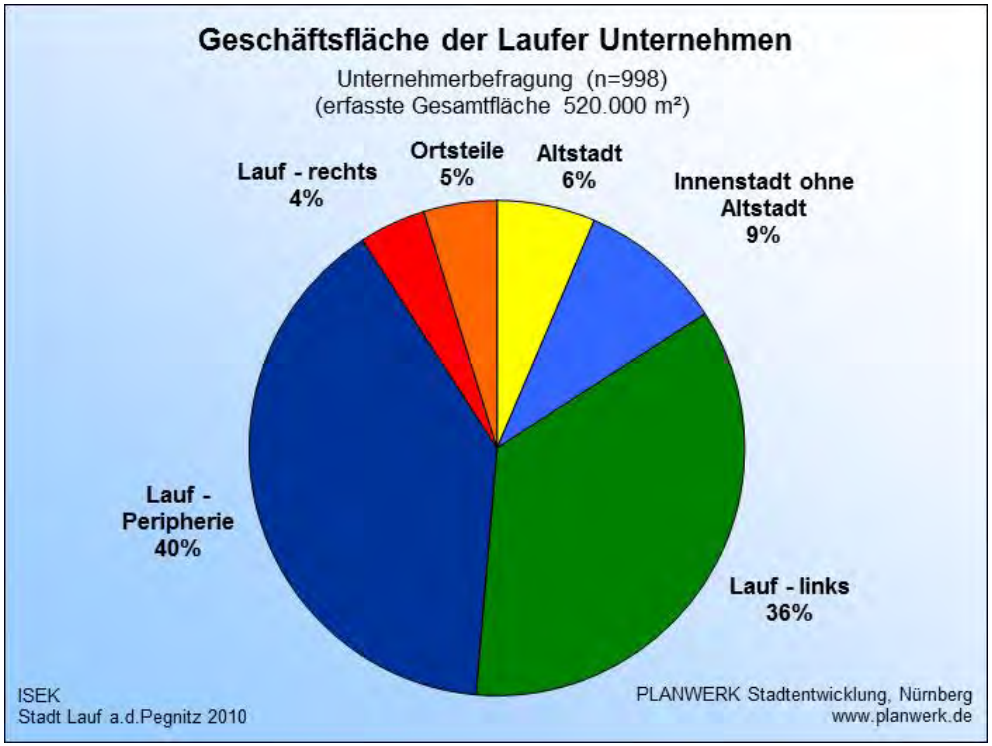


Abbildung 33 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Die Verteilung der vollen Arbeitsplätze zeigt auf, dass deren Anzahl tendenziell mit der Betriebsgröße einhergeht. Die vollen Arbeitsplätze wurden errechnet aus den Angaben der Betriebe über ihre Vollzeit-Arbeitsplätze, Teilzeit-Arbeitsplätze, 400 €- bzw. kurzfristige Arbeitskräfte sowie die Auszubildenden. Aus Abbildung 34 im Vergleich mit Abbildung 32 (Standorte der Laufer Unternehmen) wird deutlich, dass sich auch nach der Anzahl ihrer Arbeitsplätze in der Altstadt und der weiteren Innenstadt sowie in Lauf – rechts und in den Ortsteilen eher kleinere Betriebe befinden. In Lauf – links und v.a. in den peripheren Bereichen dagegen sind die Betriebe mit zahlreichen Arbeitsplätzen ansässig.

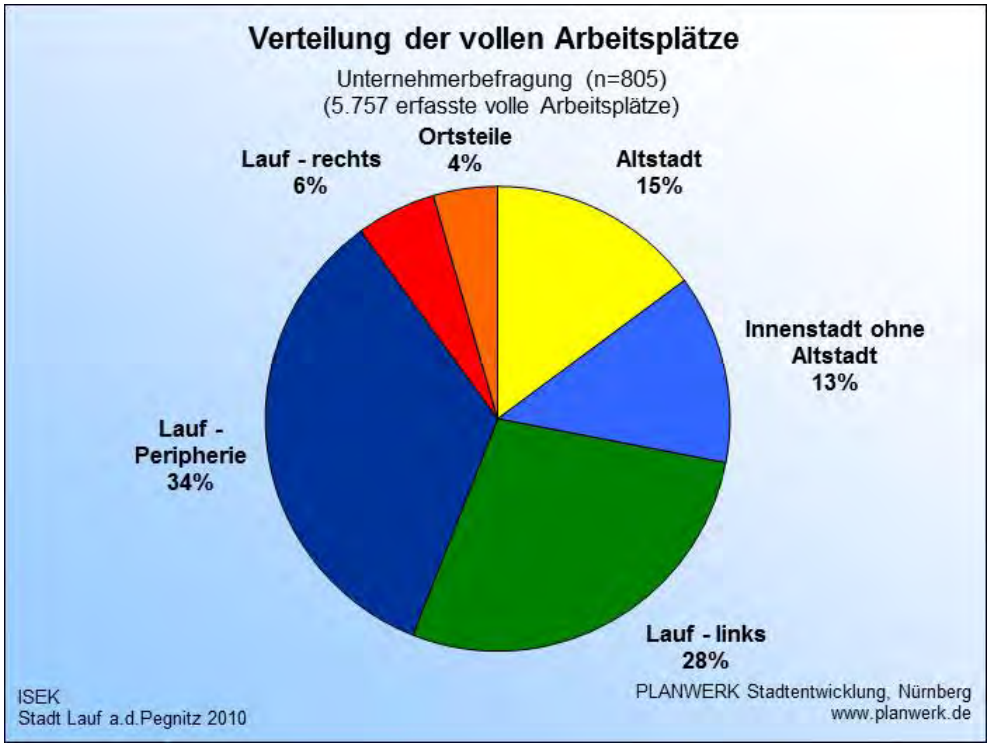


Abbildung 34
(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

3.3.2 BEWERTUNG DES STANDORTES

Im Zuge der Unternehmenserfassung wurde eine differenzierte Standortbewertung durch die örtlichen Unternehmer durchgeführt.

Dabei wurde die Bewertung des Standortes auf zwei verschiedene Arten abgefragt - zum einen die Beurteilung des Standortes Lauf a.d.Pegnitz allgemein, zum anderen des eigenen Unternehmensstandortes im Speziellen.

Abbildung 35 stellt die Beurteilung des Gesamtstandortes Lauf a.d.Pegnitz differenziert nach Wirtschaftsbereichen dar. Betrachtet man die Gesamtheit aller befragten Unternehmer halten gut 60% der Befragten die Standortqualität für gut bis sehr gut, während 13% die Standortqualität (eher) schlecht bewerten. 26% sprechen dem Standort weder besondere Qualitäten zu noch ab.

Zieht man die Differenzierung nach Wirtschaftsbereichen heran, werden einige Nuancen an Unterschieden sichtbar. Grundsätzlich zeichneten die Betriebe aller Wirtschaftsbereiche ein positives Gesamtbild. Große, meist produzierende Betriebe sind mit dem Standort Lauf a.d.Pegnitz am zufriedensten. Kein einziger dieser befragten Betriebe ordnete den Standort in negative Kategorien ein. Die tendenziell ungünstigste Bewertung erhielt der Standort von den Ärzten / Heilpraktikern und den Einzelhändlern. Auf einer Skala von 1 bis 5 liegt der Mittelwert bei den Großbetrieben bei 2,1, bei Ärzten / Heilpraktikern und Einzelhändlern dagegen jeweils bei 2,6.

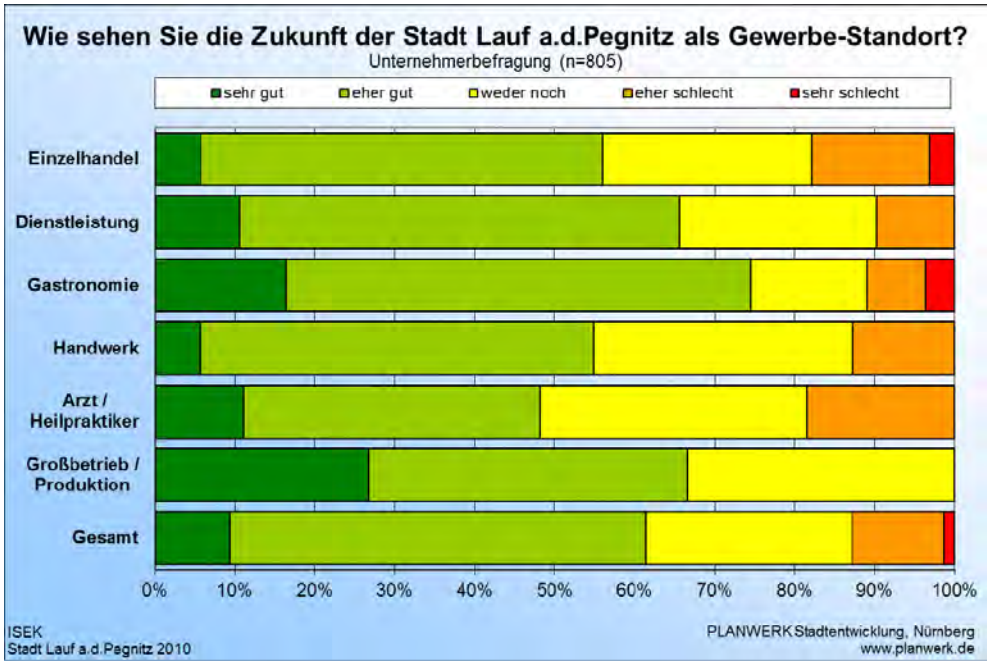


Abbildung 35 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Eindeutig positiver fällt die Bewertung des eigenen Unternehmensstandortes aus (Abb. 36). Zwei Drittel (66,6%) der befragten Unternehmer sieht den eigenen Standort positiv (eher gut bis sehr gut), rund 12% sehen ihn negativ (eher schlecht bis sehr schlecht). Gut ein Fünftel der Befragten ist unentschieden. Dabei lassen sich auch in dieser Bewertung wieder einige Auffälligkeiten erkennen:

- Wie bei der Bewertung des Gesamtstandortes Lauf a.d.Pegnitz sind es wieder die großen, produzierenden Unternehmen, die den Standort am besten bewerten (Durchschnitt von 1,9 auf einer Skala von 1 bis 5).
- Im Durchschnitt die gleiche Bewertung (1,9) gaben die Ärzte / Heilpraktiker ab, die den Gesamtstandort Lauf a.d.Pegnitz deutlich schlechter bewertet haben.
- Die schlechteste Bewertung des eigenen Standortes gaben die Einzelhändler ab (2,4).
- Außer den Gastronomiebetrieben bewerteten alle befragten Unternehmer ihren eigenen Standort besser als den Gesamtstandort Lauf a.d.Pegnitz.

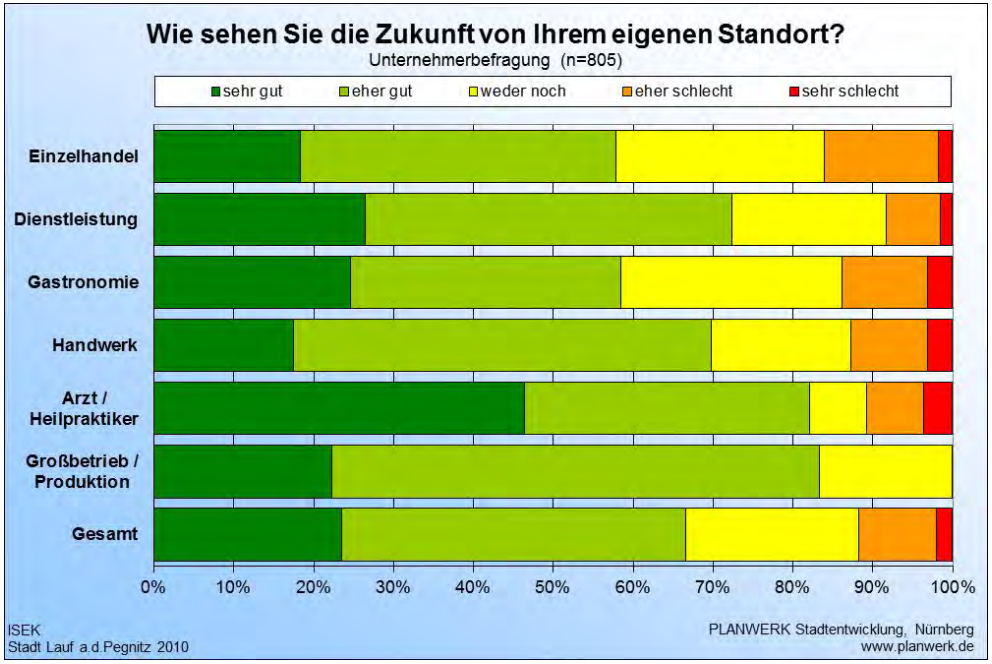


Abbildung 36 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Eine weitere spannende Frage ist, ob sich signifikante Beurteilungsunterschiede hinsichtlich des Standortes der Unternehmen erkennen lassen. Überraschend dabei die mit 2,2 relativ positive Standortbewertung der Unternehmer aus der Altstadt und in gleichem Maße aus der weiteren Innenstadt. Fast 30% der Altstadt-Unternehmer bewerteten ihren Standort sogar "sehr gut". Eine Bewertung, die sonst in dieser Dimension kaum erreicht wird. Dies ist vor allem hinsichtlich der aktuellen Diskussion um Verkehr, Erreichbarkeit und Parken in der Laufer Innenstadt überraschend. Die wenigsten positiven und gleichzeitig meisten negativen Wertungen und damit auch den schlechtesten Mittelwert (2,5) erreichen die Ortsteile.

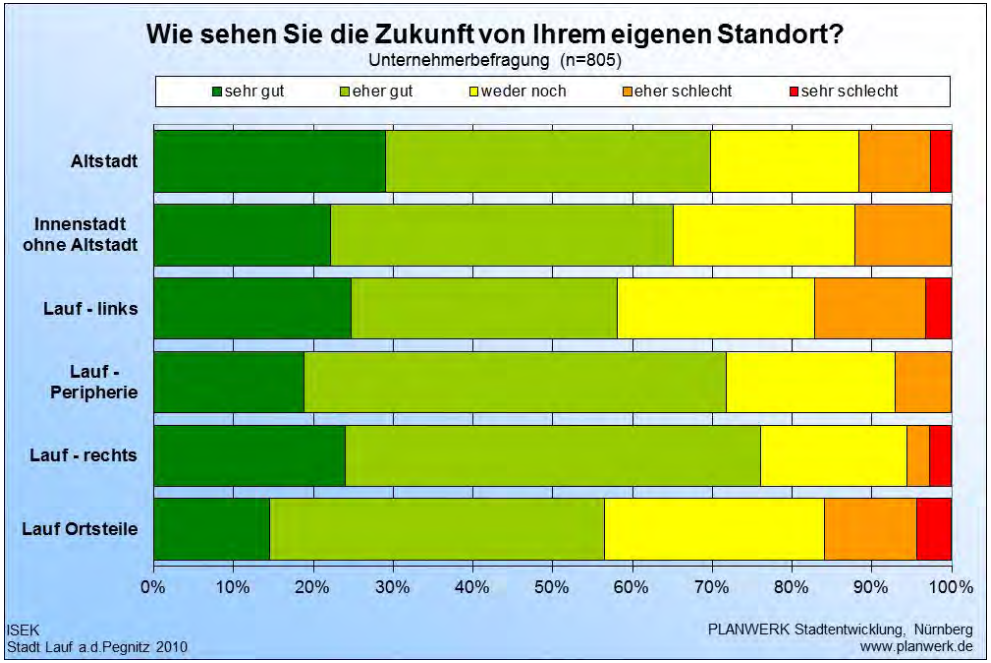


Abbildung 37 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

3.3.3 STANDORTFAKTOREN

Neben der Bewertung mit Hilfe von Benotungen hatten die befragten Unternehmer auch die Möglichkeit, ihre Beurteilung des Standortes zu begründen.

Entsprechend der tendenziell eher positiven Bewertung des Gesamtstandortes Lauf a.d.Pegnitz überwogen bei den Nennungen positive Standortfaktoren. Die folgende Abbildung stellt die Standortfaktoren ab zehn Nennungen dar.

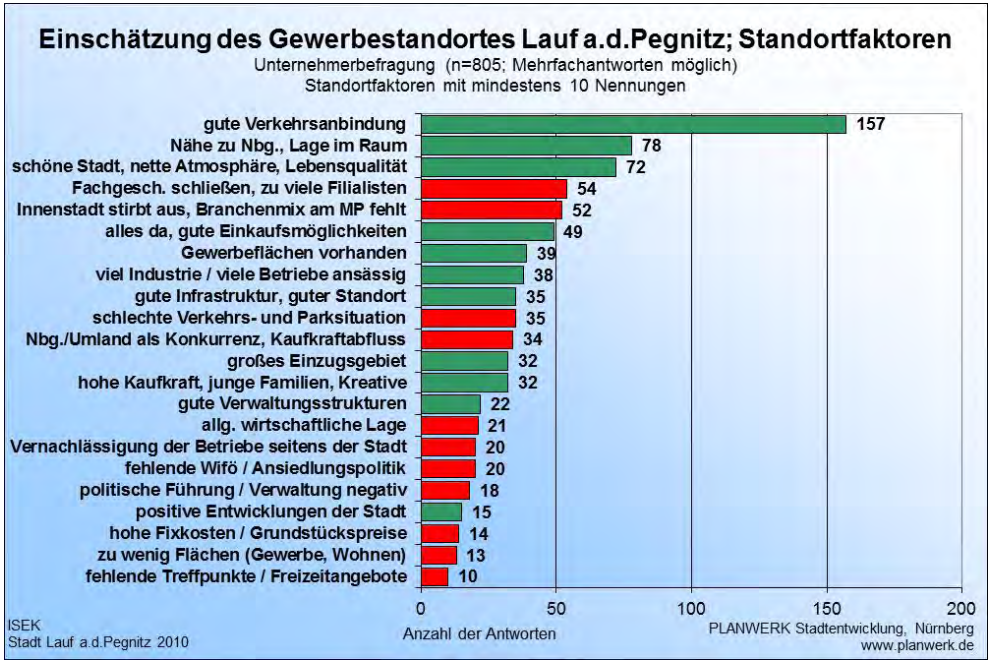


Abbildung 38 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Der alles überragende Standortfaktor für den Standort Lauf a.d.Pegnitz ist die gute Verkehrsanbindung. Diese wurde von einer Vielzahl der Befragten genannt. Dann folgen die Lage im Raum und dadurch die Nähe zu Nürnberg sowie die Lebensqualität in Form einer schönen Stadt mit netter Atmosphäre. Weitere positive Faktoren sind gute Einkaufsmöglichkeiten, vorhandene Gewerbeflächen, gute Betriebsstruktur und Infrastruktur. Als mangelhaft oder problematisch wird in erster Linie die Situation im Einzelhandel (Schließung von Fachgeschäften, Filialisierung) und der fehlende Branchen-Mix am Marktplatz gesehen, weiter die bestehende innerörtliche Verkehrs- und Parksituation sowie die Konkurrenzsituation und der damit verbundene Kaufkraftabfluss. (Abb. 38)

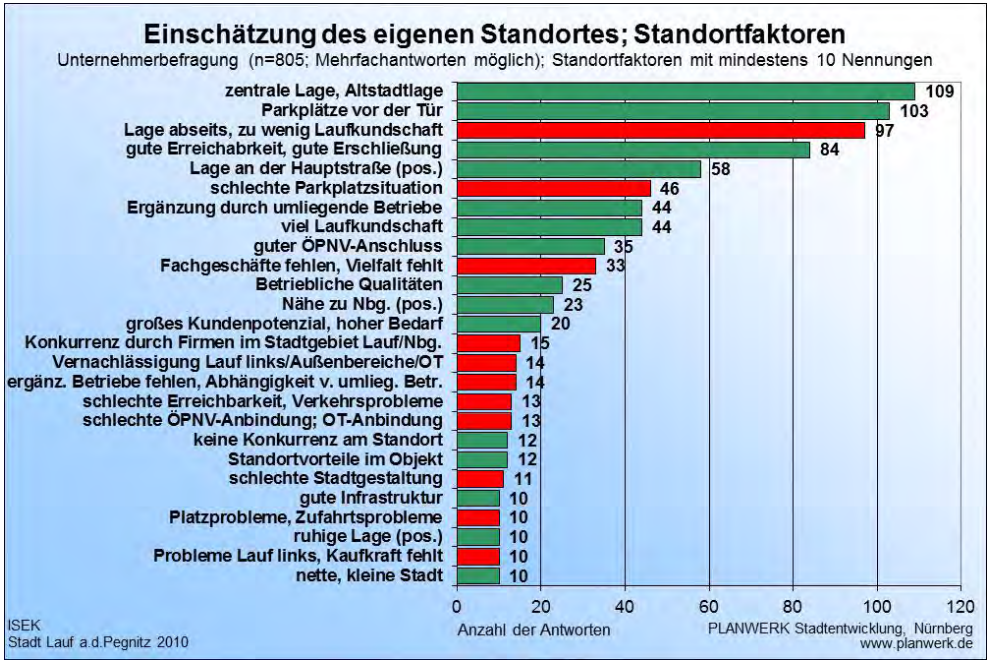


Abbildung 39 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Für den eigenen Unternehmensstandort wurden die zentrale Lage des Standortes, die gute Parkplatzsituation und die gute Erreichbarkeit bzw. gute Erschließung häufig als positive Faktoren genannt, während andere ihre abseitige Lage als Hauptmanko kritisierten. Auch hier ist das Bild der Argumente sehr ambivalent. Abbildung 39 zeigt alle Standortfaktoren ab 10 Nennungen.

In Abbildung 40 sowie in den Abbildungen 41 bis 44 sind jeweils die am häufigsten genannten Standortfaktoren der einzelnen Standorte bzw. Teilräume dargestellt.

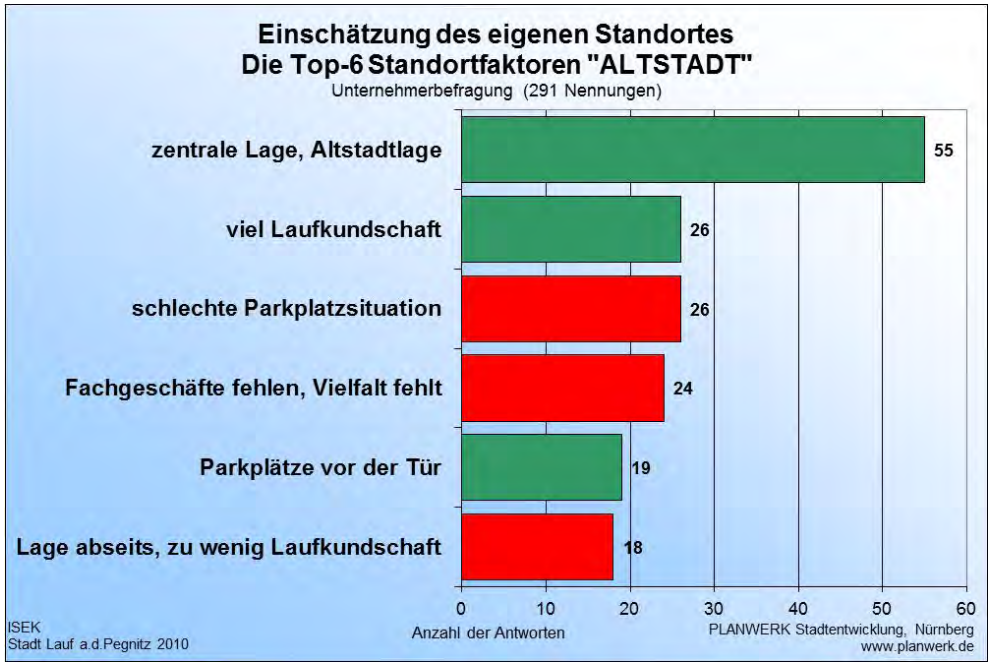
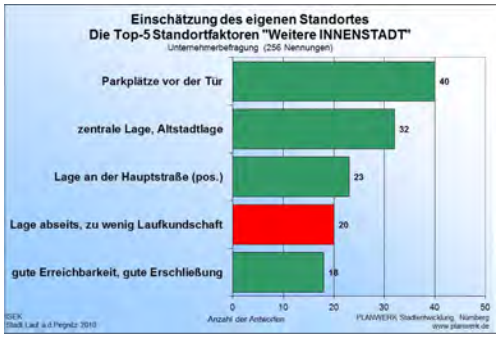
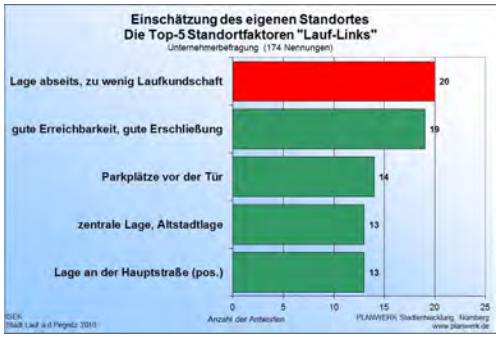
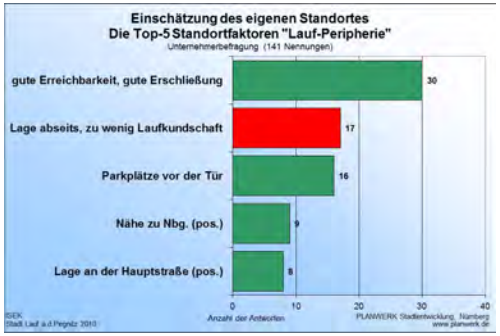


Abbildung 40 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**







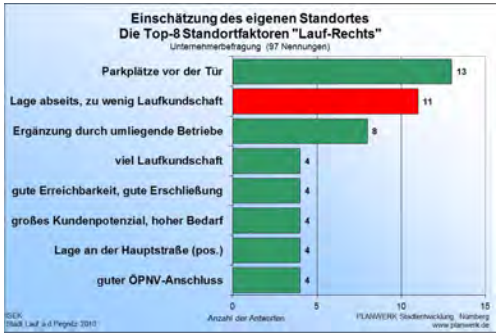


Abbildung 41 - 44 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

3.3.4 UNTERNEHMERISCHE ZUKUNFTSPLANUNG

Die Bewertung des eigenen und des Gesamtstandortes sind essentielle Grundvoraussetzungen für das unternehmerische Verhalten. Dazu wurden die unternehmerischen Planungen der Betriebseigentümer für die kommenden fünf Jahre abgefragt.

Die große Masse der befragten Unternehmer, nämlich über drei Viertel der Befragten, ist mit der wirtschaftlichen Situation zumindest so zufrieden, dass das bisherige Investitionsverhalten beibehalten werden soll.

In Abbildung 45 sind nur jene Unternehmen dargestellt, die Veränderungen erwarten. 39 Betriebe planen größere Investitionen über das übliche Maß der Standorterhaltung hinaus. Neben Einzelhändlern und Dienstleistern planen auch eine kleine Anzahl der Handwerks- und Gastronomiebetriebe größere Investitionen, ebenso größere Produktionsbetriebe.

30 Betriebe denken jedoch an die Verlagerung ihres Standortes, wobei über die Hälfte davon an eine Verlagerung innerhalb von Lauf a.d.Pegnitz denkt oder diese bereits plant.

Von den 27 Unternehmen, die an Schließung denken, kommen die meisten aus den Bereichen Einzelhandel und Dienstleistungen. Hintergrund sind in den meisten Fällen Altersgründe und damit verbunden fehlende Nachfolger. Andere gaben ihre wirtschaftliche Situation als Grund an.

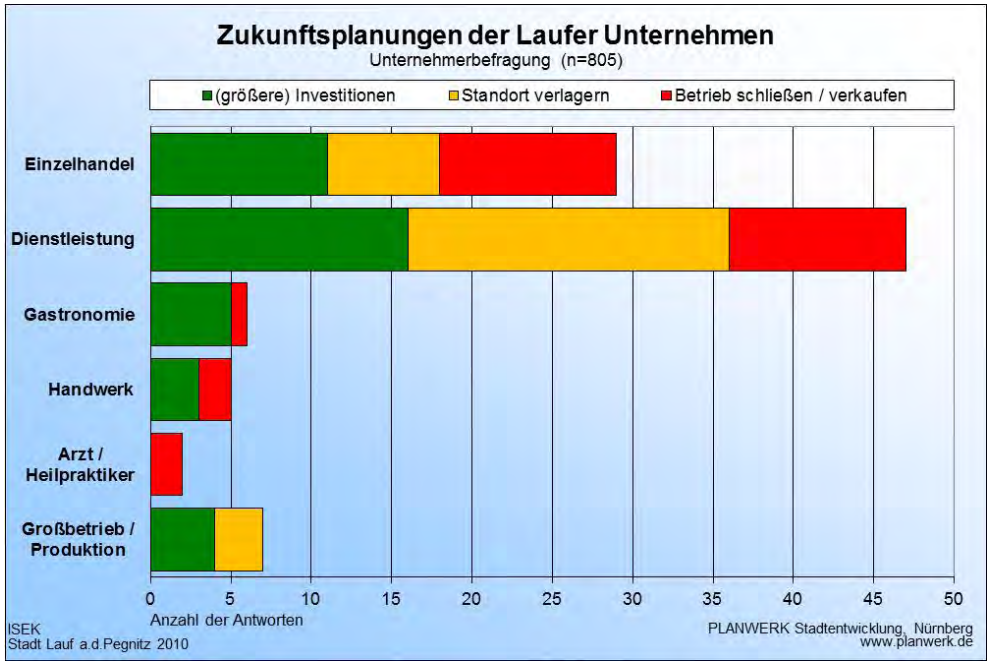


Abbildung 45 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

In den peripheren Gebieten der Stadt liegt der Anteil der Unternehmen mit Investitionsabsichten am höchsten, gefolgt von den Unternehmen in Lauf - links. Positiv für die Altstadt sowie die weitere Innenstadt spricht, dass in diesen Bereichen der Anteil der Unternehmen sowohl mit Verlagerungsabsichten als auch mit Schließungsabsichten am niedrigsten liegt.

Zusätzlich wurden die Planungen der Unternehmen bezüglich ihres Personals für das Jahr 2010 abgefragt. Mit mehr als 80% plante der Großteil der Unternehmen, seinen Personalstand im Jahr 2010 gleich zu lassen.

In Abbildung 46 sind nur die Unternehmen dargestellt, die vorhatten, ihr Personal entweder zu verringern oder aufzustocken. Es zeigt sich, dass diejenigen Unternehmen mit Aufstockungsabsichten (85 Unternehmen) gegenüber denen mit Verringerungsabsichten (18 Unternehmen) deutlich überwiegen.

Am meisten zusätzliche Personalressourcen weisen die Unternehmen im Bereich der Dienstleistungen auf. Ein deutlicher Indikator darauf, dass der bereits beschriebene Strukturwandel in Lauf a.d.Pegnitz weiter im Gange ist.

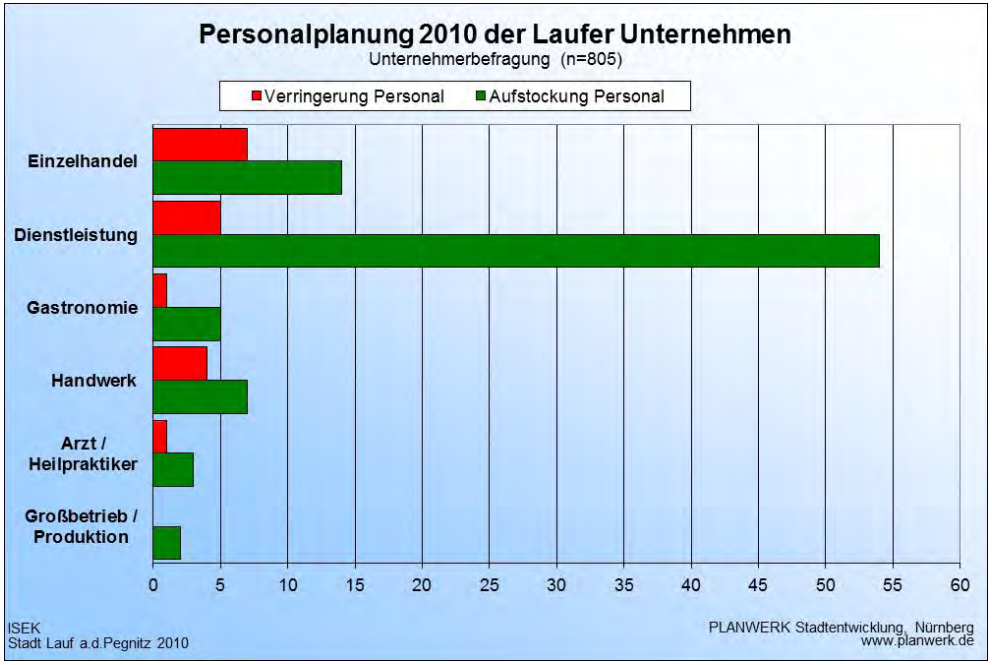


Abbildung 46 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Am höchsten liegt der Anteil der Unternehmen mit Absichten, das Personal aufstocken zu wollen, im Übrigen in der Altstadt sowie in den peripheren Gebieten der Stadt, was ebenso wie die allgemeinen Zukunftsabsichten durchaus positiv für diese beiden Standorte spricht.

3.4 BEWERTUNG DER GESCHÄFTSSTANDORTE

Im Zuge der Unternehmerbefragung, die wiederum an die Standorterhebung angedockt war, fand gleichzeitig eine Bewertung von Ladengeschäften (Einzelhandel und Ladendienstleister) sowie Gastronomiebetrieben statt. In diesem Zusammenhang wurde u.a. das äußere Erscheinungsbild der Betriebe bewertet. Dabei wurden verschiedene Kriterien bewertet:

- die Erkennbarkeit der Öffnungszeiten
- die Ausstattung des Betriebs (Einrichtung etc.)
- die Gestaltung der Schaufenster
- die Präsentation der Waren bzw. die Präsentation des Betriebs (Gastronomie)
- die Erkennbarkeit des Sortiments / der Branche
- der Gesamteindruck des Unternehmers
- der Gesamteindruck des Betriebs

Hintergrund dieser Bewertungen ist u.a. die Beurteilung der Zukunftsfähigkeit des Standortes, die an dem Maße, in dem sich die Unternehmer in der Außendarstellung, der Selbstdarstellung und der Präsentation profilieren, durchaus erkennbar ist.

3.4.1 ERKENNBARKEIT DER ÖFFNUNGSZEITEN

Ein kleiner, aber durchaus erwähnenswerter Faktor für das Erscheinen eines Ladengeschäfts oder Gastronomiebetriebs ist die Erkennbarkeit der Öffnungszeiten. 651 Betriebe wurden dahingehend bewertet. Bei der Mehrzahl (70%) sind die Öffnungszeiten gut sichtbar und bei einem kleinen Teil zwar vorhanden, aber schlecht sichtbar. Jedoch sind bei gut einem Viertel gar keine Öffnungszeiten im Frontbereich ausgehängt.

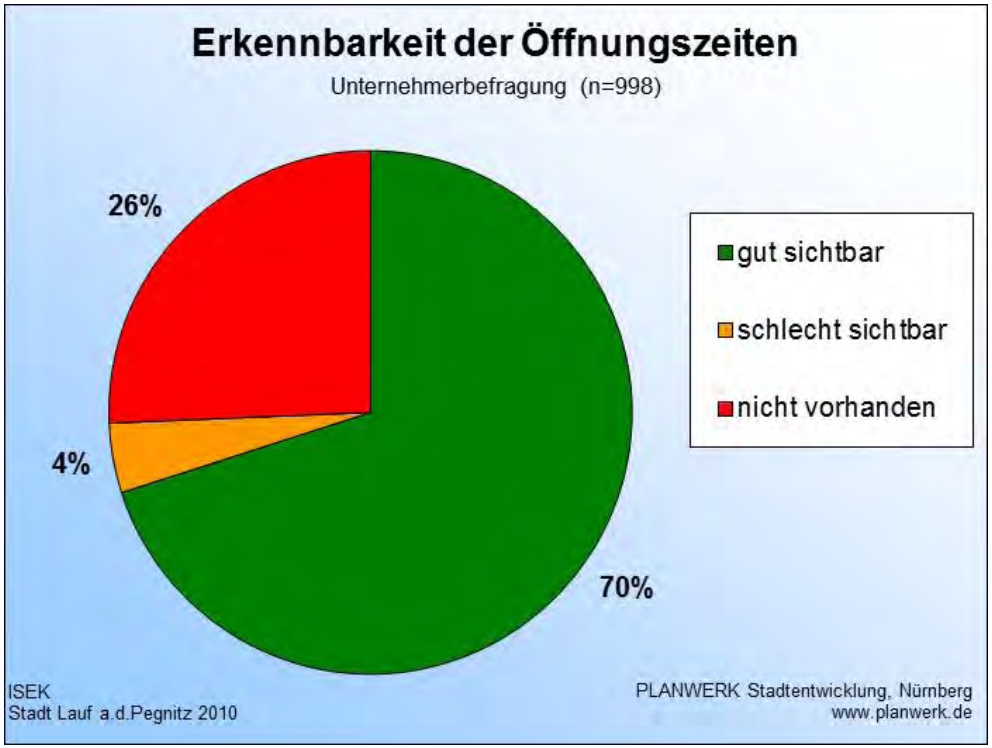


Abbildung 47 (Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

3.4.2 BETRIEBSAUSSTATTUNG

Die Betriebsausstattung umfasst jene Dinge, die für den Kunden sichtbar im Kundenbereich und in den Geschäftsräumen erkennbar sind. Die Einrichtung, der Bodenbelag, Geschäftstheken, Beratungstische, Raumgestaltung etc. gehören hierzu.

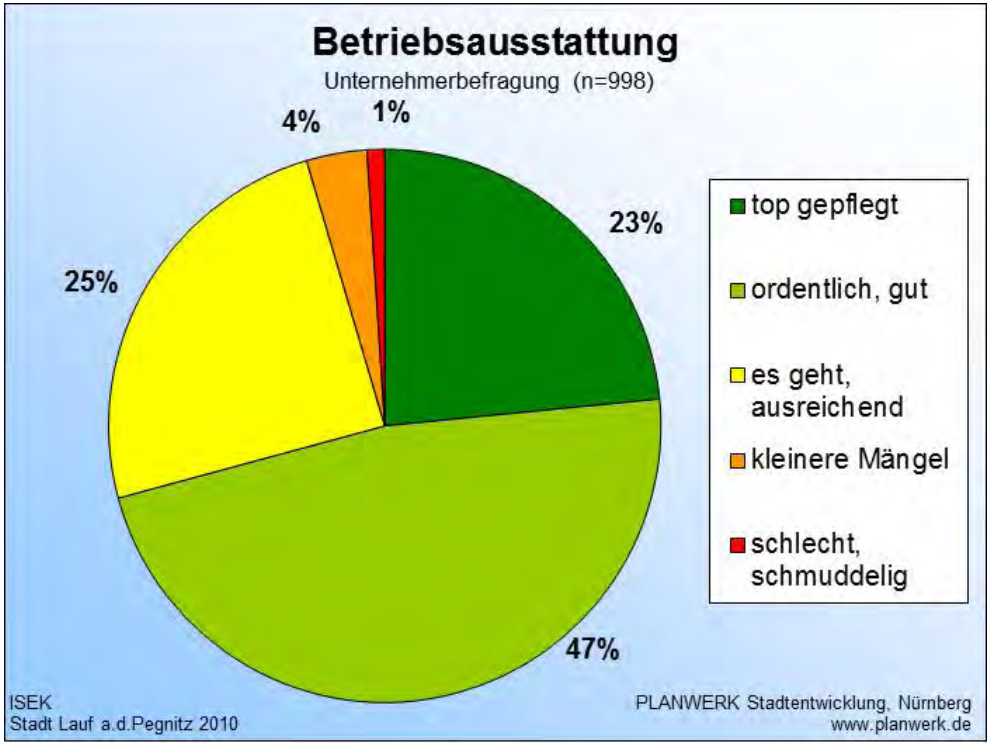


Abbildung 48 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Es ist durchaus üblich, dass der Großteil der Geschäfte sich im Bereich ordentlich / gut bis ausreichend befindet. Für 72% der Laufer Betriebe ist dies der Fall. 4% (das sind 24 Ladengeschäfte) weisen kleinere Mängel auf und nur 1% (7 Ladengeschäfte) wurden als schlecht / schmuddelig klassifiziert. Demgegenüber stehen mit 23% fast ein Viertel der Ladengeschäfte, meist davon auch in exponierten Lagen, die als top gepflegt charakterisiert wurden. Dieser Wert kann als hoch bezeichnet werden.

3.4.3 SCHAUFENSTERGESTALTUNG

Das Schaufenster ist für Einzelhandel und Ladendienstleister die nach außen hin sichtbare Visitenkarte. Durch außergewöhnliche Gestaltung lassen sich positive Effekte erzielen.

Die durchgeführte Bewertung der Schaufenster in Lauf a.d.Pegnitz (341 Ladengeschäfte mit Schaufenster) ergab, dass in über der Hälfte der erfassten Fälle (57%) die Gestaltung ohne erwähnenswerte Besonderheiten festgestellt wurde. Ein gutes Fünftel (27%) war schön und ansprechend gestaltet, mit erkennbarer Absicht, den Kunden zu erreichen. Nur 2% der Geschäfte lies besondere Mühe erkennen, sich durch kreative und innovative Gestaltung von seinen Mitbewerbern abzuheben. Einige wenige mussten als mangelhaft eingestuft werden und in 6% der Fälle waren die Ladenschaufenster mit Folie o.ä. überklebt oder zumindest nicht einsehbar (Abb. 49).

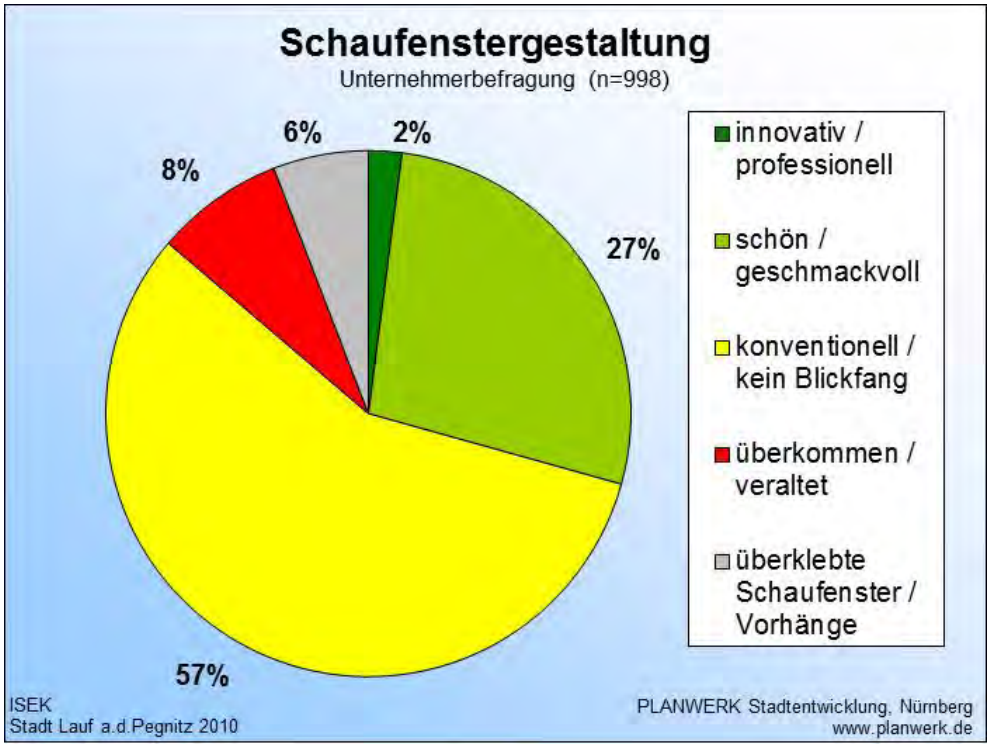


Abbildung 49 (Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

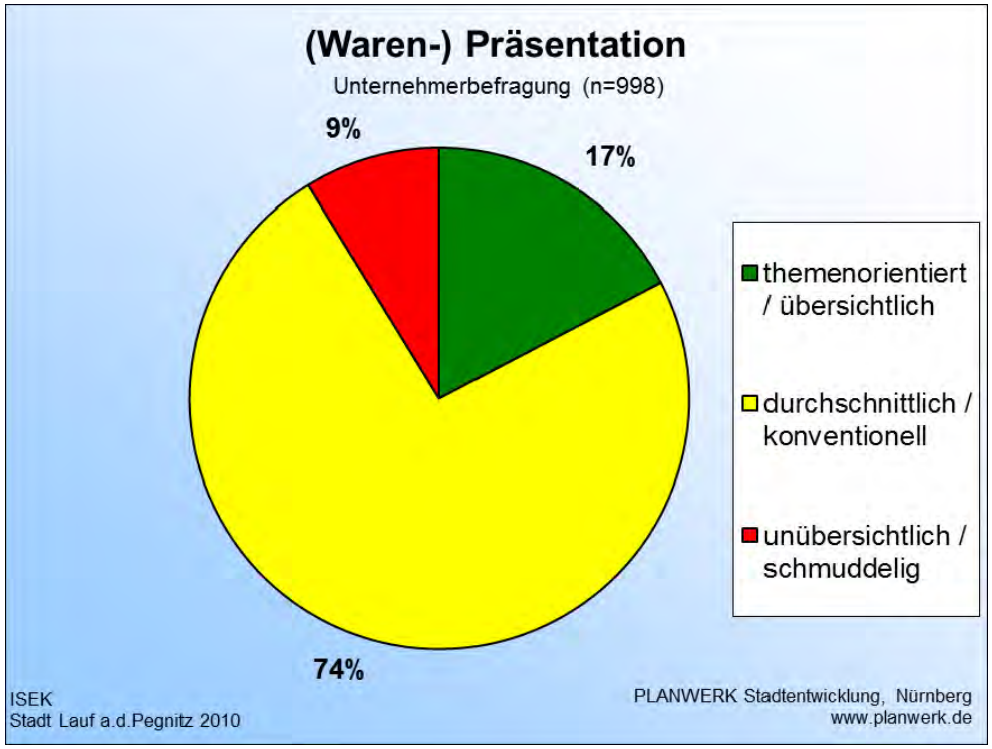


Abbildung 50 (Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

3.4.4 (WAREN-) PRÄSENTATION

Zusätzlich wurde die Präsentation der angebotenen Waren bewertet, im Falle von Gastronomiebetrieben die Präsentation des Betriebs. Diese Bewertung fiel für 17% der Betriebe positiv aus, knapp drei Viertel präsentieren ihre Waren bzw. sich eher konventionell und in einigen wenigen Fällen (9%) ist die Präsentation nicht einladend, sondern eher unübersichtlich und schmuddelig (Abb. 50).

Das Sortiment bzw. die Branche ist in den meisten Fällen gut erkennbar, jedoch immerhin bei 12% der Betriebe weniger gut erkennbar oder nicht eindeutig.

3.4.5 GESAMTEINDRUCK DES UNTERNEHMERS

Neben den noch leichter objektivierbaren Daten zu Gestaltung und Außenauftritt wurde durch das speziell geschulte Erhebungspersonal auch eine subjektive Einschätzung derjenigen Unternehmer, mit denen direkt Kontakt aufgenommen werden konnte, vorgenommen.

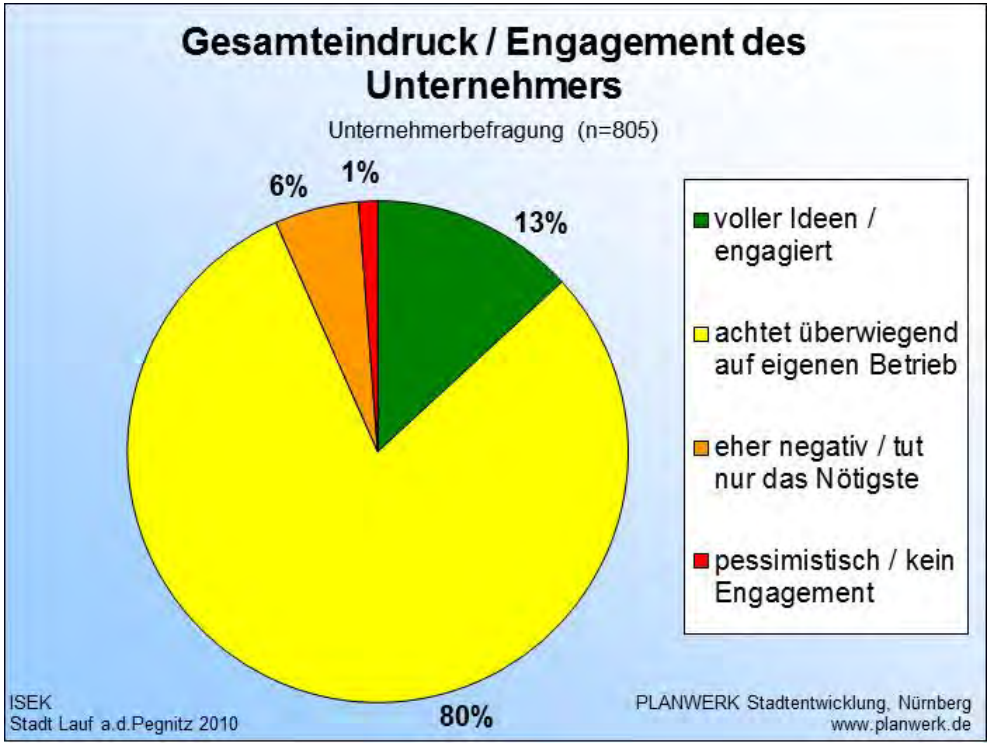


Abbildung 51 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

Dabei wurde der Großteil derjenigen Unternehmer, mit denen gesprochen wurde, so eingeschätzt, dass sie überwiegend auf ihren eigenen Betrieb achten (80%). Gut ein Zehntel (13%) zeigt darüber hinaus besonderes Engagement, Esprit und Ideen für die Zukunft und scheint über den eigenen Betrieb hinaus engagiert. Die verbleibenden Unternehmer vermittelten eher den Eindruck, die Geschäftsführung nur auf das Mindeste zu reduzieren (6%) oder erschienen relativ pessimistisch, was ihren Betrieb, ihre Situation und ihren Standort angeht. (Abb. 51).

3.4.6 GESAMTEINDRUCK DES BETRIEBS

Aus der Einschätzung der Unternehmer und den Erkenntnissen des Außenauftritts wurde eine Gesamtbewertung vorgenommen, anhand derer jedem Betrieb ein Gesamteindruck zugeordnet werden konnte. Abbildung 52 verdeutlicht, dass mehr als die Hälfte (57%) der Betriebe offensichtlich als langfristig überlebensfähig einzustufen sind, 40% zeigen leichte Defizite, die entsprechende Zweifel aufkommen lassen, was zur Bewertung „stagnierend bzw. durchschnittlich“ führte und 3% schienen nicht überlebensfähig zu sein.

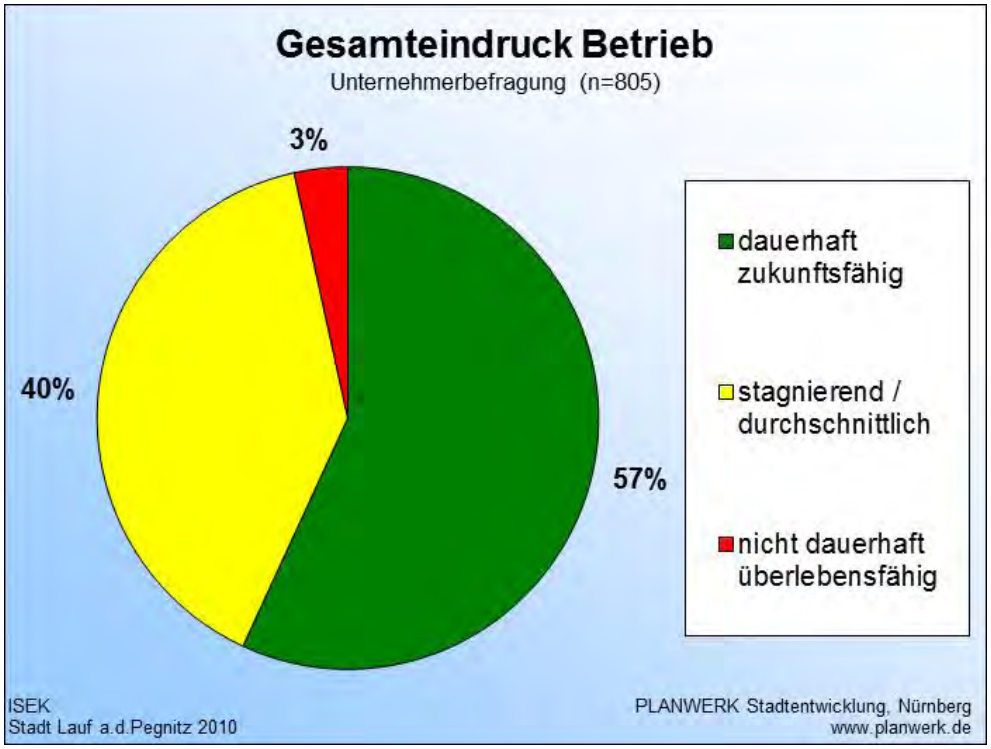


Abbildung 52 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

4 EINZELHANDELSKONZEPT

4.1 BESTAND

4.1.1 GEWERBESTANDORTE

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Lauf a.d.Pegnitz basiert neben den unter Kapitel 3 dargestellten Resultaten aus verschiedenen Erhebungsbausteinen vor allem auf der gesamtstädtischen Erhebung aller Unternehmen.

Insgesamt wurden 998 Betriebe bzw. Einheiten erfasst. Der Erhebungszeitraum lag - mit Nachfassungen - in der Zeit von November 2009 bis Juni 2010.

Die insgesamt 998 erfassten Einheiten gehören zu folgenden Branchen:

- 249 Einzelhandel
- 422 Dienstleistung
- 94 Gastronomie
- 98 Handwerk
- 65 Arzt / Heilpraktiker
- 22 Großbetrieb / Produktion
- 48 leer stehende Einheiten

Ladengeschäfte, die vor allem im Verkauf tätig sind, wie Bäckereien und Metzgereien, aber per Definition eigentlich dem Handwerk zugerechnet werden, wurden dabei unter dem Bereich Einzelhandel subsumiert.

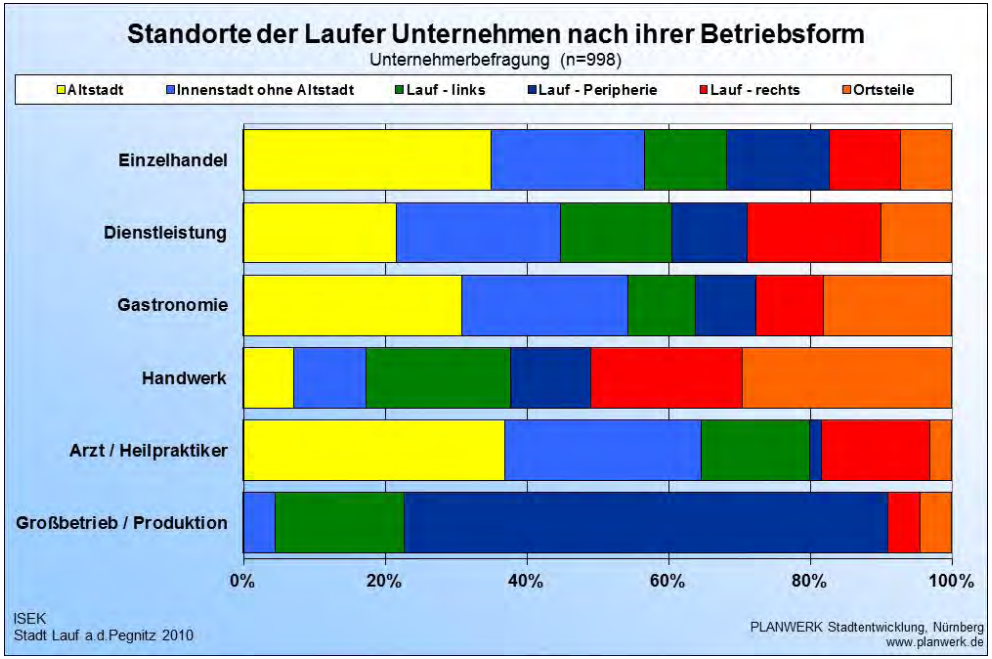


Abbildung 53 **(Quelle: Büro Planwerk – Unternehmerbefragung Lauf a.d.Pegnitz 2010)**

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

Um auch auf der Ebene der Teilräume Aussagen treffen zu können wurde das Stadtgebiet von Lauf a.d.Pegnitz in Teilräume untergliedert, für die jeweils entsprechende Auswertungen und Analysen durchgeführt wurden. Die Einteilung des Stadtgebiets orientiert sich an der allgemein gültigen Stadtraumeinteilung in Lauf a.d.Pegnitz und ergänzt diese noch weiter. Wie die nachfolgende Abbildung zeigt wurden folgende Teilräume gebildet:

- Lauf Altstadt
- Lauf Innenstadt ohne Altstadt
- Lauf Rechts
- Lauf Links
- Lauf Peripherie
- Lauf Ortsteile

Abbildung 54 belegt die räumliche Konzentration des Einzelhandels auf den Kernbereich der Stadt. Fast 60% der Einzelhandelsbetriebe liegen im Bereich Innenstadt / Altstadt. Die Betriebe der Dienstleistungen weisen eine weiträumigere Verteilung auf, vor allem auch nach Lauf Rechts und Lauf Links. Gastronomie ist durchaus auch im Bereich der Ortsteile vorhanden, noch stärker die Handwerksbetriebe. Die Arztpraxen konzentrieren sich wiederum mehr auf die Kernstadt. Das Produzierende Gewerbe findet man im Bereich der Peripherie, wo auch die Gewerbegebiete liegen. Leerstände gibt es in allen Teilbereichen, jedoch ist eine Fokussierung auf den Bereich der Innenstadt / Altstadt erkennbar (Abb. 54).

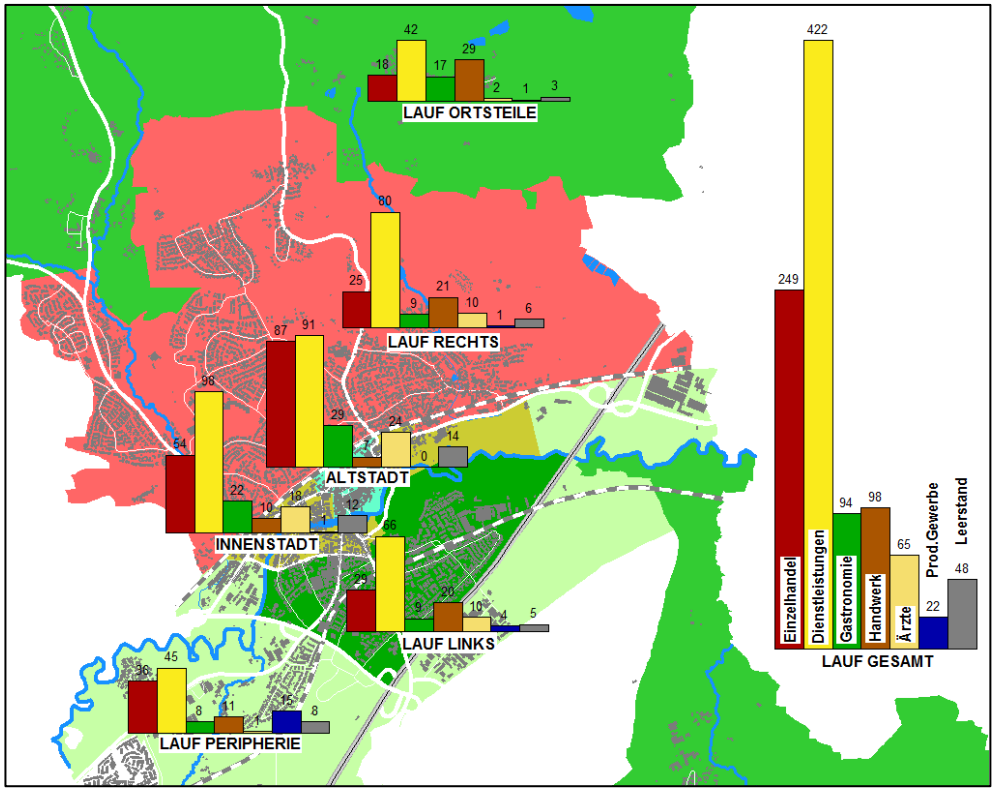


Abbildung 54 (Quelle: Büro Planwerk – Unternehmenserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

Die Abbildung der einzelnen Gewerbestandorte verdeutlicht nochmals beeindruckend die extreme Ballung von Betrieben im Bereich der Innenstadt und dort vor allem dem Bereich der Altstadt. Dabei ist der dort hohe Anteil von Einzelhandelseinrichtungen erkennbar, während sich in den mehr durch Wohnen dominierten Bereichen von Lauf Links und Lauf Rechts viele Dienstleistungen angesiedelt haben.

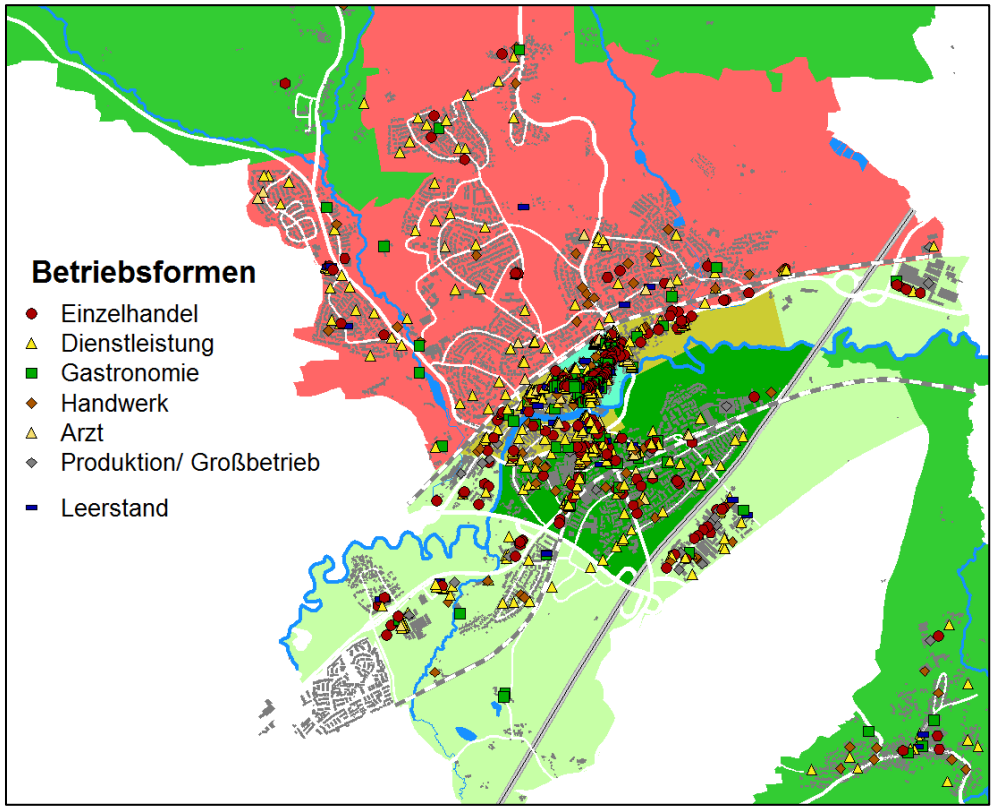


Abbildung 55 (Quelle: Büro Planwerk – Unternehmenserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.2 VERKAUFSFLÄCHE NACH SORTIMENTSBEREICHEN

Abbildung 56 zeigt die Summe der Verkaufsflächen, die in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz im Rahmen der Erhebungen erfasst wurden. Insgesamt wurden in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz 67.281 m² Verkaufsfläche in den 16 unterschiedenen Sortimentsbereichen plus dem sonstigen Einzelhandel erfasst. Es wurden 249 Einzelhandelsbetriebe erfasst.

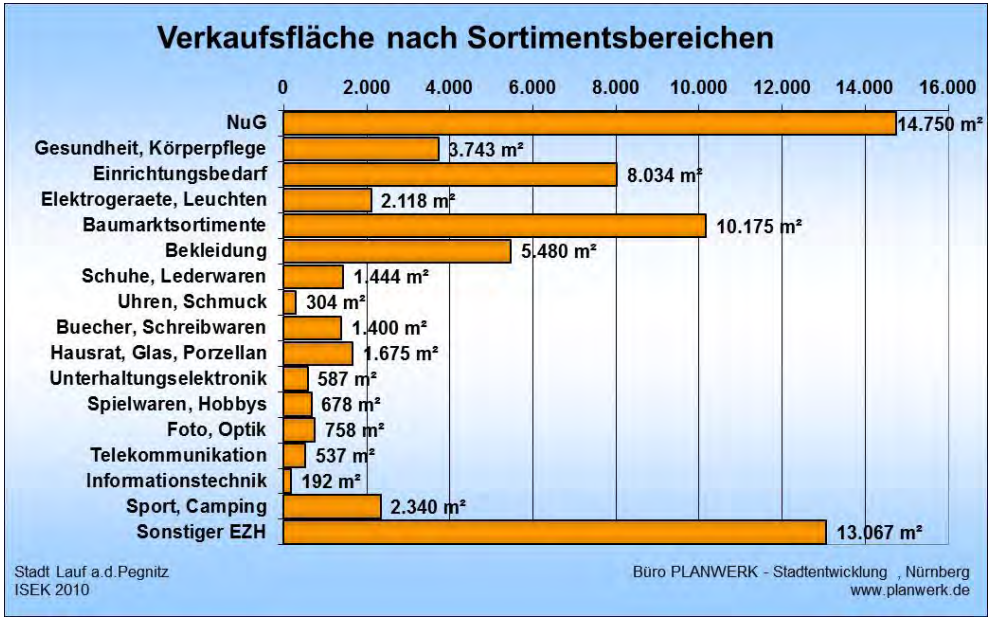


Abbildung 56 (Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

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

- Großes Flächenangebot im Bereich Baumarktsortimente, vor allem durch einen großen Anbieter (OBI).
- Umfangreiches Angebot im Sortiment der periodischen Güter (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege).
- Das nennenswerte Angebot an Verkaufsflächen bei den Textilien (Bekleidung, Schuhe) verdeutlicht die Bedeutung des Standortes Lauf a.d.Pegnitz für sein direktes Umland.
- In allen anderen Sortimentsbereichen muss die Bewertung des Flächenangebots der Einzelanalyse überlassen werden.

4.1.3 VERTEILUNG DER EINZELHANDELSANGEBOTE

Die Abbildungen auf den folgenden Seiten stellen jeweils die Verkaufsflächen in Lauf a.d.Pegnitz in den einzelnen Sortimentsbereichen dar.

4.1.3.1 ANGEBOTE IM BEREICH DER NAHRUNGS- UND GENUSSMITTEL

Die Verteilung der Angebotsstandorte im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel zeigt:

- Es besteht eine Vielzahl von Standorten in unterschiedlichsten Größen bzgl. der Verkaufsfläche.
- Die Mehrzahl der Angebotsstandorte konzentriert sich auf den Bereich der Kernstadt Lauf a.d.Pegnitz zwischen den beiden Bahnlinien.
- Die meisten der größeren Angebotsstandorte im Bereich der Discounter und Vollsortimenter liegen an Hauptausfallstraßen (Ausnahme: REWE an der Wetzendorfer Straße)
- Defizitäre Bereiche lassen sich in Lauf Links (südl. S-Bahn) und in Lauf Rechts erkennen. Gleiches gilt für den gesamten Bereich der Laufer Ortsteile.

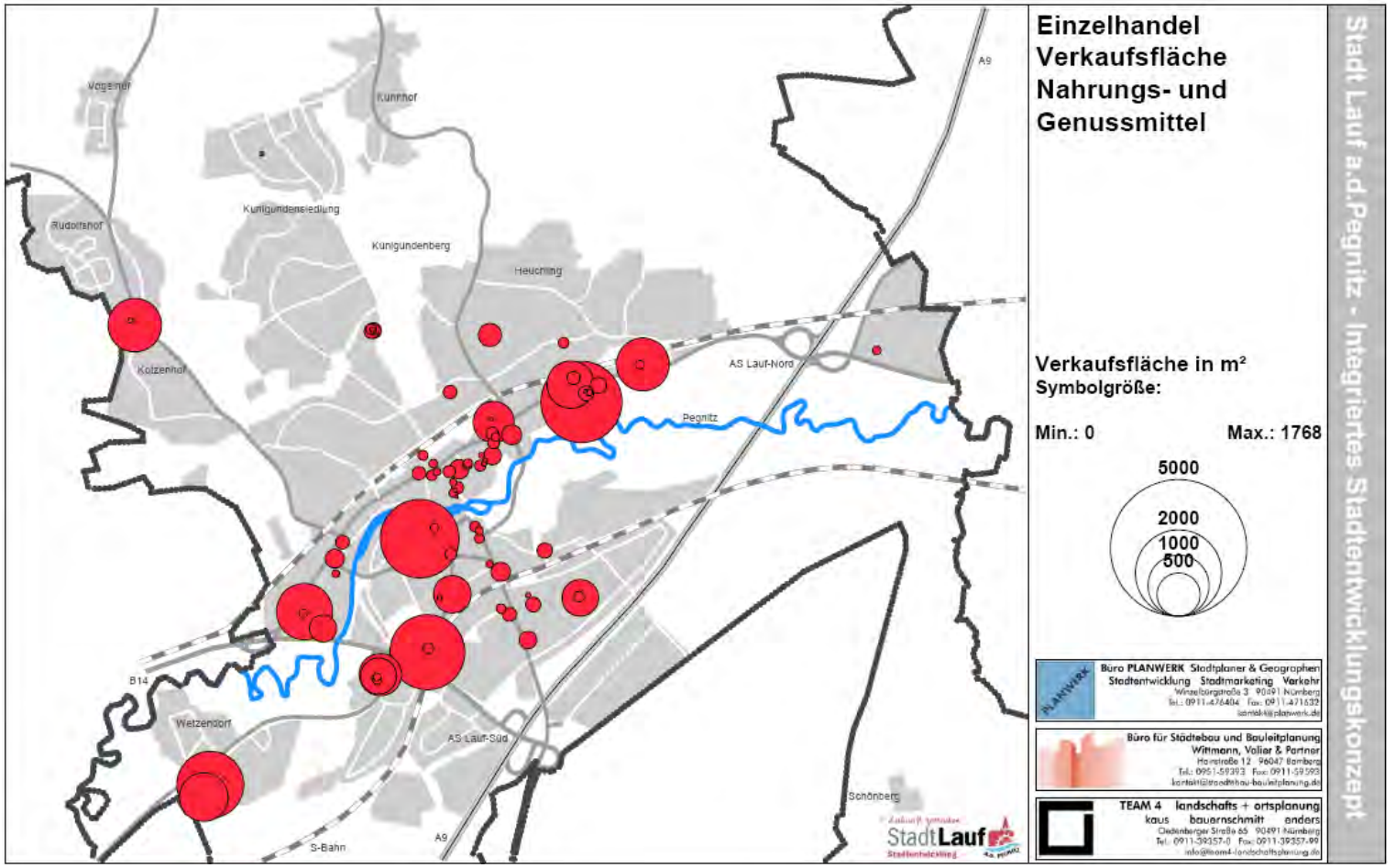


Abbildung 57

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.2 Angebote im Bereich Gesundheit, Körperpflege, Reinigungsmittel

Der Sortimentsbereich der Gesundheits-, Körperpflege- und Reinigungsmittel stellt neben den Nahrungs- und Genussmitteln den zweiten Bereich dar, der vorwiegend aus Gütern des täglichen, periodischen Bedarfs besteht.

Mit fast 4.000 m² Verkaufsfläche weisen diese Sortimente eine gute Verteilung auf die zentralen Bereiche der Stadt Lauf a.d.Pegnitz auf.

- Es besteht eine ausreichende Zahl von Standorten mit einem guten Angebot.
- Das bestehende Angebot zeigt eine Konzentration auf den Bereich Kernstadt, dabei schwerpunktmäßig den Bereich der Alt- und Innenstadt
- Der Bereich südlich der S-Bahnlinie sowie der Raum Lauf Rechts und die Ortsteile sind definitiv unterversorgt.

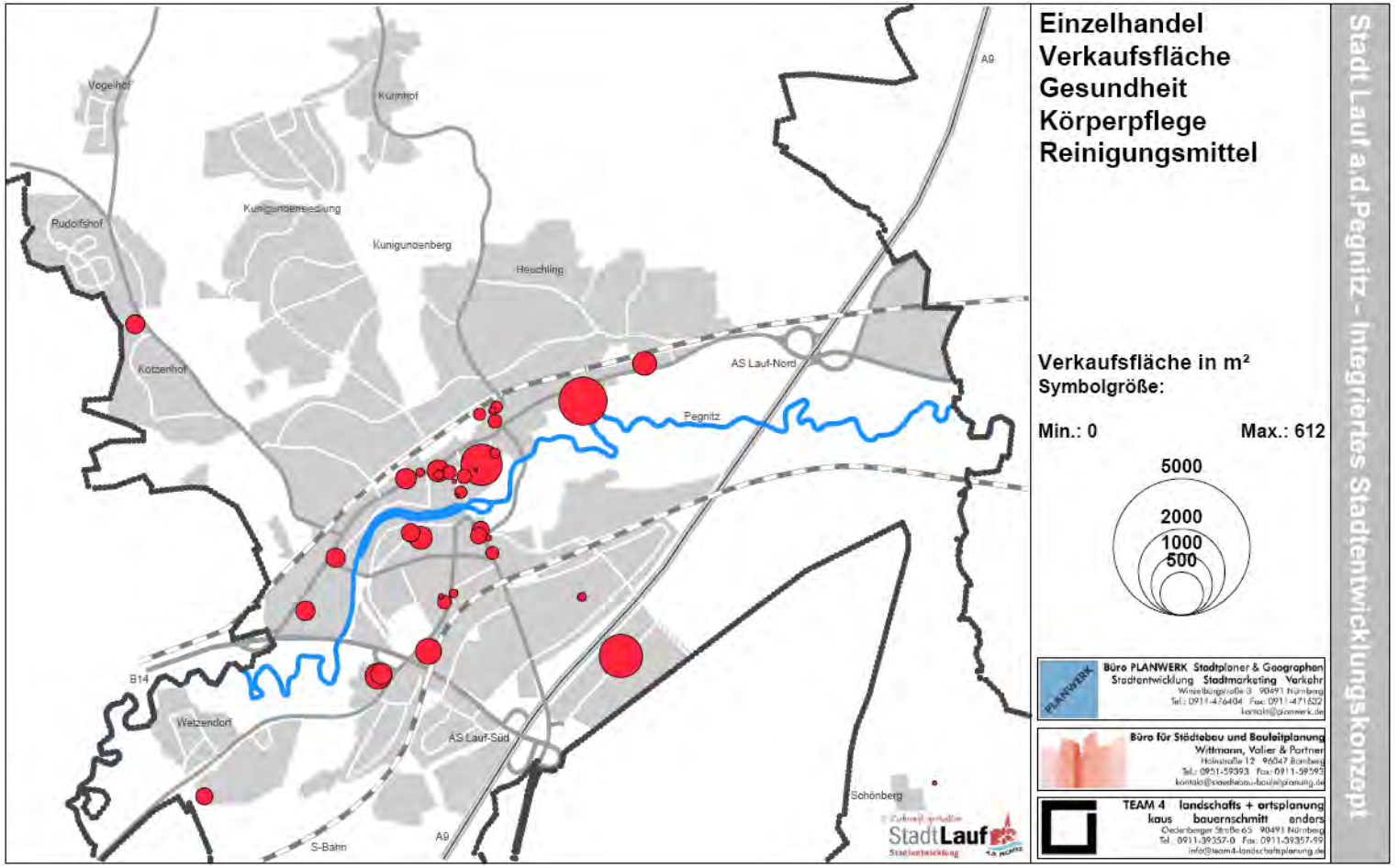


Abbildung 58

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.3 ANGEBOTE IM BEREICH DER ELEKTROGERÄTE, LEUCHTEN

Elektrogeräte, dabei vor allem Elektrogroßgeräte, sowie der gesamte Bereich der Leuchten sind ein Sortiment mit größeren Bedarfen an Verkaufsflächen und deshalb auf meist periphere Standorte (in Gewerbegebieten) und nur noch in geringerem Maß auf innerstädtische Standorte verteilt.

Die Situation in Lauf a.d.Pegnitz spiegelt dies ziemlich genau wider. Einige größere Standorte befinden sich in den Gewerbegebieten, einige kleinere Standorte in den eher innerstädtischen Lagen.

Insgesamt besteht für dieses Sortiment ein Gesamtangebot von gut 2.000 m² Verkaufsfläche.

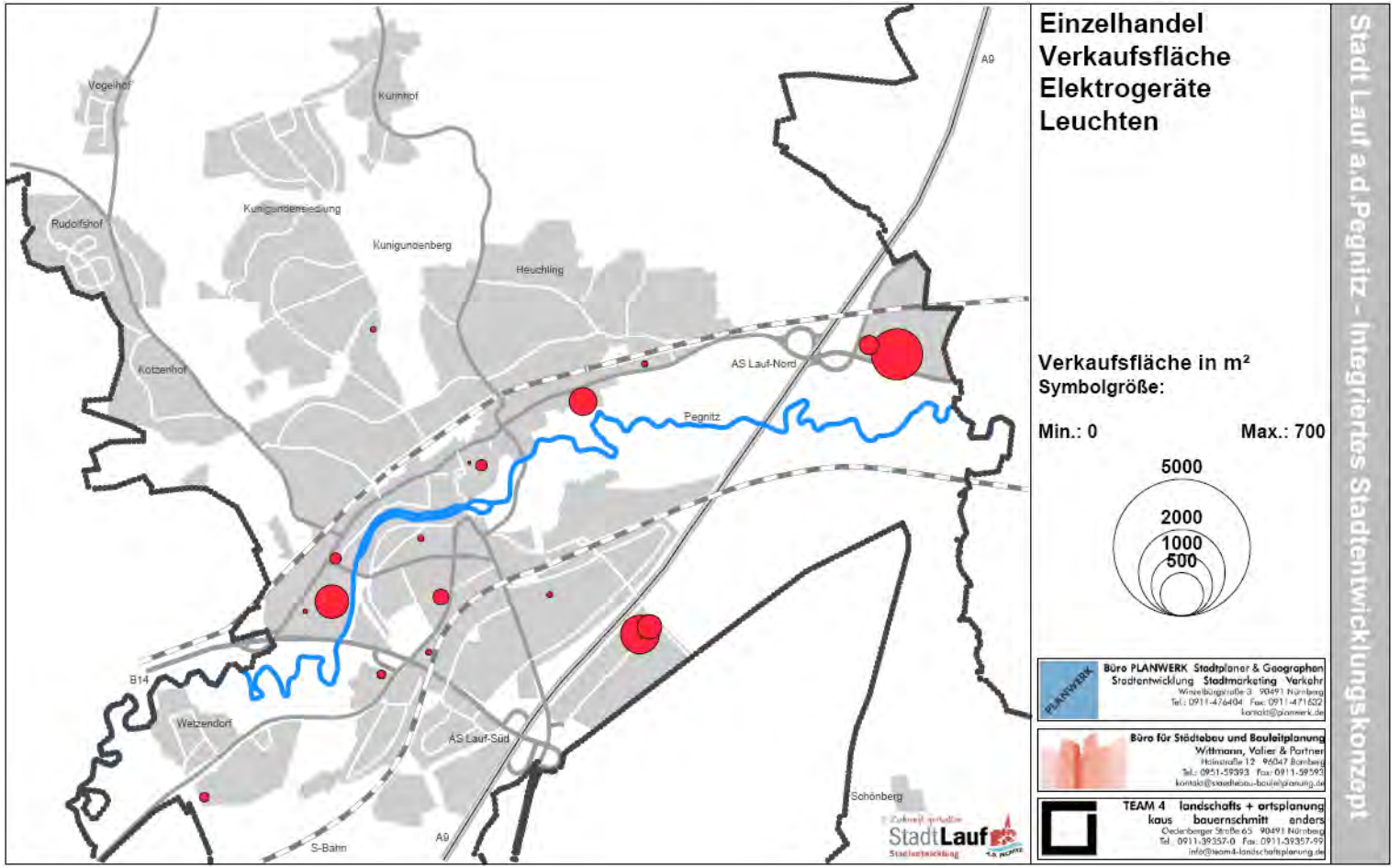


Abbildung 59

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.4 ANGEBOTE IM BEREICH EINRICHTUNGSBEDARF

Der Sortimentsbereich des Einrichtungsbedarfs zählt als eindeutig nicht zentrenrelevantes Sortiment, das allerdings in vielen Fällen mit zentrenrelevanten Angeboten in Kombination an den jeweiligen Standorten angeboten wird. Diese Randsortimente (vor allem Haushaltsbedarf, Glas, Porzellan) bilden für die Standorte des Einrichtungsbedarfs den problematischen Nebeneffekt.

Die Angebotsstandorte in Lauf a.d.Pegnitz verteilen sich ähnlich wie im Bereich der Elektrogeräte mit großen Standorten in den peripheren Gewerbegebieten und mehreren Kleinstandorten in den zentralen Lagen.

Mit 8.000 m² Verkaufsfläche ist das Angebot für einen Standort wie Lauf a.d.Pegnitz relativ gering. Eine teilräumliche Versorgung ist für diesen Sortimentsbereich nicht relevant.

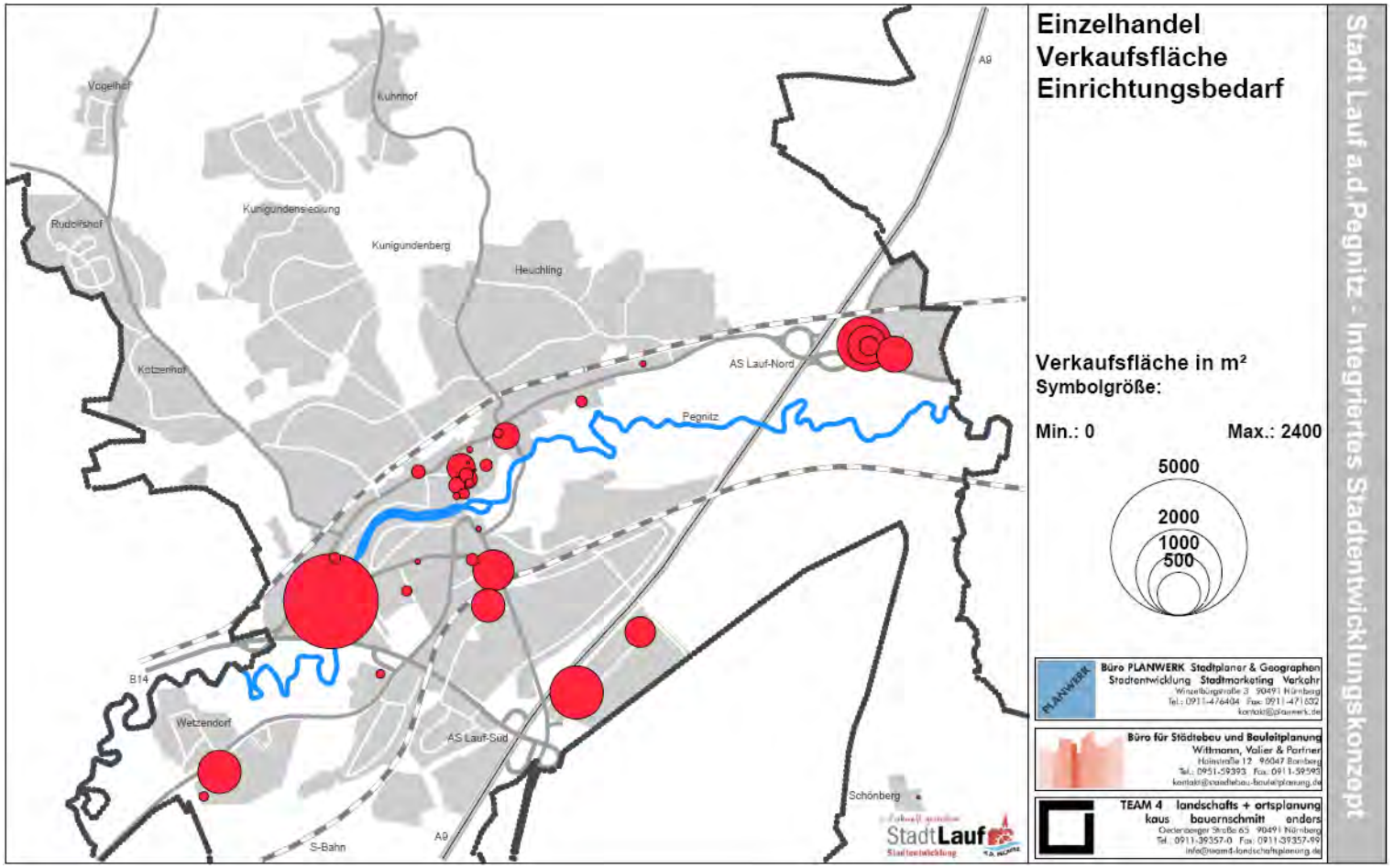


Abbildung 60

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.5 ANGEBOTE IM BEREICH DER BAUMARKTSORTIMENTE

Der Sortimentsbereich der Baumarktsortimente bildet eine Art Sammelbecken verschiedener Sortimente, die allesamt an Baumarktstandorten angeboten werden. Neben den üblichen Baustoffen und Heimwerkerutensilien gehören dazu auch Fahrräder, Blumen / Pflanzen und zoologischer Bedarf.

Mit über 10.000 m² Angebot besteht in Lauf a.d.Pegnitz derzeit ein gesamtstädtisch gutes Angebot, das durch weitere Angebotsstandorte z.B. in Röthenbach a.d.Pegnitz noch bestens ergänzt wird.

Mit dem OBI-Standort im Gewerbegebiet am Faunberg wird die gute Grundversorgung gewährleistet, die durch eine Vielzahl weiterer, kleinerer Standorte im Stadtgebiet noch ergänzt wird.

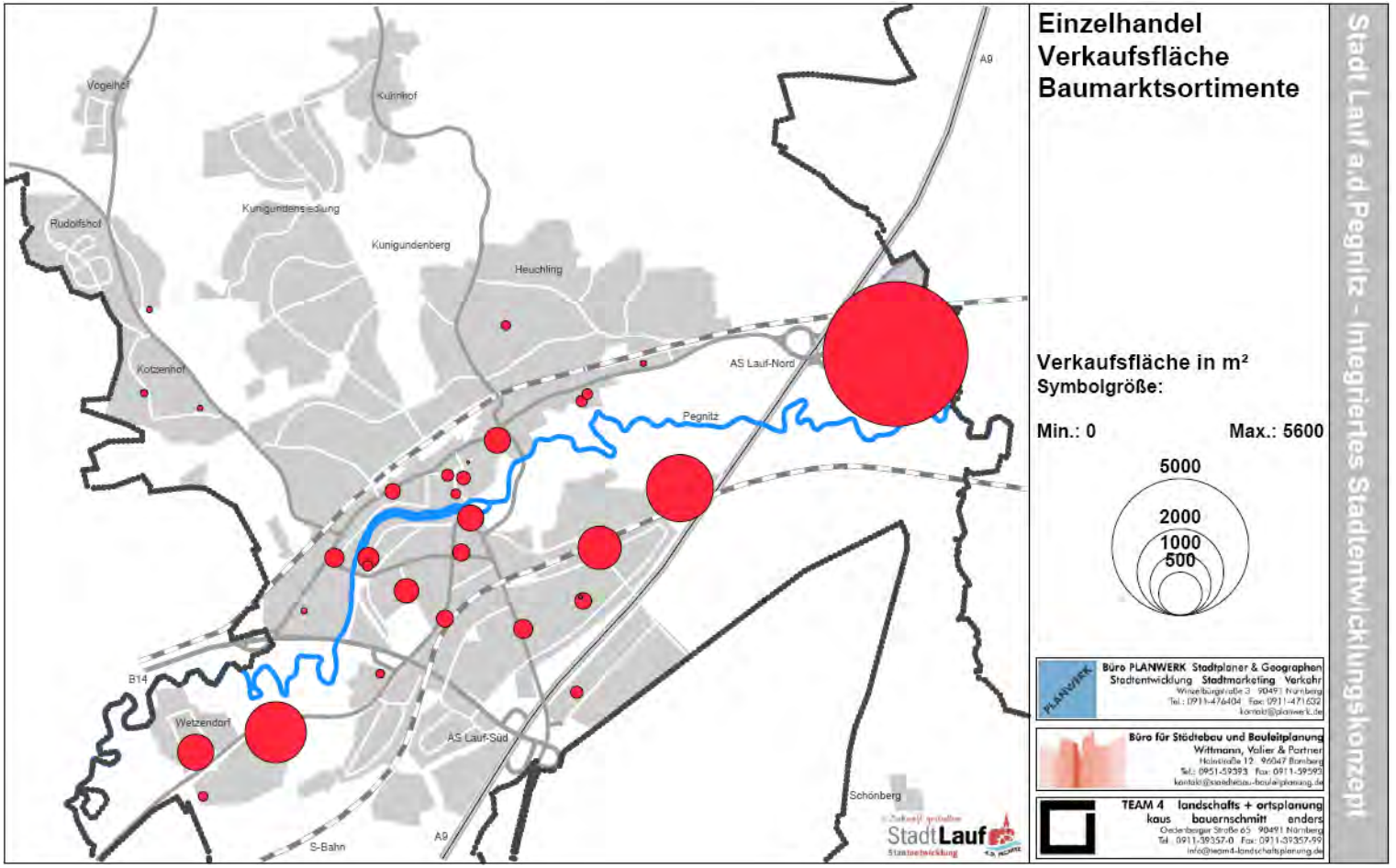


Abbildung 61

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.6 ANGEBOTE IM BEREICH BEKLEIDUNG

Der bedeutendste Sortimentsbereich der zentrenrelevanten Sortimente ist der Bereich der Bekleidung. Von Damen-, Herren- und Kinderbekleidung bis Kurz- und Handarbeitswaren ist alles enthalten, dabei vom billigen Discount-Angebot bis zum Design-Angebot. Dies macht diesen Sortimentsbereich auch so umfangreich.

Die Standortverteilung in Lauf a.d.Pegnitz zeigt eine eindeutige Konzentration des Angebots auf den Bereich der Altstadt und die direkt daran angrenzenden Bereiche. Angebote an peripheren Standorten bilden die Ausnahme. Trotz des Angebots auf über 5.000 m² Verkaufsfläche in Lauf a.d.Pegnitz besteht ein beträchtlicher Zusatzbedarf.

Die Konzentration der Standorte auf das Stadtzentrum macht den Textilbereich hinsichtlich Ansiedlungspotenzialen sehr sensibel. Vor Ansiedlungen außerhalb des Stadtzentrums muss somit definitiv gewarnt werden.

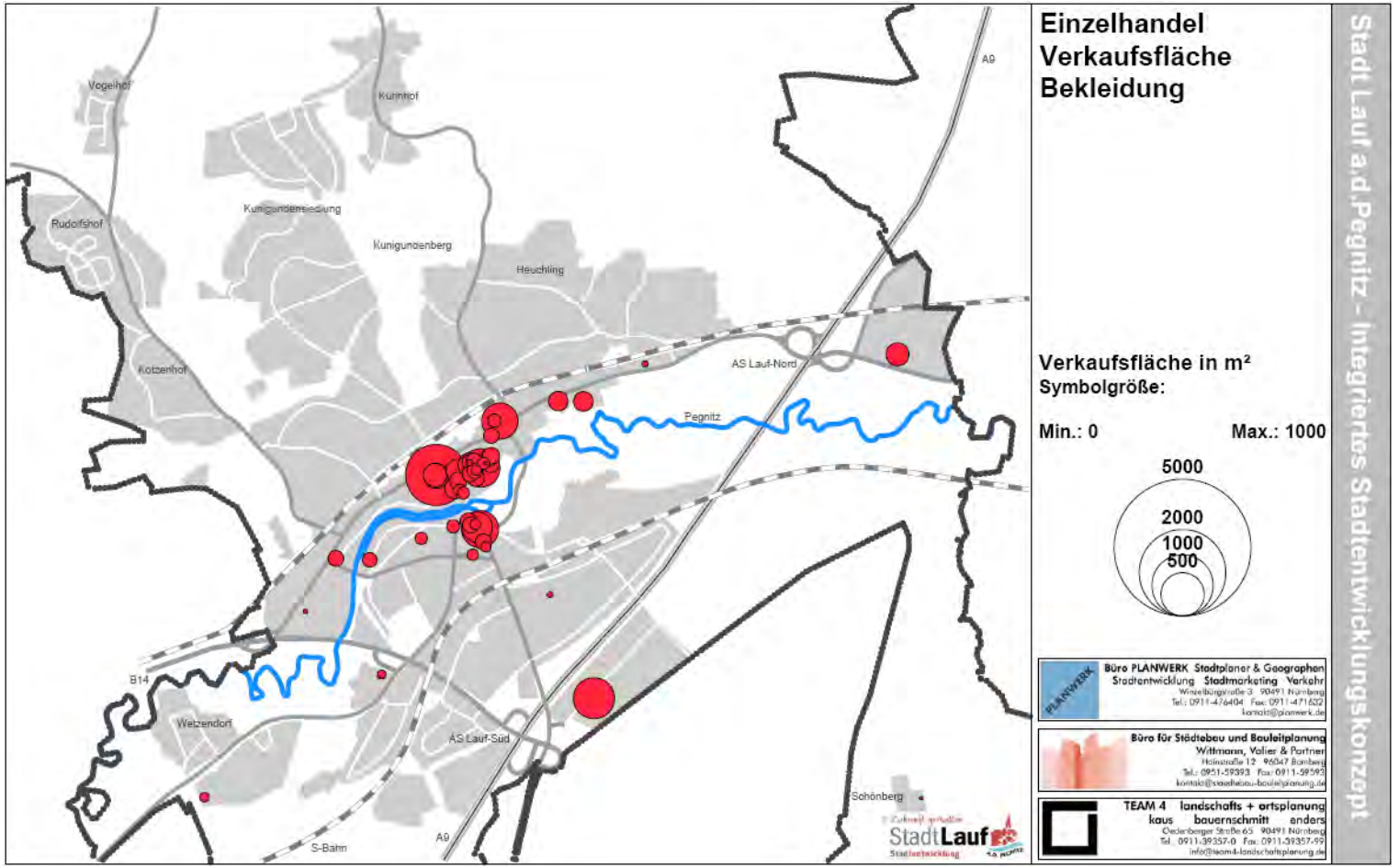


Abbildung 62

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.7 ANGEBOTE IM BEREICH SCHUHE, LEDERWAREN

Der zweite höchst zentrenrelevante Sortimentsbereich umfasst die Schuhe und Lederwaren. Allerdings nicht mit der quantitativen Bedeutung wie der Bereich der Bekleidung.

Auch hier zeigt die Laufer Standortverteilung eine deutliche Konzentration auf die Altstadt, die von einigen innerstädtischen und innenstadtnahen Standorten ergänzt wird.

Standorte in den Stadtteilen spielen in diesem Sortimentsbereich eigentlich keine Rolle.

Die gesamtstädtische Versorgung ist in diesem Sortimentsbereich bedingt gut, hat jedoch noch durchaus erkennbare zusätzliche Ansiedlungspotenziale.

Auch hier muss verstärkt auf eine innenstadtorientierte Ansiedlung bei zukünftigen Entwicklungen geachtet werden.

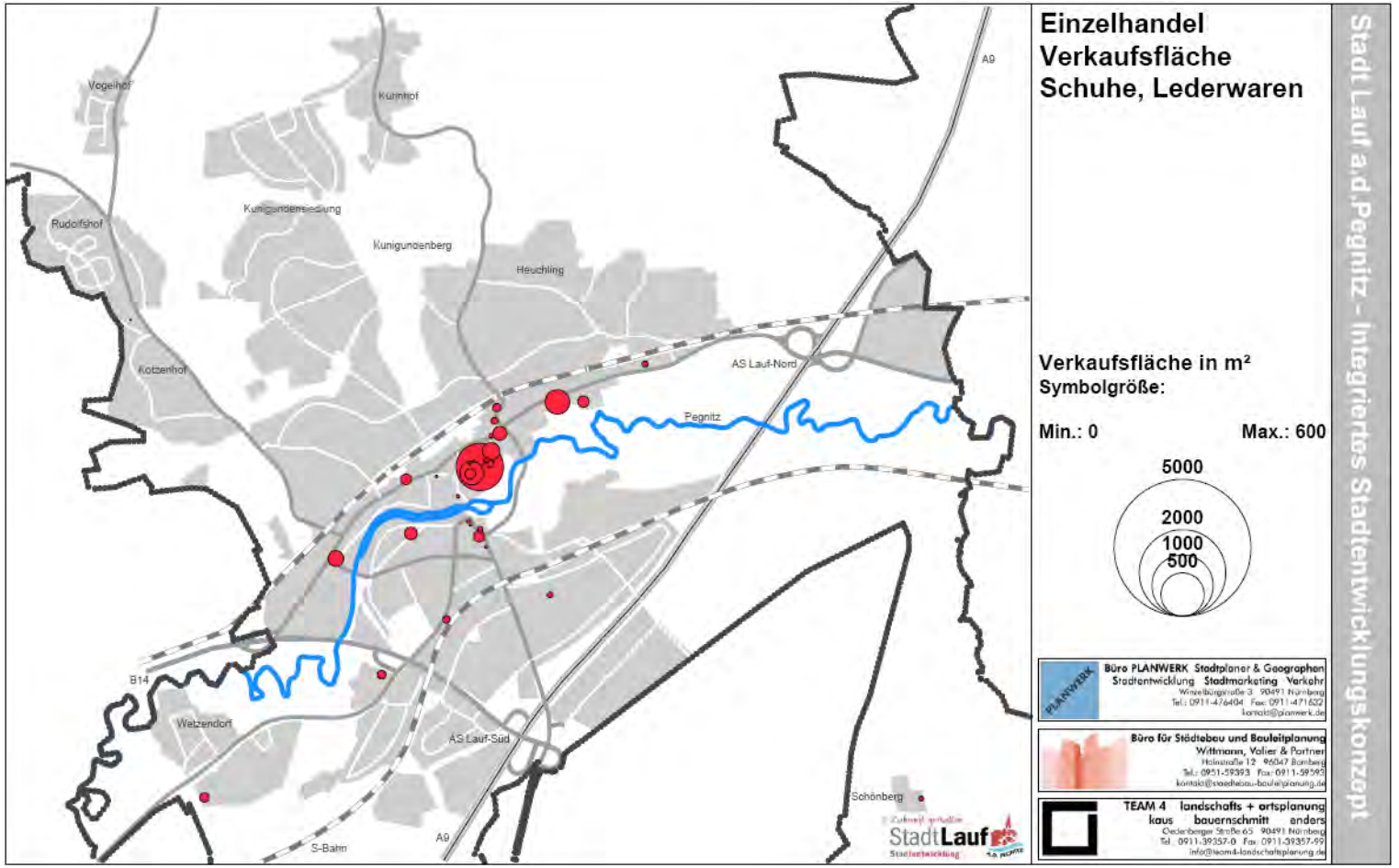


Abbildung 63

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.8 ANGEBOTE IM BEREICH UHREN, SCHMUCK

Ebenfalls höchst zentrenrelevant, aber von seiner Kaufkraft und damit auch Umsatzbedeutung bei weitem nicht so bedeutend ist der Bereich Uhren und Schmuck.

Mit etwa 300 m² Verkaufsfläche eines der kleineren Sortimente (nicht nur) in Lauf a.d.Pegnitz. Mit 64 € Kaufkraft auch einer der Sortimentsbereiche mit geringerem Umsatzaufkommen.

Dies spiegelt sich auch in der Anzahl der Angebotsstandorte wider, sowie in deren Verteilung. Alle bestehenden Angebotsstandorte in Lauf a.d.Pegnitz liegen im Stadtzentrum.

Es besteht zwar nur beschränktes Angebot, aber der Bedarf an zusätzlichen Verkaufsflächen muss dabei ebenfalls als durchaus begrenzt betrachtet werden.

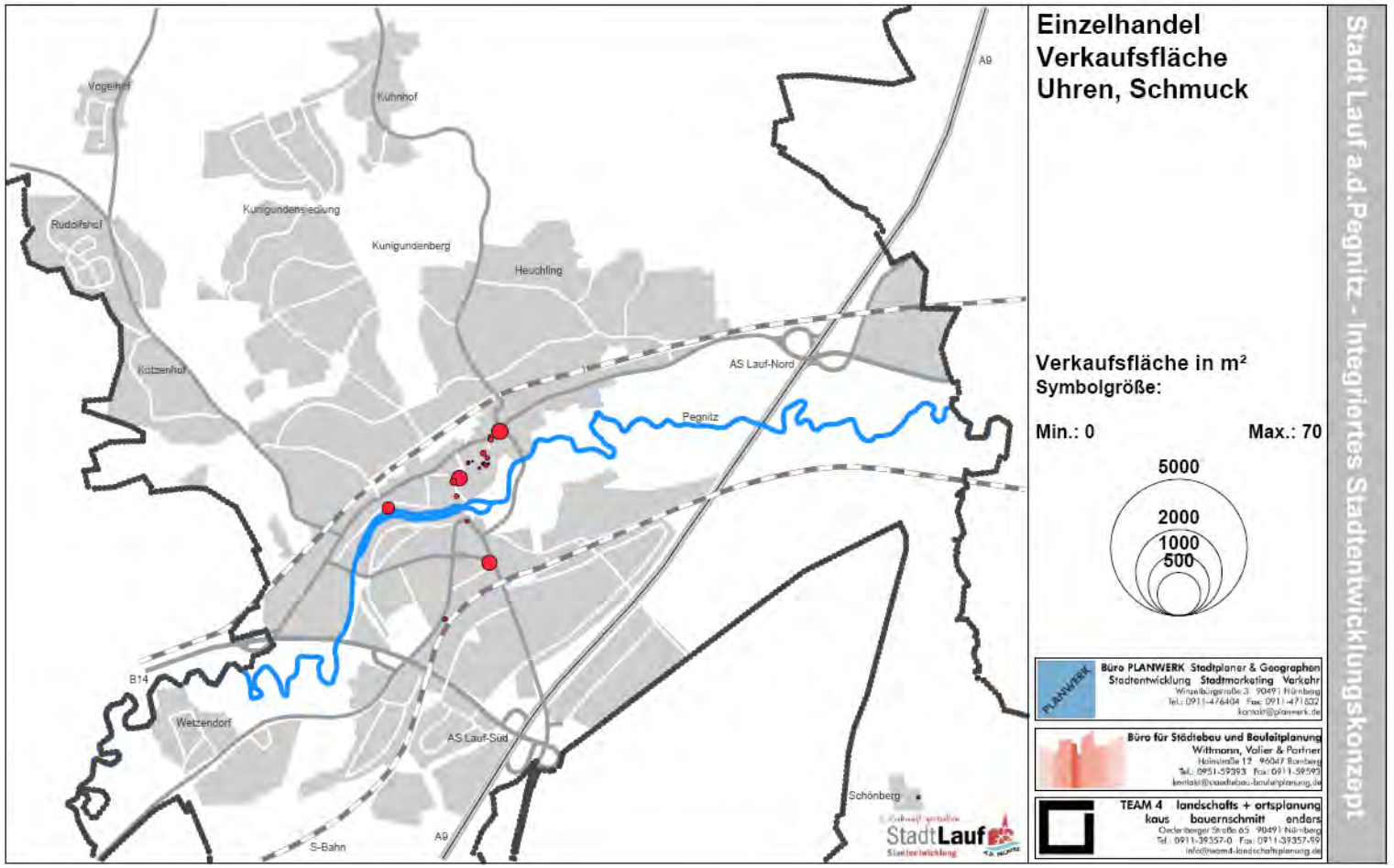


Abbildung 64

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.9 ANGEBOTE IM BEREICH BÜCHER, SCHREIBWAREN

Bücher und Schreibwaren sind ein Sortimentsbereich, der zumindest in Teilbereichen in die Güter des täglichen Bedarfs fällt. Entsprechend finden sich Angebotsstandorte auch an peripheren Standorten in den Bereichen der Wohngebiete.

Da Bücher, Papierwaren, Schul- und Büroartikel eher an zentralen Standorten angeboten und verkauft werden, findet sich dieses Angebot auch durchaus in den zentralen Lagen der Alt- und Innenstadt.

Die Angebotssituation in Lauf a.d.Pegnitz kann insgesamt als relativ gut bezeichnet werden. 1.400 m² Verkaufsfläche bilden ein gutes Angebot, sodass zusätzliche Bedarfe nur in bedingtem Maße bestehen.

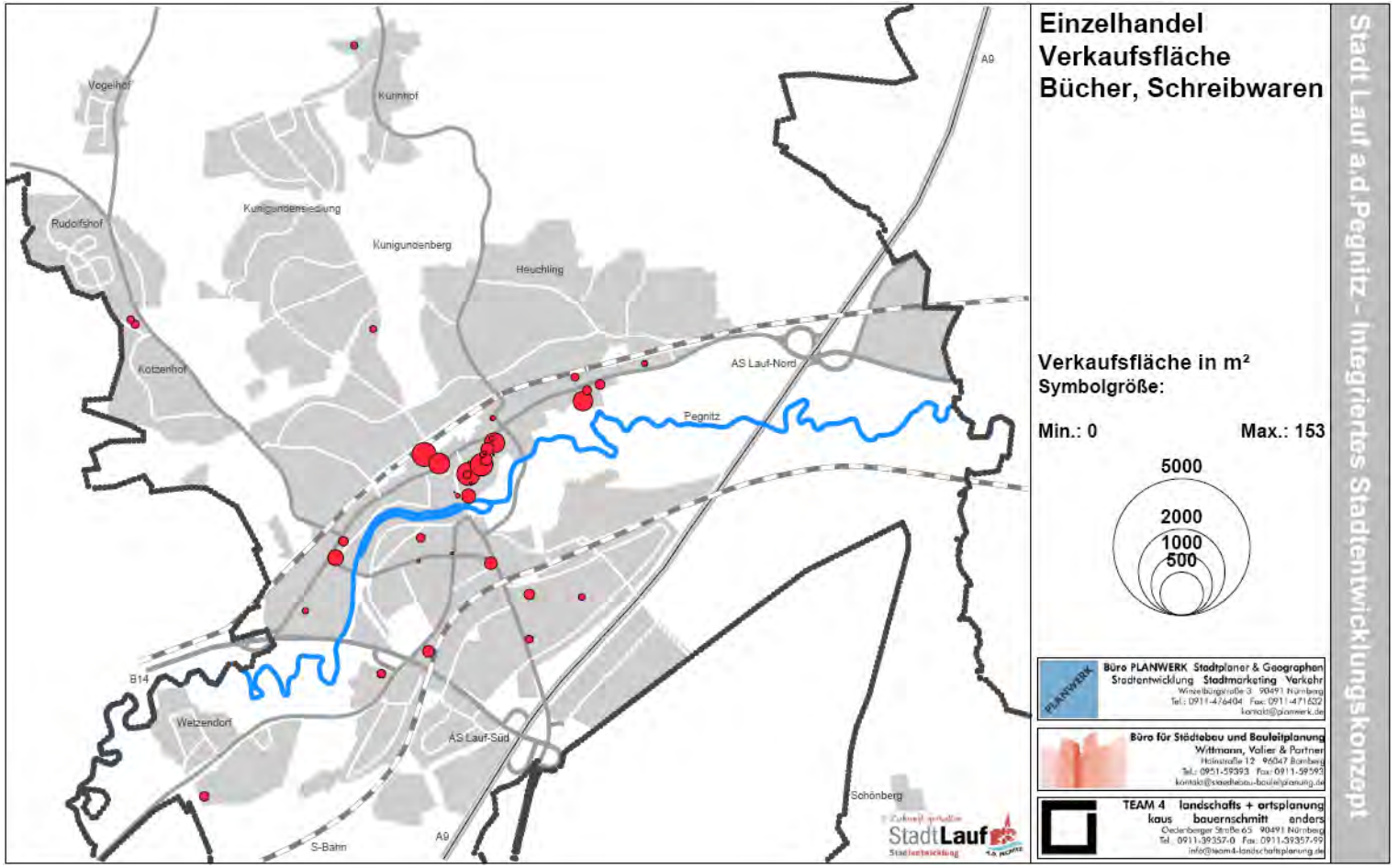


Abbildung 65

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.10 ANGEBOTE IM BEREICH HAUSRAT, GLAS, PORZELLAN

Der Sortimentsbereich Hausrat, Glas, Porzellan gehört zu der Sortimentsgruppe des persönlichen und Haushaltsbedarfs mit relativ hoher Zentrenrelevanz.

Gleichzeitig werden diese Sortimente (wie oben bereits dargestellt) häufig an anderen Standorten v.a. des Einrichtungsbedarfs als Randsortimente angeboten. Damit kommt es häufiger vor, dass diese Sortimente auch an peripheren, nicht integrierten Standorten angeboten werden.

Auch in Lauf a.d.Pegnitz ist eine Konzentration v.a. kleinerer Standorte auf die Alt- und Innenstadt zu erkennen, während allerdings bereits die ersten Standorte an der Peripherie (z.B. Discount-Möbelmarkt) entsprechende Güter anbieten.

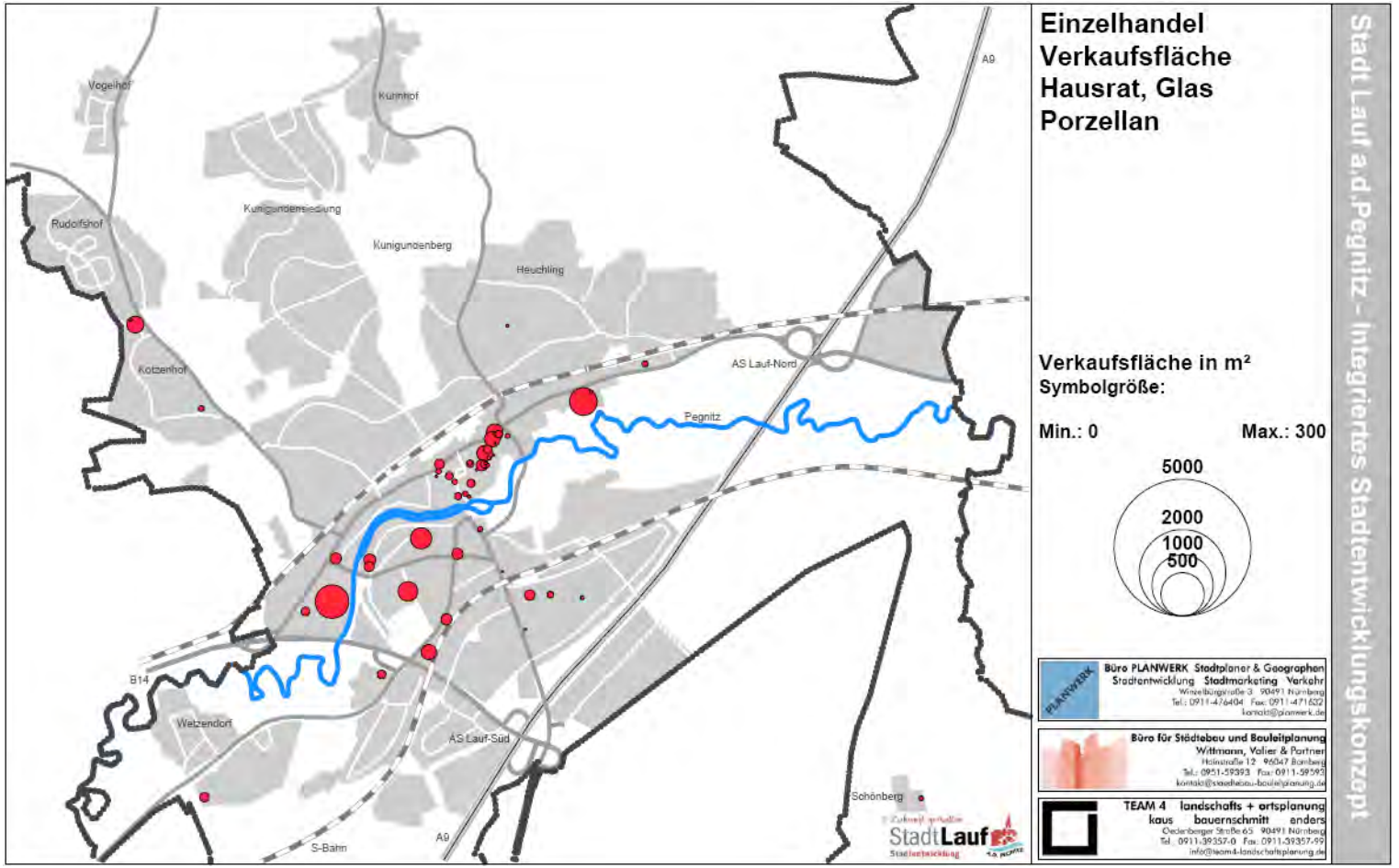


Abbildung 66 (Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

Das Gesamtangebot ist ausreichend, könnte aber durchaus punktuell noch ergänzt werden.

4.1.3.11 ANGEBOTE IM BEREICH DER UNTERHALTUNGSELEKTRONIK

Angebote im Bereich der Unterhaltungselektronik umfassen sog. "Braune Ware", also Geräte im Phono-, TV-, Rundfunkbereich, aber auch bespielte Tonträger (CDs, DVDs) und Videospiele.

Braune Ware ist auf Grund des größeren Platzbedarfs in den letzten Jahren vermehrt an den Stadtrand gezogen, während Tonträger noch an zentralen Standorten existieren können.

Insgesamt besteht in diesem Bereich jedoch in Lauf ein übersichtliches Angebot. Knapp 600 m² Verkaufsfläche genügen nicht für die örtliche Nachfrage. Dafür besteht durchaus Zusatzbedarf.

In diesem Sortimentsbereich muss die Zentrenrelevanz für den Standort Lauf a.d.Pegnitz noch konkret geprüft werden.

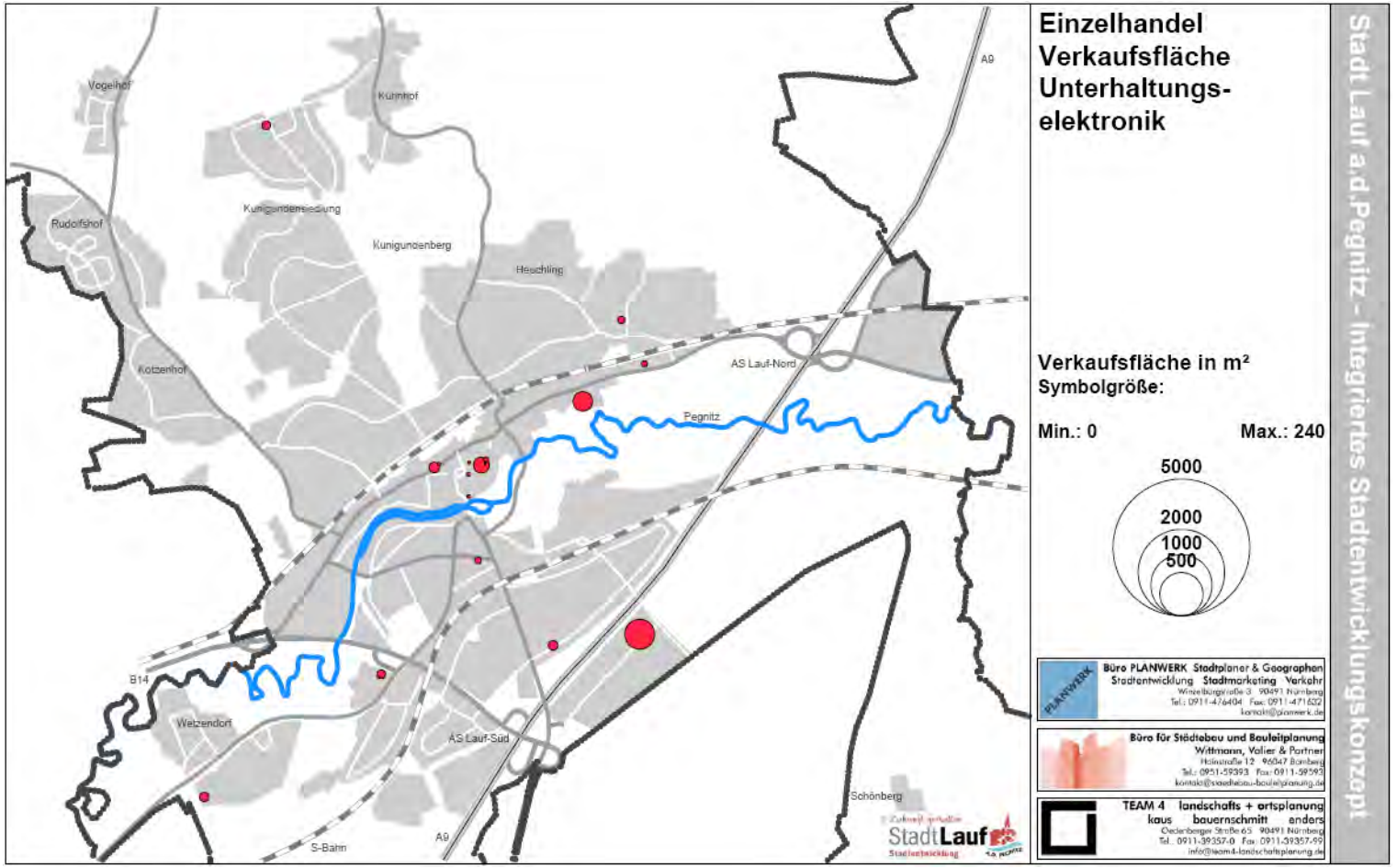


Abbildung 67

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.12 ANGEBOTE IM BEREICH SPIELWAREN, HOBBYS

Der Sortimentsbereich Spielwaren, Hobby bildet einen Sortimentsbereich, der neben den üblichen Spielen und Spielwaren weitere Angebote enthält, wie z.B. Musikinstrumente, Münz- oder Briefmarkensammlungen.

Damit ist aber auch erkennbar, dass es sich hierbei um Güter mit beträchtlicher Zentrenrelevanz handelt.

Die Verteilung in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz spiegelt diese Zentrenrelevanz zum größten Teil wider.

Allerdings ist das vorhandene Angebot mit knapp 700 m² Verkaufsfläche für den örtlichen Bedarf nicht ausreichend. Es besteht durchaus Ansiedlungs- oder Erweiterungsbedarf.

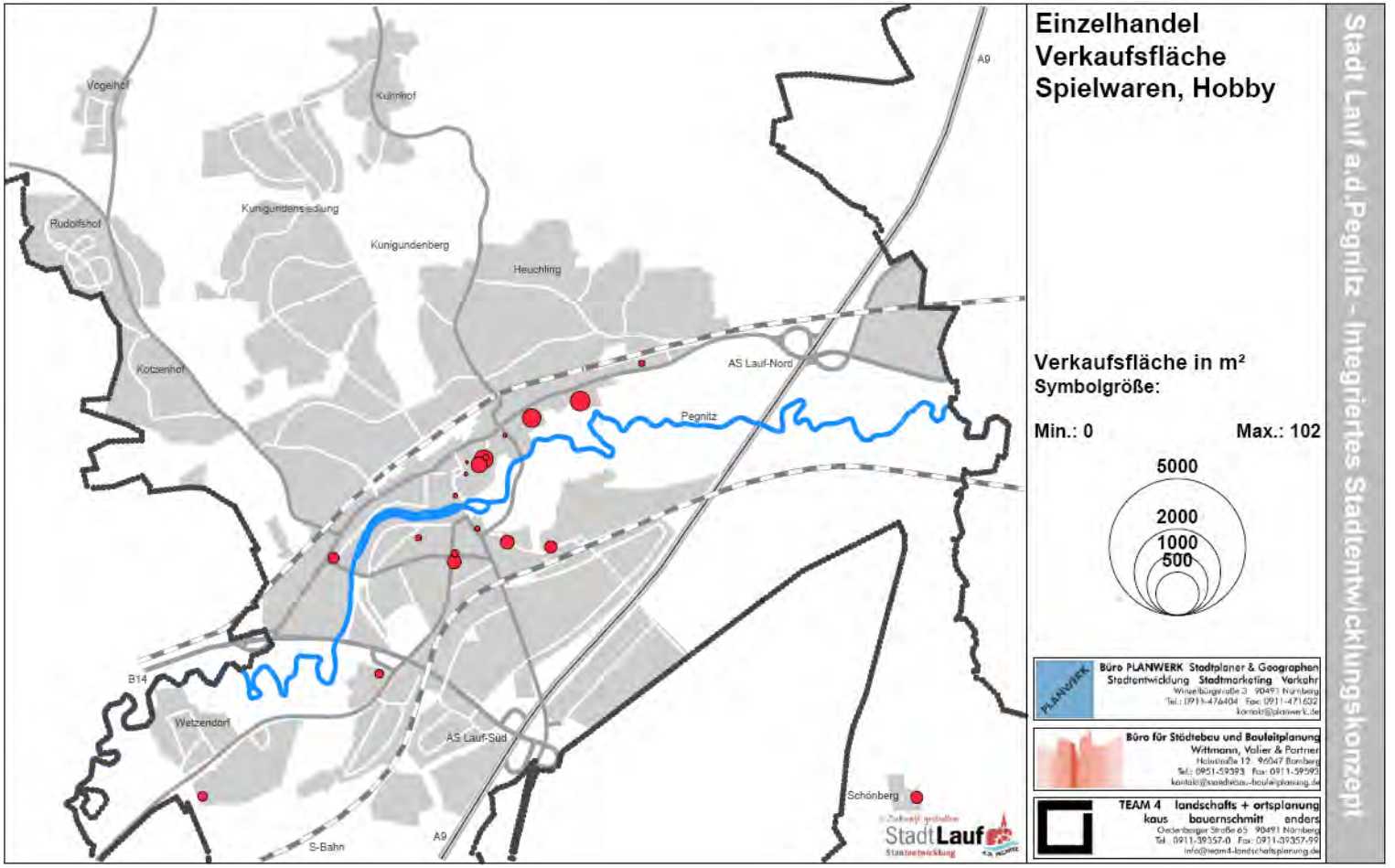


Abbildung 68

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.13 ANGEBOTE IM BEREICH FOTO, OPTIK

Ein weiterer höchst für zentrale Standorte sensibilisierter Sortimentsbereich ist der Bereich von Foto und Optik.

Die bestehenden Angebotsstandorte konzentrieren sich in Lauf a.d.Pegnitz eindeutig auf den Bereich der Innenstadt. Vereinzelt bestehen Standorte an der Peripherie oder in den Stadtteilen.

Insgesamt ist das Angebot relativ gut für den Standort, wenn auch noch geringer Bedarf zur Ansiedlung oder Erweiterung besteht.

Auf eine zentrenverträgliche Ansiedlung ist bei diesem Sortimentsbereich grundsätzlich zu achten.

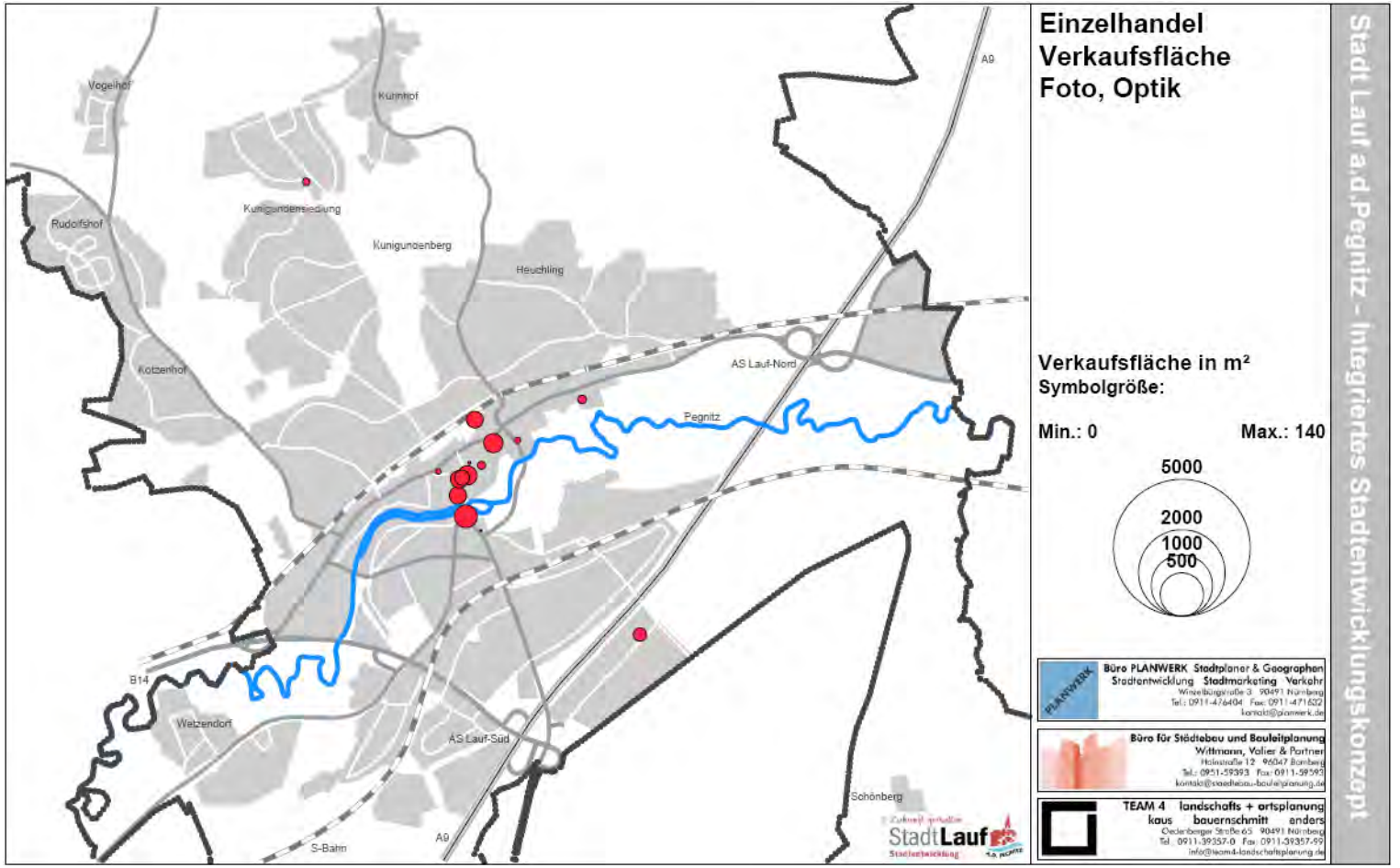


Abbildung 69

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.14 Angebote im Bereich Telekommunikation

Obwohl der Bereich Telekommunikation heute eine große Rolle spielt bildet er doch den kleinsten aller Sortimentsbereiche, zumindest bezüglich der verfügbaren Kaufkraft. Mobiltelefone, Telefon- und Faxgeräte gehören dazu.

Mit über 500 m² Verkaufsfläche ist das Sortimentsangebot in Lauf a.d.Pegnitz relativ gut. Die Verteilung der Standorte zeigt Schwerpunkte im Stadtzentrum, aber durchaus auch Angebote in innenstadtnahen Wohnbereichen.

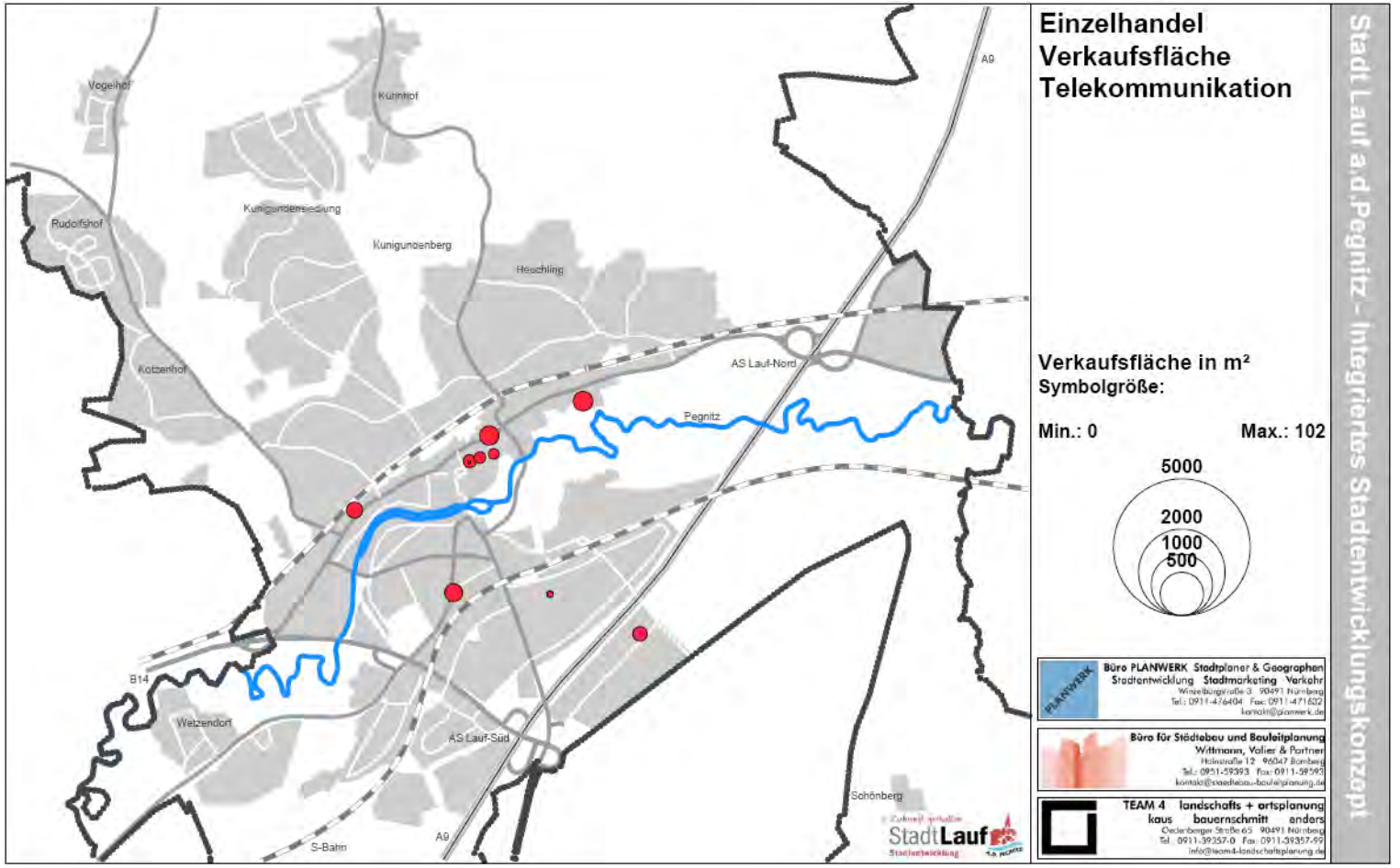


Abbildung70

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.15 ANGEBOTE IM BEREICH INFORMATIONSTECHNIK

Mit knapp 200 m² Verkaufsfläche bildet der Sortimentsbereich der Informationstechnik (PC, Drucker etc.) den Bereich mit der geringsten Angebotsfläche, die sich auch teilräumlich kaum zuordnen lässt. Die wenigen Standorte liegen sowohl in der Alt- und Innenstadt als auch außerhalb z.B. in einem Gewerbegebiet.

Dieser Sortimentsbereich weist einen durchaus erkennbaren Zusatzbedarf auf, der partiell auch als zentrenrelevant (z.B. Software) klassifiziert werden muss.

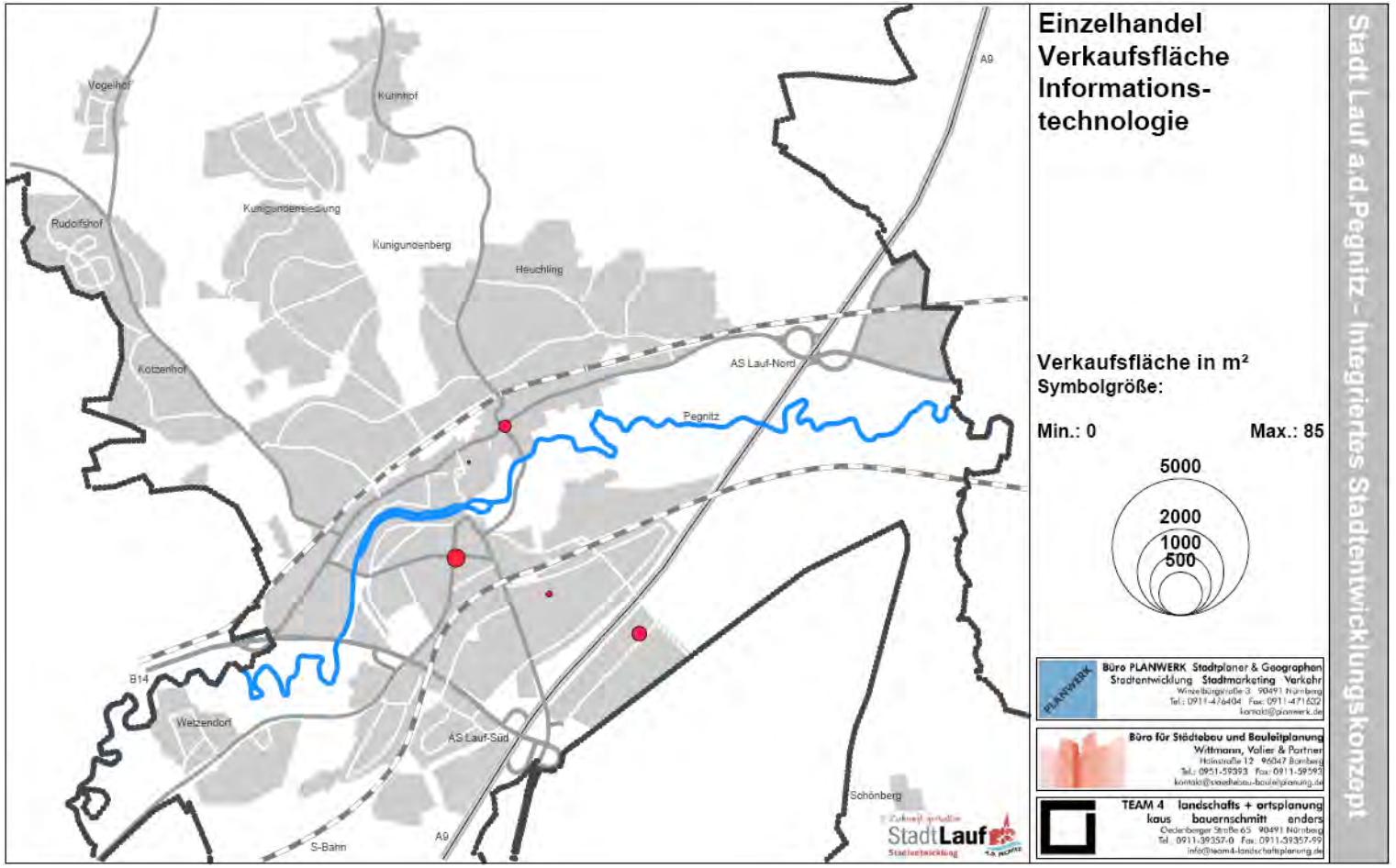


Abbildung 71

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.16 ANGEBOTE IM BEREICH SPORT, CAMPING

Der Sortimentsbereich Sport, Camping umfasst sowohl zentrenrelevante als auch nicht zentrenrelevante Güter.

Der gesamte Bereich der Sportbekleidung muss ebenso wie das Sortiment der Textilien als eindeutig zentrenrelevant angesehen werden.

Auf der anderen Seite sind Sportgeräte und Campingartikel (v.a. Großartikel) als nicht zentrenrelevant eingeordnet. Aus der Tatsache, dass beide Teile des Sortimentsbereichs nicht immer stringent zu trennen sind, ergibt sich eine Zuordnung von Sportartikeln zu zentrenrelevanten und Camping zu nicht zentrenrelevanten Gütern.

Die Versorgungssituation ist in Lauf a.d.Pegnitz zwar relativ gut, weist aber trotzdem noch Nachholbedarf auf.

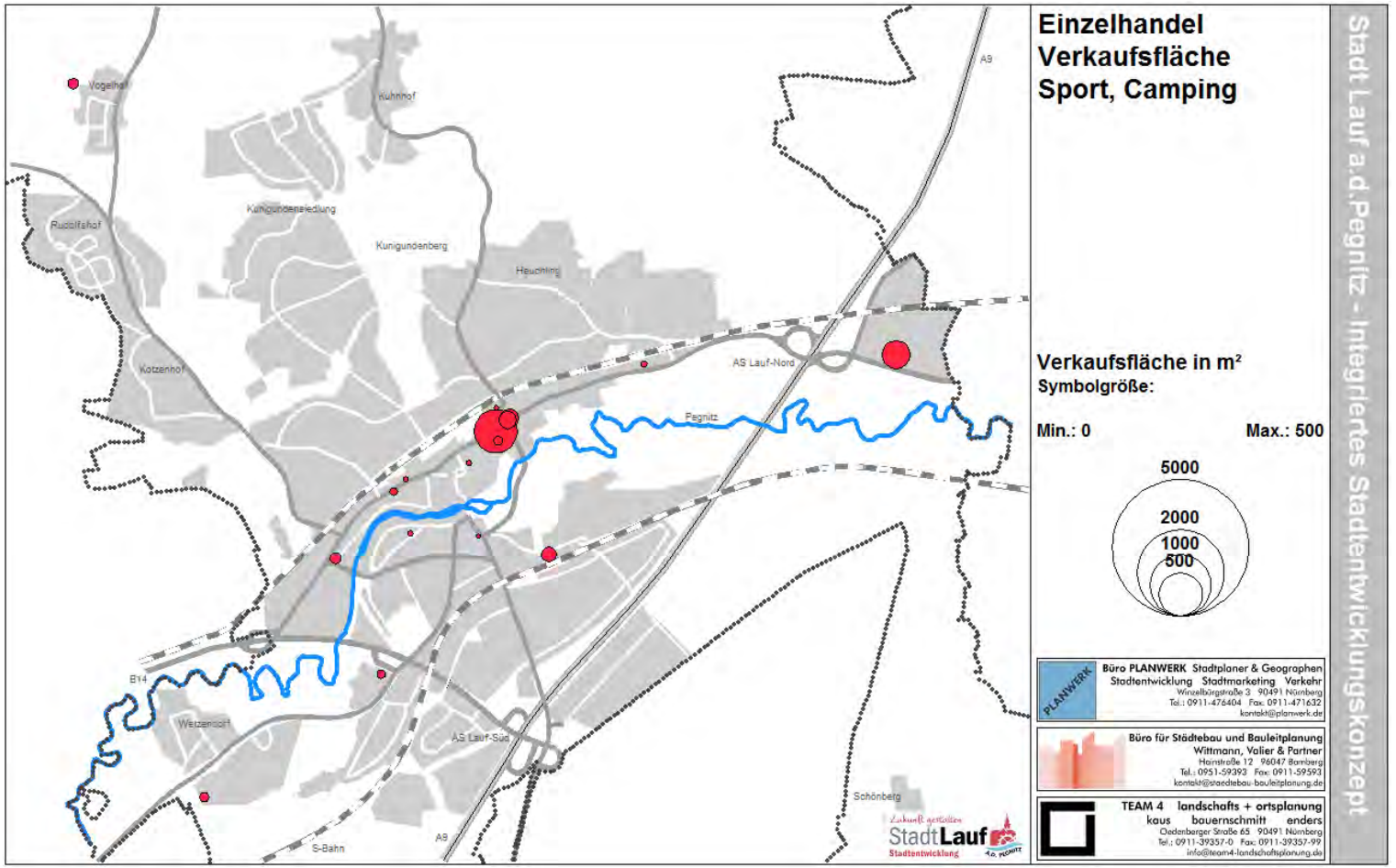


Abbildung 72

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.17 ANGEBOTE IM BEREICH DER SONSTIGEN SORTIMENTE (KFZ)

Der sonstige Einzelhandel umfasst in erster Linie Angebote im Bereich von Kraftfahrzeugen (Autohäuser), Handel mit Brennstoffen und weitere nicht zuordenbare Sortimente.

Die sonstigen Sortimente werden nicht weiter in die Berechnung der Kaufkraftflüsse einbezogen und sind deshalb an dieser Stelle nur der Vollständigkeit halber aufgezählt.

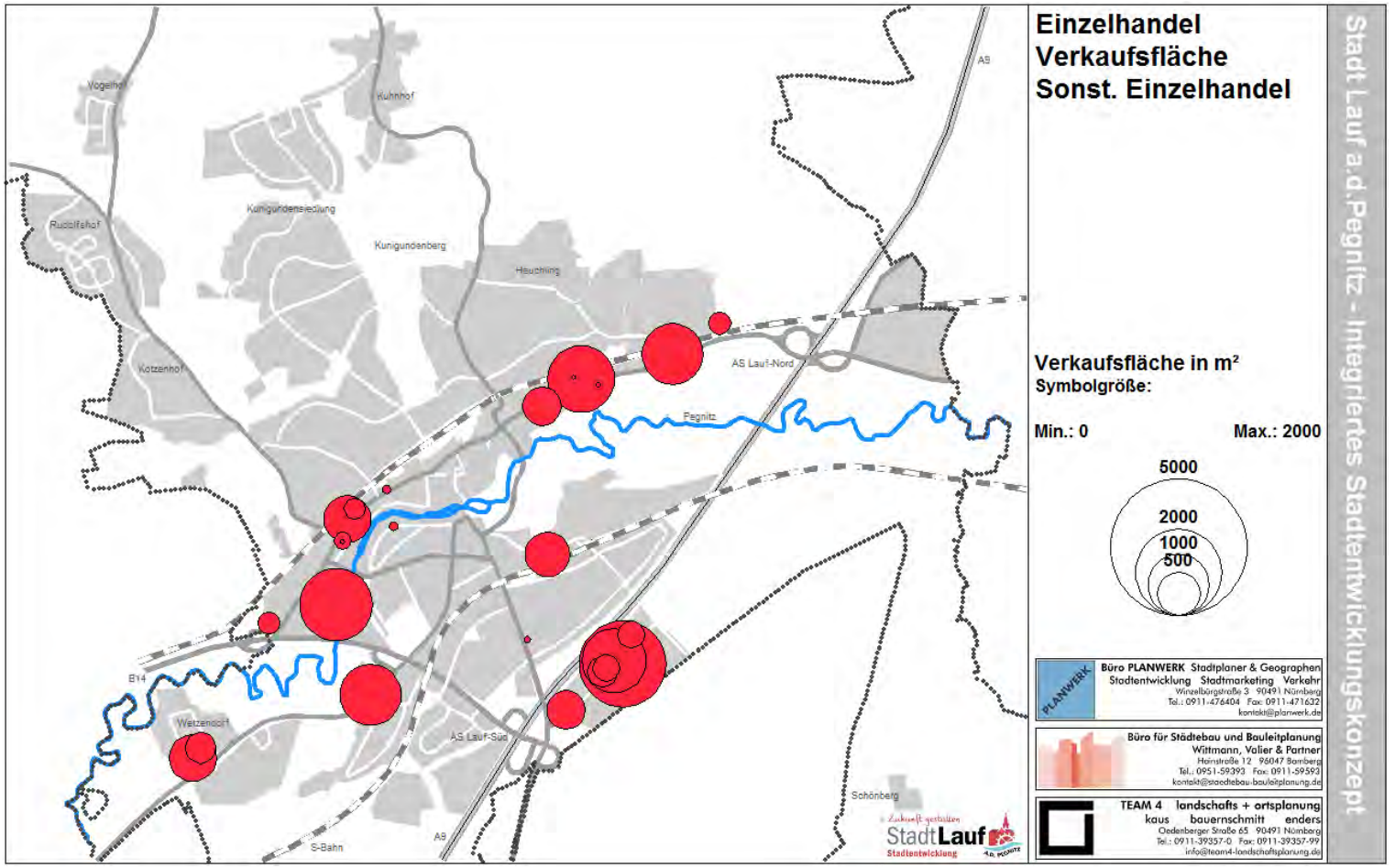


Abbildung 73

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.18 SITUATION IM BEREICH "LEERSTAND"

Bei der gesamten Erhebung von Einzelhandel und allen anderen gewerblichen Standorten wurden auch die gewerblichen Leerstände, soweit sie erkennbar waren, durch das Erhebungspersonal mit erfasst.

Zum Zeitpunkt der Erhebung Anfang 2010 waren insgesamt rund 4.000 m² gewerblicher Fläche leer stehend.

Die räumliche Verteilung zeigt einige wenige größere Leerstände im Bereich von Gewerbegebieten, allerdings mehrere meist flächenmäßig kleinere Leerstände in der Altstadt, der angrenzenden Innenstadt und auch in den Stadtteilen von "Lauf Links" und "Lauf Rechts".

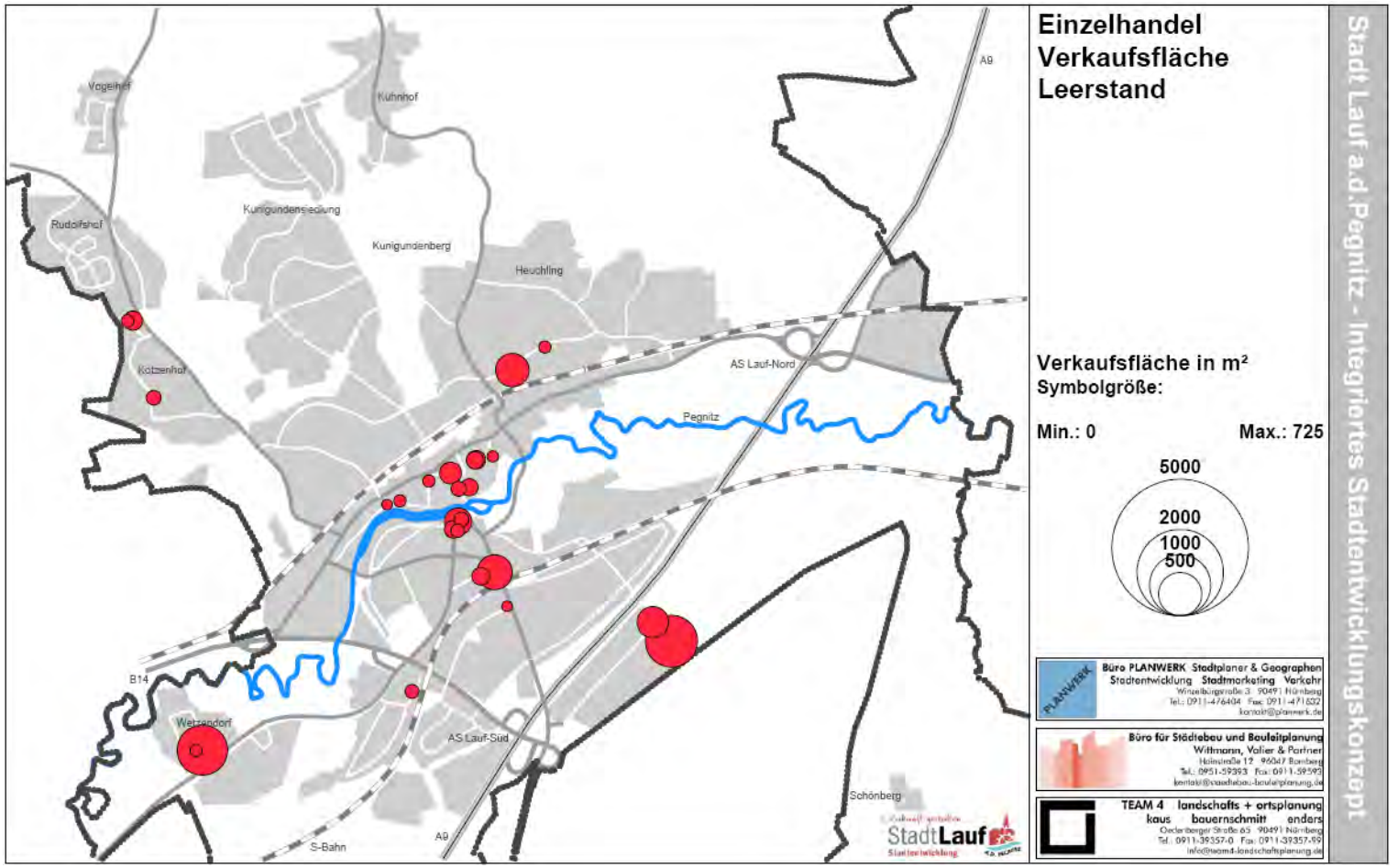


Abbildung 74

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.1.3.19 ANGEBOTE IM BEREICH DER NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

Einer speziellen Analyse wurde die Verteilung der Nahversorgungsstandorte im Laufer Stadtgebiet unterzogen. Dabei wurden alle Standorte vom kleinen Lebensmittel- oder Gemüseladen über Bäckereien und Metzgereien bis hin zum Discounter und Vollsortimentmarkt berücksichtigt.

Die Abbildung verdeutlicht, dass sich die großen Anbieter auf den Bereich von "Lauf Mitte" (zwischen den Bahnlinien) konzentrieren, aber dort auch die kleineren Anbieter in hoher Konzentration auftreten.

In "Lauf Links" ist die Versorgung im Ansatz noch zufriedenstellend. In "Lauf Rechts" allerdings nur punktuell (Kotzenhof, Kunigundenpark, Heuchling). Dort besteht noch weiterer Versorgungsbedarf, ebenso wie in den nicht abgebildeten Ortsteilen.

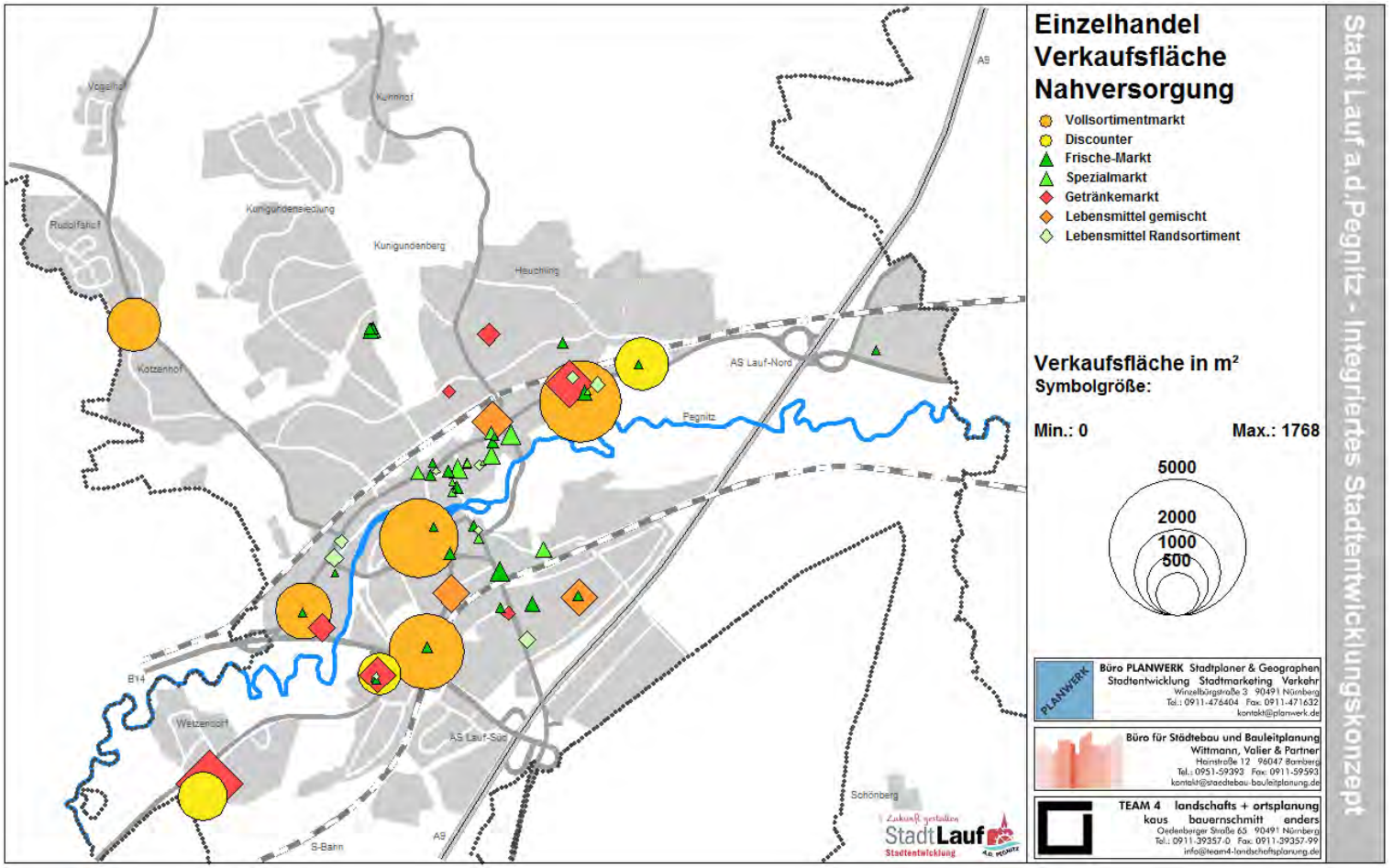


Abbildung 75

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

4.2 KAUFKRAFT

Dem Angebot im Einzelhandel steht differenziert nach den einzelnen Sortimentsbereichen eine vorhandene Kaufkraft der Laufer Bevölkerung gegenüber. Für die Beurteilung dieser Kaufkraft wurden die aktuellen Werte (2009) aus der Statistik der GfK herangezogen. Wie bereits im Kapitel 1 dargestellt beläuft sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Lauf a.d.Pegnitz auf € 5.747 pro Kopf der Bevölkerung. Damit erreicht die Stadt Lauf a.d.Pegnitz einen Pro-Kopf-Kaufkraftwert, der gut 10% über dem bundesweiten Durchschnitt rangiert. Gerechnet auf die gesamte Bevölkerung summiert sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Laufer Bevölkerung auf insgesamt € 150,4 Mio.

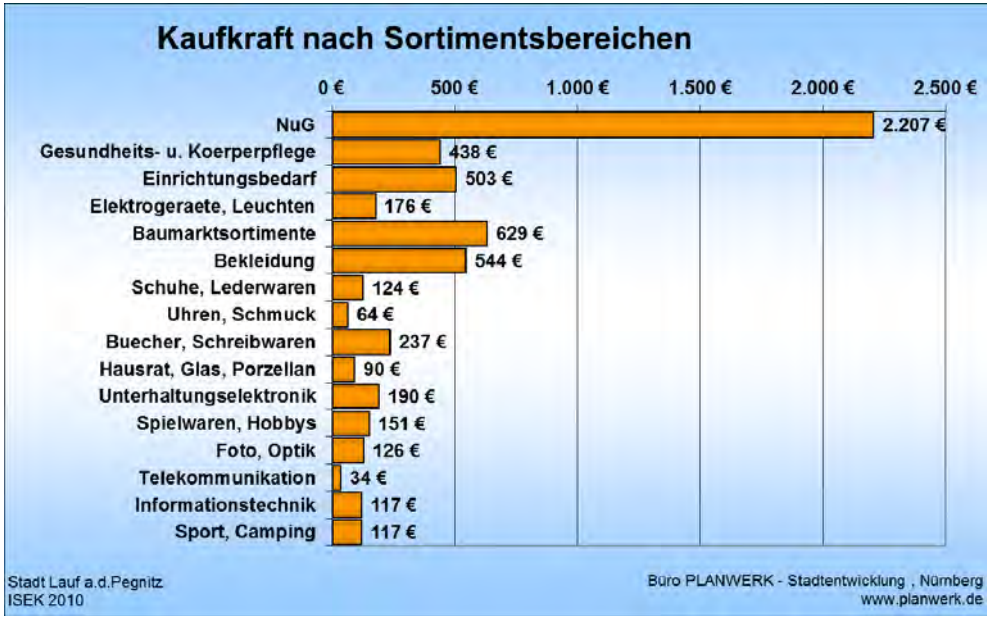


Abbildung 76 **(Quelle: GfK Nürnberg; Kaufkraftdaten der Stadt Lauf a.d.Pegnitz 2009)**

4.2.1 SORTIMENTSSPEZIFISCHE KAUFKRAFT

Über die Hälfte der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zielt auf die Sortimente der Güter des periodischen Bedarfs. € 57,8 Mio. auf den Sortimentsbereich der Nahrungs- und Genussmittel, € 11,5 Mio. auf den Sortimentsbereich Gesundheits- und Körperpflege. Jeweils über ca. € 10 Mio. Kaufkraft verfügt die Laufer Bevölkerung für die Sortimentsbereiche Baumarktsortimente (€ 16,5 Mio.), Bekleidung (€ 14,2 Mio.) und Einrichtungsbedarf (€ 13,2 Mio.). Alle weiteren Sortimentsbereiche weisen Kaufkraftsummen von unter € 10 Mio. auf, am geringsten im Bereich Telekommunikation mit € 0,9 Mio.

4.2.2 KAUFKRAFTBINDUNG

Wichtig für die Beurteilung der Wirtschaftsstärke des Standortes Lauf a.d.Pegnitz ist die Kaufkraftbindung, die durch den Einzelhandel am Standort Lauf a.d.Pegnitz verursacht wird.

Insgesamt sind am Standort Lauf a.d.Pegnitz € 91,8 Mio. der vorhandenen Kaufkraft der Laufer Bevölkerung gebunden. Damit wird eine Bindungsquote von 61,0% erreicht.

In den einzelnen Sortimentsbereichen schwanken die Quoten der Kaufkraftbindung zwischen 7% im Bereich des Einrichtungsbedarfs (€ 0,9 Mio. von € 13,2 Mio.) und 89% im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel (€ 51,5 Mio. von € 57,8 Mio.).

Abbildung 77 stellt die Bindungsquoten in allen 16 Sortimentsbereichen dar. Die Darstellung verdeutlicht, dass der Großteil der Sortimentsbereiche bei einer Bindungsquote zwischen ca. 20% und 45% rangiert.

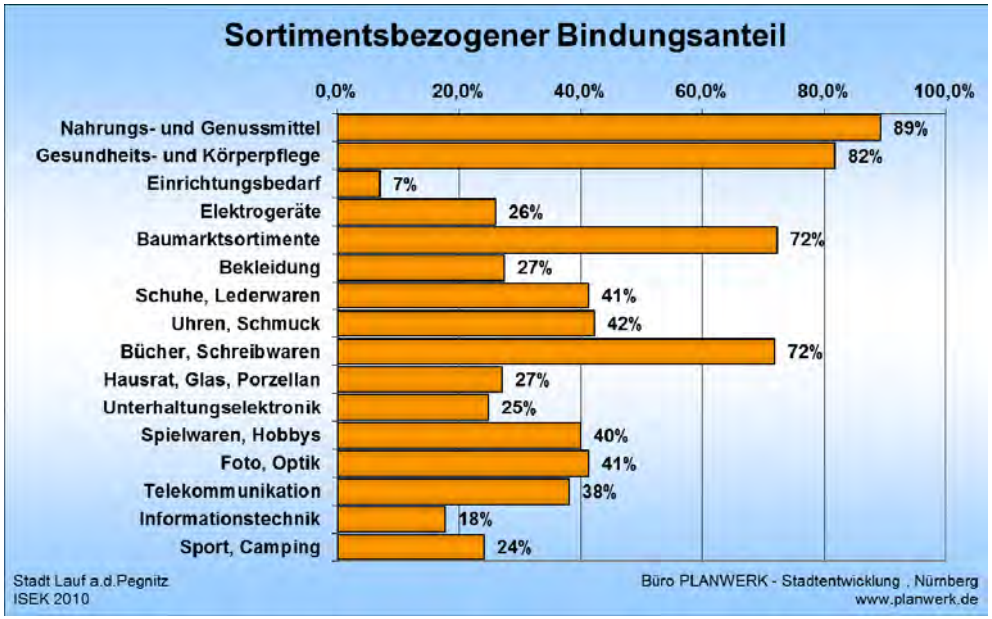


Abbildung 77 (Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)

4.2.3 KAUFKRAFTFLÜSSE

Aus dem oben beschriebenen Faktor der Kaufkraftbindung ergibt sich automatisch die Größe des Kaufkraftabflusses. Die vorhandene Kaufkraft der Laufer Bevölkerung abzüglich der am Standort gebundenen Kaufkraft ergibt somit den resultierenden Kaufkraftabfluss. Dieser umfasst am Standort Lauf a.d.Pegnitz eine Größenordnung von € 58,7 Mio. und damit gut 39% der gesamten vorhandenen Laufer Kaufkraft.

Abbildung 78 stellt die Kaufkraftabflüsse in allen Sortimentsbereichen dar. Die Quoten des Abflusses (die sich aus den oben genannten Bindungsquoten ergeben) liegen in den meisten Fällen zwischen 55% und 80%. Auf Grund des unterschiedlichen Kaufkraftvolumens in den einzelnen Sortimentsbereichen ergeben sich daraus die dargestellten Kaufkraftabflüsse in Mio. €.

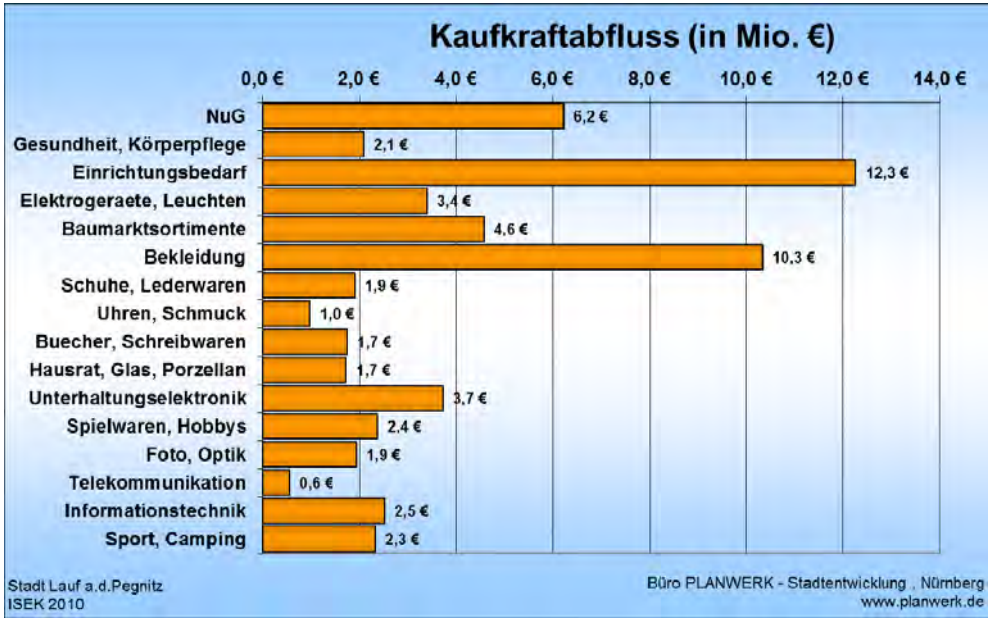


Abbildung 78 (Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)

Obwohl die Sortimentsbereiche der Güter des periodischen Bedarfs prozentual die geringsten Kaufkraftabflüsse verkraften müssen, erreichen diese auf Grund des insgesamt sehr hohen Kaufkraftaufkommens Werte von € 6,2 Mio. (Nahrungs- und Genussmittel) und € 2,1 Mio. (Gesundheit, Körperpflege). Hohe Abflusswerte verzeichnen auch der Einrichtungsbedarf (€ 12,3 Mio.), die Bekleidung (€ 10,3

Mio.) und die Baumarktsortimente (€ 4,6 Mio.). Alle übrigen Sortimentsbereiche rangieren bei Werten von unter 1 bis unter € 4 Mio.

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

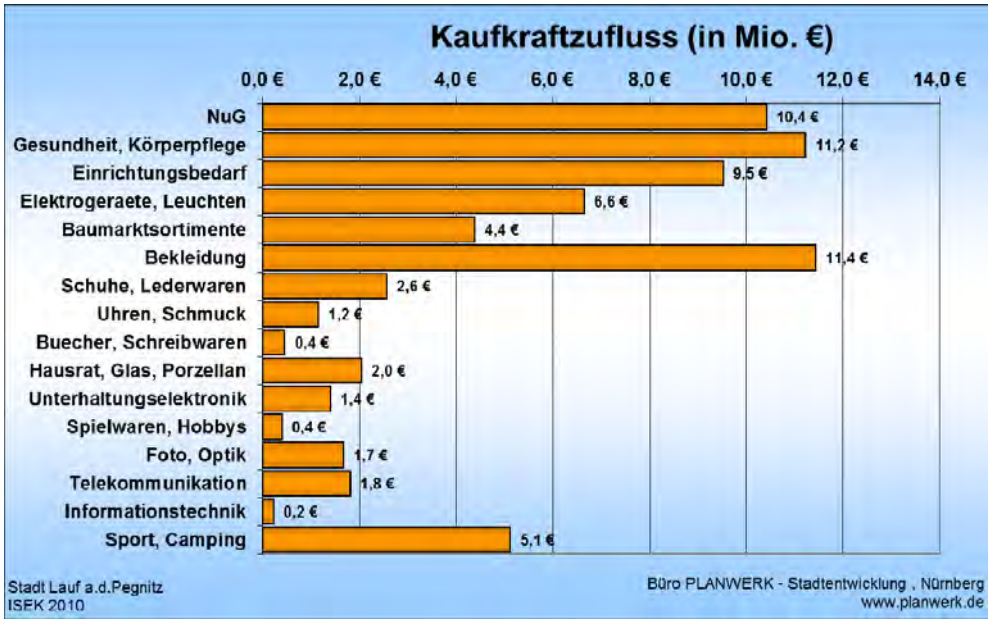


Abbildung 79 **(Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)**

Die höchsten Kaufkraftzuflüsse verzeichnen die Sortimentsbereiche Bekleidung (€ 11,4 Mio.), Gesundheit, Körperpflege (€ 11,2 Mio.), Nahrungs- und Genussmittel (€ 10,4 Mio.) und Einrichtungsbedarf (€ 9,5 Mio.). Die Sortimentsbereiche Elektrogeräte, Leuchten (€ 6,6 Mio.), Sport, Camping (€ 5,1 Mio.) und Baumarktsortimente (€ 4,4 Mio.) erreichen noch Zuflusswerte über € 4 Mio., während die übrigen Sortimentsbereiche unter € 3 Mio. rangieren, bei den geringsten Werten in den Sortimentsbereichen Informationstechnik (€ 0,2 Mio.), Bücher / Schreibwaren (€ 0,4 Mio.) und Spielwaren / Hobbys (€ 0,4 Mio.) (Abb. 79).

4.2.4 EINZELHANDELSZENTRALITÄT

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

Insgesamt erreicht der Einzelhandelsstandort dabei einen Faktor von 1,08, d.h. der örtliche Umsatz im Einzelhandel insgesamt liegt um 8% höher als das gesamte Kaufkraftpotenzial der Laufer Bevölkerung.

Differenziert nach einzelnen Sortimentsbereichen ergeben sich sehr unterschiedliche Werte für die einzelnen Sortimentsbereiche, die zwischen 0,25 im Bereich der Informationstechnik und 2,40 im Bereich der Telekommunikation rangieren (Abb. 80).

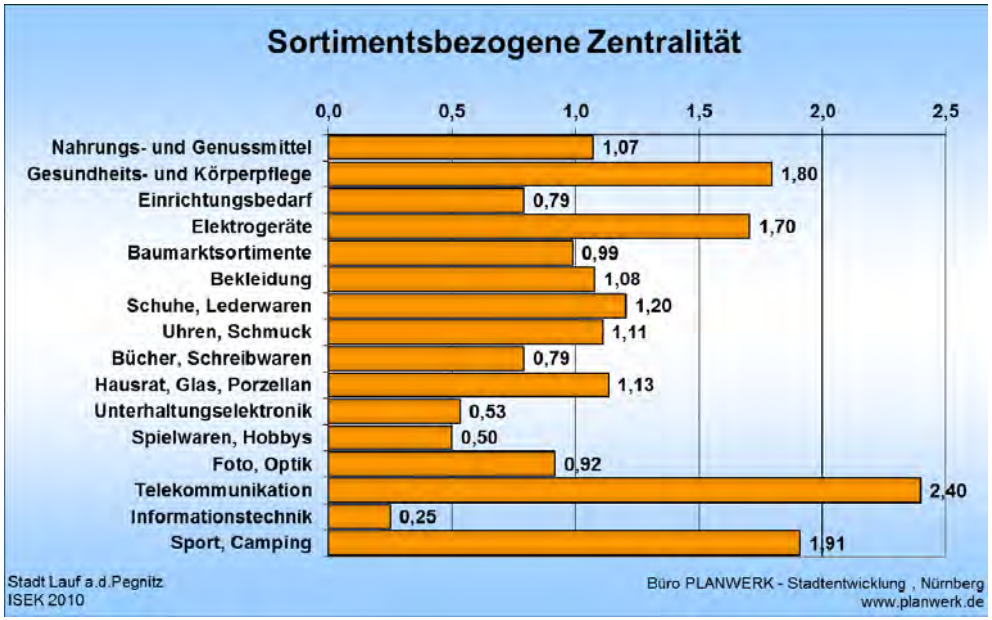


Abbildung 80 (Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)

Telekommunikation, Sport / Camping, Gesundheit / Körperpflege und Elektrogeräte / Leuchten weisen die höchsten Kennziffern auf. Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Uhren / Schmuck sowie Hausrat / Glas / Porzellan weisen ebenfalls einen Bedeutungsüberschuss (Umsatz > Kaufkraft) auf. In allen anderen Sortimentsbereichen liegt die Kennziffer unter 1 und damit bei einem Bedeutungsdefizit.

Insgesamt zeigt die Einzelhandelszentralität, dass der Standort Lauf a.d.Pegnitz trotz seiner Lage vor den Toren der Oberzentren in Teilbereichen bedeutende Versorgungsfunktion für den Standort selbst und das zugeordnete Umland hat.

4.3 EINZELHANDELSUMSATZ

Neben der Verkaufsfläche, der Kaufkraft und den damit in Verbindung stehenden Größen wie Kaufkraftflüsse und Kaufkraftbindung spielt der Einzelhandelsumsatz als weitere Größe eine Rolle bei der Beurteilung der Situation des Einzelhandelsstandortes Lauf a.d.Pegnitz.

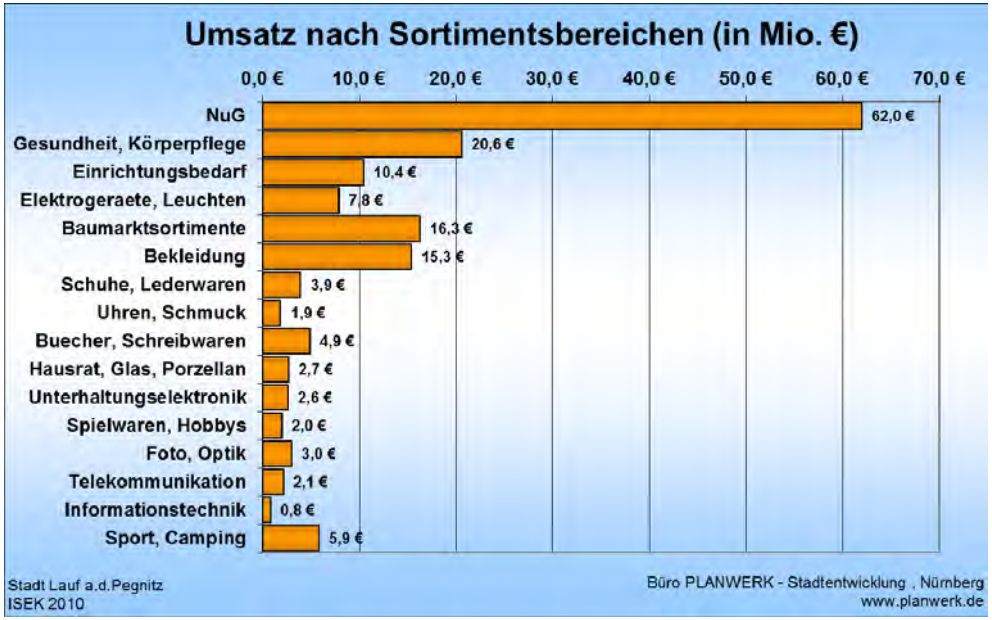


Abbildung 81 (Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)

Insgesamt beläuft sich der Einzelhandelsumsatz am Standort Lauf a.d.Pegnitz nach den im Frühjahr 2010 durchgeführten Erhebungen auf hochgerechnet € 162,2 Mio. 38% dieses Umsatzes werden im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit € 62,0 Mio. er-

wirtschaftet. Weitere 39% steuern zusammen die Sortimentsbereiche Gesundheit / Körperpflege (€ 20,6 Mio.), Baumarktsortimente (€ 16,3 Mio.), Bekleidung (€ 15,3 Mio.) und Einrichtungsbedarf (€ 10,4 Mio.) bei. Die verbleibenden 23% oder gut € 37 Mio. verteilen sich auf die übrigen 11 Sortimentsbereiche, wobei die aperiodischen Güter aus dem Bereich Technik hier einen beträchtlichen Anteil ausmachen (Abb. 81).

4.4 BILANZIERUNG UMSATZ – KAUFKRAFT

In Abbildung 82 sind zusammenfassend die gesamtstädtischen Werte der oben genannten Größen nochmals nebeneinander gestellt.

Von insgesamt € 150,4 Mio. Kaufkraft sind € 91,8 Mio. am Standort Lauf a.d.Pegnitz gebunden. Dies bedeutet einen Kaufkraftabfluss von insgesamt € 58,7 Mio. Die gebundene Kaufkraft zusammen mit dem Kaufkraftzufluss von insgesamt € 70,4 Mio. ergibt summarisch einen Einzelhandelsumsatz am Standort Lauf a.d.Pegnitz von € 162,2 Mio.

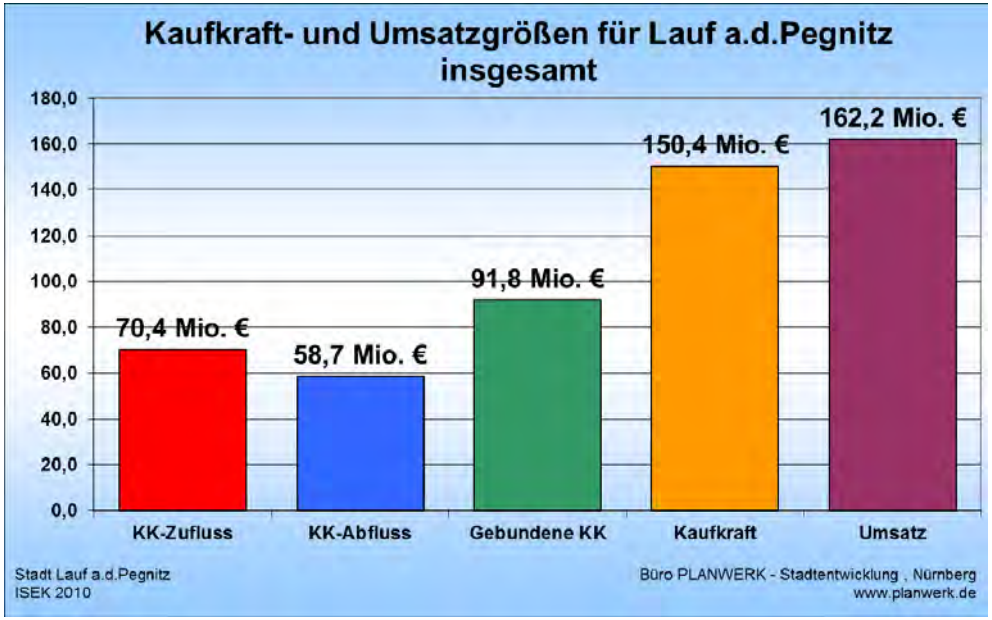


Abbildung 82 **(Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)**

Die nachfolgende Abbildung 83 zeigt diese Größen nochmals in schematischer Flussdiagrammdarstellung.

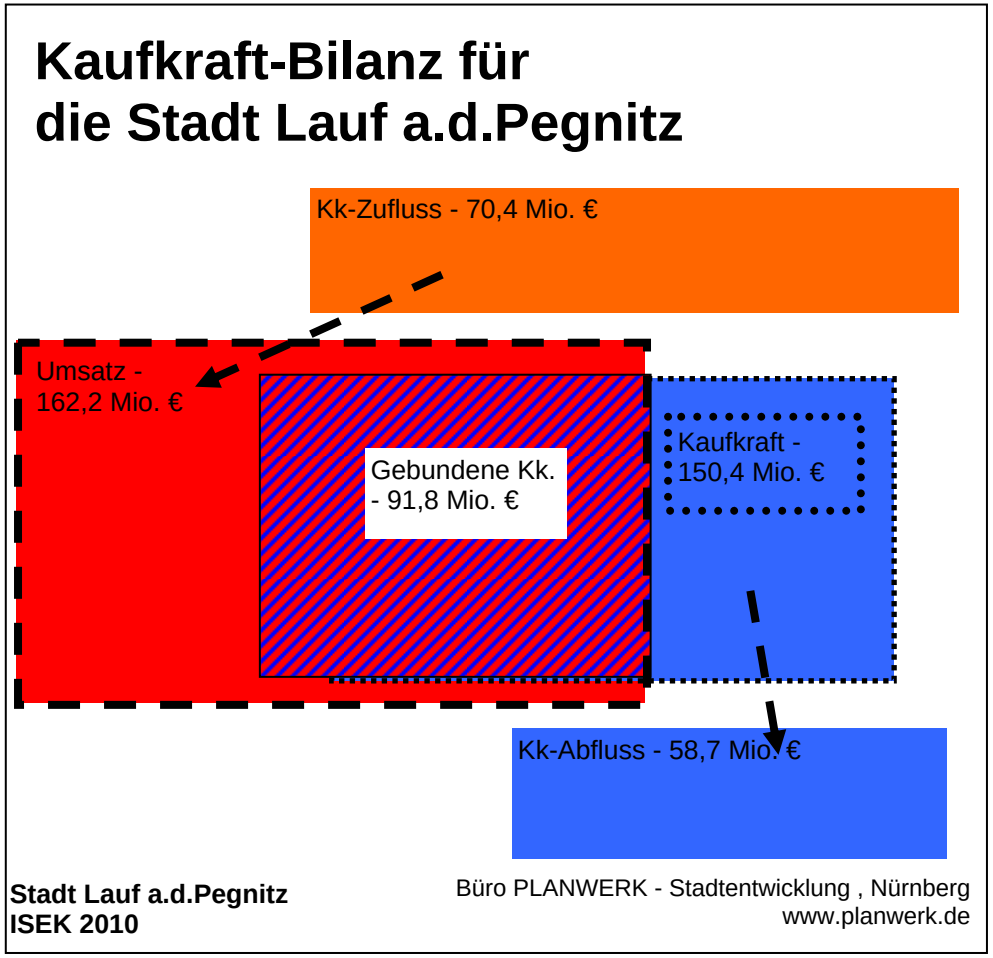


Abbildung 83 (Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)

4.5 BINDUNGSPOTENZIAL

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

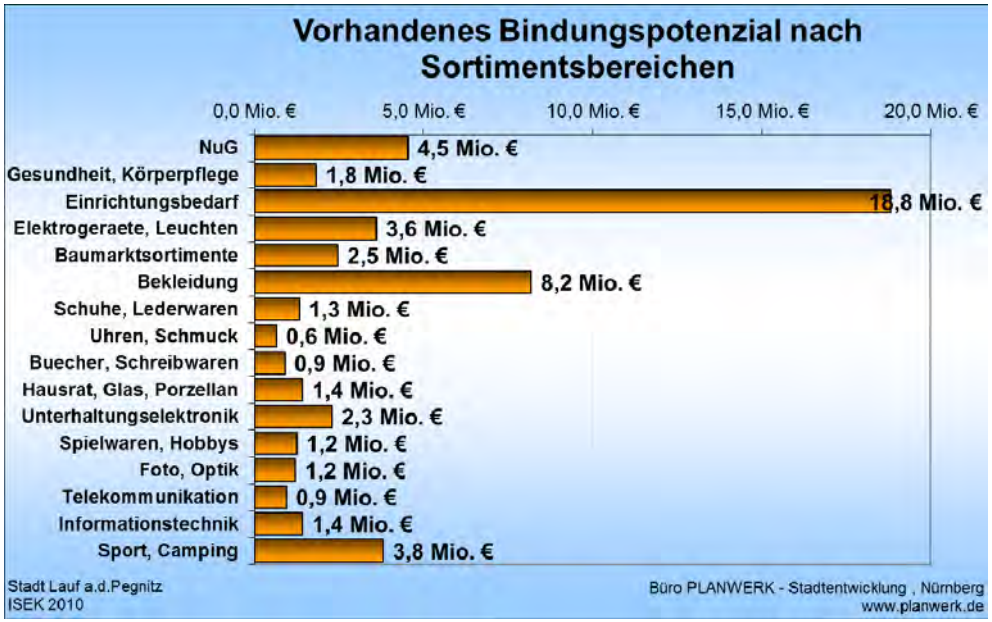


Abbildung 84 (Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)

Abbildung 84 weist die Bindungspotenziale in den einzelnen Sortimentsbereichen aus. Insgesamt ermittelt die Analyse einen möglichen Gesamtumsatz für Lauf a.d.Pegnitz von € 216,7 Mio., was einem zusätzlichen Potenzial von € 54,5 Mio. entspricht. In den einzelnen Sortimentsbereichen ergibt dies Bindungspotenziale von

€ 18,8 Mio. im Bereich des Einrichtungsbedarfs, € 8,2 Mio. bei der Bekleidung, € 4,5 Mio. bei den Nahrungs- und Genussmitteln, € 3,8 Mio. bei Sport / Camping und € 3,6 Mio. im Bereich der Elektrogeräte / Leuchten. Alle weiteren Werte sind der Abbildung 84 zu entnehmen.

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

Weiter kann über die im Landesentwicklungsprogramm (LEP) festgelegten Abschöpfungsquoten berechnet werden, welche zusätzlichen Ansiedlungen im Rahmen der Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel am Standort Lauf a.d.Pegnitz möglich sind.

Nachfolgend sind beide Werte, das Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial sowie die nach dem LEP berechnete Ansiedlungsdimension für die einzelnen Sortimentsbereiche dargestellt und den jeweiligen Größenordnungen der bestehenden Verkaufsflächen am Standort Lauf a.d.Pegnitz gegenübergestellt.

4.6 ANSIEDLUNGSPOTENZIAL

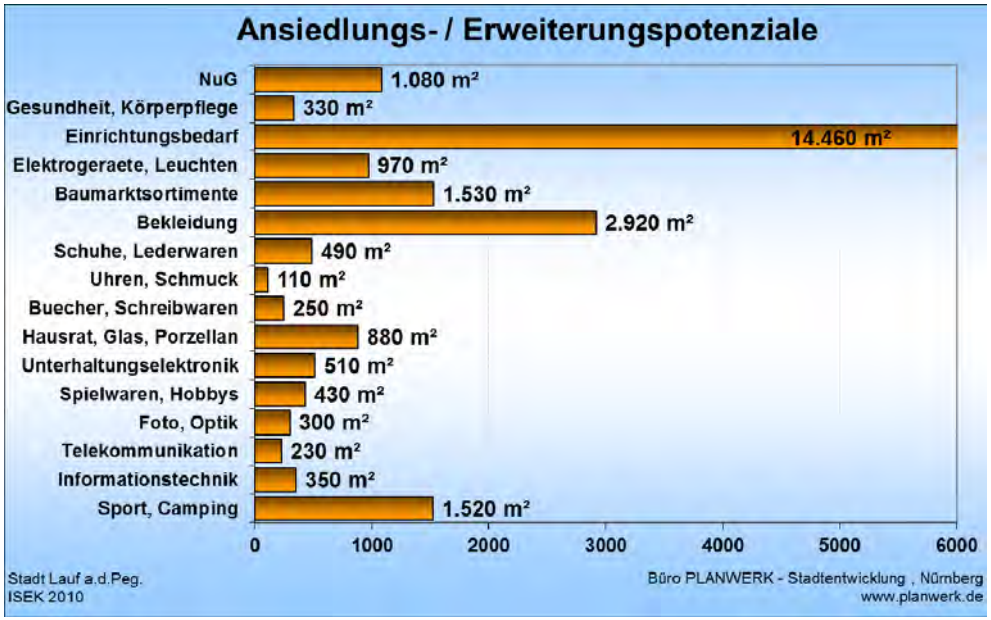


Abbildung 85 **(Quelle: Büro Planwerk – eigene Berechnungen 2010)**

Sortimentsbereich	Vk-fläche Bestand	Vk-fläche Zusatz	Vk-fläche LEP
	Alle Angaben in m²		
Nahrungs- und Genussmittel	14.750	1.080	4.310
Gesundheits- und Körperpflege	3.743	330	650
Einrichtungsbedarf	8.034	14.460	k.A.
Elektrogeräte	2.118	970	1.070
Baumarktsortimente	10.175	1.530	k.A.
Bekleidung	5.480	2.920	4.380
Schuhe, Lederwaren	1.444	490	1.030
Uhren, Schmuck	304	110	240
Bücher, Schreibwaren	1.400	250	1.530
Hausrat, Glas, Porzellan	1.675	880	1.270
Unterhaltungselektronik	587	510	950
Spielwaren, Hobbys	678	430	1.170
Foto, Optik	758	300	710
Telekommunikation	537	230	190
Informationstechnik	192	350	660
Sport, Camping	2.340	1.520	1.060

5 STADTTEILBEWERTUNGEN – VERSORGUNG UND ANSIEDLUNGEN

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

Dabei wird jeder Stadtteil folgenden Bewertungsschritten unterzogen:

- Bewertung der Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen für die Sortimente der Güter des periodischen Bedarfs. Der Beurteilung der Nahversorgung mit Produkten der Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheits- und Körperpflege kommt für die Nahversorgung eine vorrangige Bedeutung zu.

- Bewertung der Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen für die Sortimente der Güter des aperiodischen Bedarfs mit besonderer Relevanz für die Stärkung der zentralen Bereiche der Stadt Lauf a.d.Pegnitz. Diese sind vorrangig die Bereiche Textilien / Schuhe / Leder sowie Haushaltswaren und persönlicher Bedarf.

- Bewertung der verkehrlichen Anbindung des Stadtteils an Versorgungseinrichtungen zur Nahversorgung mit allen Verkehrsträgern (MIV, Fuß, Rad, ÖPNV). Für die Verkehrsträger Fuß und Rad muss hierbei verstärkt auf die Topografie und die vorhandenen Barrieren geachtet werden.

- Bewertung der verkehrlichen Anbindung des Stadtteils an die zentralen Standorte der Innenstadt / Altstadt. Auch hierbei werden alle Verkehrsträger mit berücksichtigt.

- Wie im Beteiligungsprozess angeregt, wäre eine Verzahnung mit einem Verkehrskonzept sinnvoll. Die vorliegende Untersuchung berücksichtigt die im Rahmen der Analyse möglichen verkehrlichen Einbindungen der Standorte. Eine Ergänzung des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes mit vertieften Analysen zum Thema Parken, ÖPNV, Fuß- und Radverkehr wird empfohlen.

- Entwickeln von Vorschlägen für die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen, Nahversorgungsbereichen (Ergänzungsbereich Nahversorgung) und weiteren ortstypisch notwendigen Versorgungsbereichen.

- Formulieren eines allgemeingültigen und übergeordneten Ziels für den Stadtteil.

- Ausarbeiten und Darstellen von notwendigen und wünschenswerten flankierenden Maßnahmen, die den Stadtteil in seinen Versorgungsaufgaben für die eigene Bevölkerung und die Gesamtstadt stärken.

5.1 ALTSTADT / INNENSTADT

Abgrenzung:
Der Bereich Lauf-Altstadt / Innenstadt umfasst die Altstadt um den Marktplatz und die direkt angrenzenden Bereiche bis zur nördlichen Bahnlinie, zur Pegnitz, zur Briver Allee und zum Bauhof.

Beschreibung:
Die Laufer Altstadt / Innenstadt zeichnet sich durch ihr gesamtstädtisch relevantes Angebot in den Bereichen Textilien / Schuhe und Haushaltswaren / persönlicher Bedarf aus. Nennenswerte Versorgungsqualität wird auch in Teilbereichen der technischen Sortimente (Foto / Optik, Telekommunikation) erreicht. In den flächenintensiven Bereichen (Möbel, Baumarkt, Elektrogeräte) erreicht die Altstadt / Innenstadt nur geringere Versorgungsqualität. Bei den Sortimenten der Güter des periodischen Bedarfs wird zwar eine rechnerische Überdeckung erreicht, kann aber trotzdem nur eine zufrieden stellende Versorgung der ansässigen Bevölkerung realisiert werden, wenn man angrenzende Bereiche (z.B. REWE Wetzendorfer Straße) mit hinzurechnet. Es muss Ziel der kommunalen Politik hinsichtlich der Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen sein, die vorhandenen Versorgungsqualitäten des Standortes Altstadt / Innenstadt weiterhin zu erhalten bzw. sogar noch weiter zu stärken, wobei Letzteres vor al-

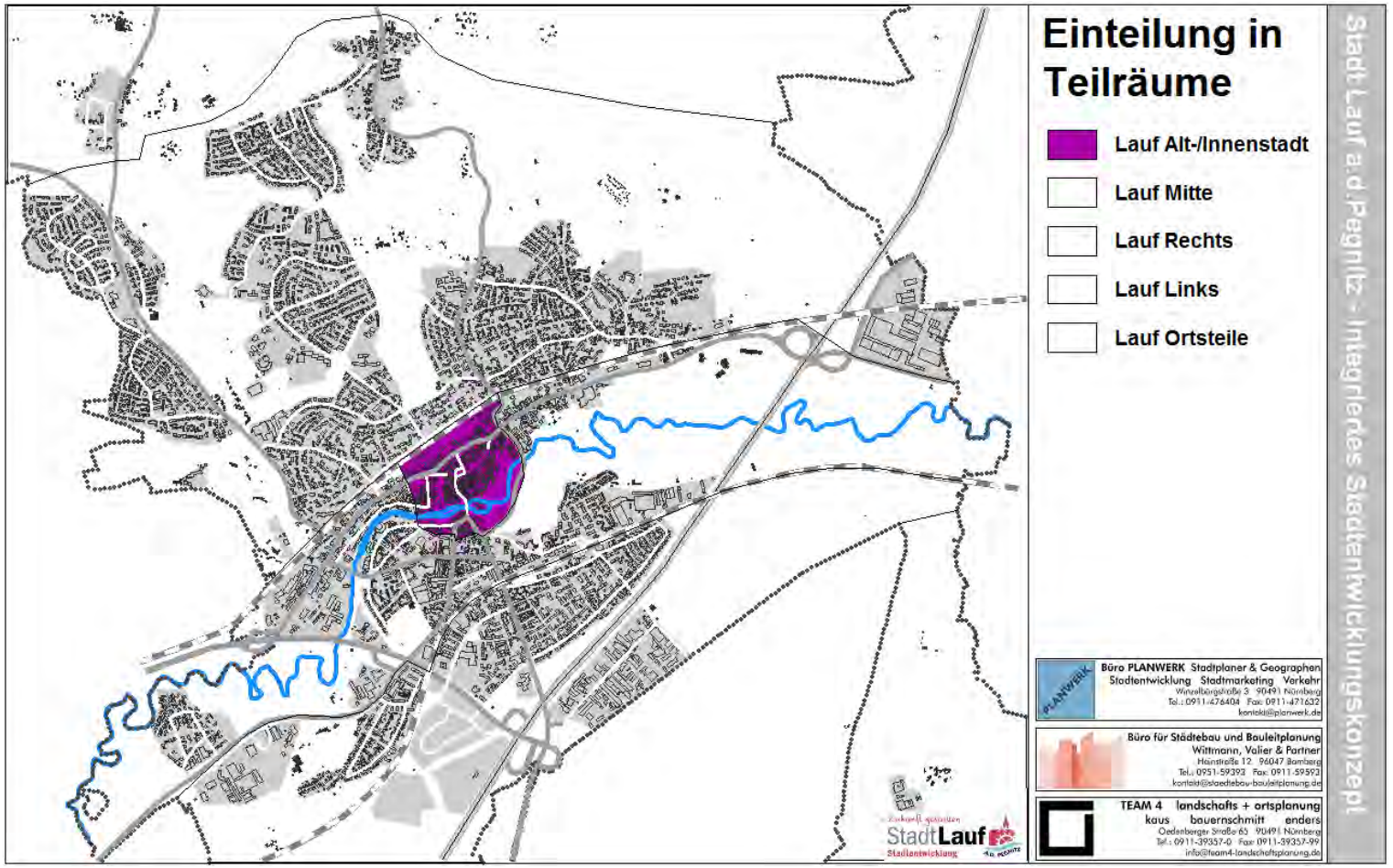


Abbildung 86 (Quelle: Büro Planwerk 2010)

lem den Bereich der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs betrifft.

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

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Stadtteilversorgung
Technik	Stadtteilversorgung
Textilien / Schuhe	Überörtliche Versorgung
Persönl. Bedarf	Überörtliche Versorgung
Baumarkt	Geringe Versorgungsqualität
Einrichtung	Geringe Versorgungsqualität

Ziel:
Die Ansiedlung **aller** zentrenrelevanten Sortimente muss möglich sein. Dies sollte von der örtlichen Politik und Verwaltung auch entsprechend unterstützt werden. Für nicht zentrenrelevante Sortimente stehen nicht ausreichend Flächen zur Verfügung – eine Ansiedlung wäre zwar denkbar, ist aber eher unwahrscheinlich. Für die Nahversorgung muss in naher Zukunft ausreichend gesorgt werden. Versorgungsstandorte der Güter des periodischen Bedarfs sollten im Stadtteil oder im direkten Anschluss geschaffen werden.

Versorgungsbereiche:
Abgrenzung eines „zentralen Versorgungsbereichs", der die gesamte Altstadt / Innenstadt umfasst und auch angrenzende Bereiche, um ggfs. in den Randbereichen die Ansiedlung von Einrichtungen zur Nahversorgung zu ermöglichen.

Flankierende Maßnahmen:
Für die Laufer Altstadt / Innenstadt müssen besondere Marketingmaßnahmen ergriffen bzw. verstärkt durchgeführt werden. Die Altstadt ist das Aushängeschild für die gesamte Stadt. Die Einrichtung eines professionellen Citymarketing ist ein möglicher Weg. Dieses Citymarketing könnte im Rahmen der „Aktiven Stadt- und Ortsteilzentren" als Projektmanagement (0,5 Stellen) etabliert werden.

Das Citymarketing muss im Event-Bereich tätig sein (Marke Lauf), aber dabei auch ein Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement etablieren, Schwerpunktbereiche (Spezialisierung) für einzelne Ansiedlungsformen festlegen und aktiv Ansiedlungen in diesen Bereichen forcieren. Im Rahmen der „Aktiven Stadt- und Ortsteilzentren" (Bund-Länder-Förderprogramm) kann durch Maßnahmen der baulichen und gestalterischen Aufwertung der Standort Altstadt / Innenstadt weiter gestärkt werden. Ein zu etablierendes Projektmanagement muss diesen Prozess begleiten und mit den Trägern und Bewohnern der Altstadt / Innenstadt kommunizieren (Beteiligungsformen). Hinsichtlich der Abstimmung von Aktionen kommt dem Projektmanagement besondere Koordinierungsfunktion zu.

Zur Aufwertung der Altstadt / Innenstadt gehört auch die Stärkung der touristischen Funktionen (Konzept „Tagestourismus") sowie die Attraktivierung des Standorts durch die Ansiedlung neuer Funktionen (z.B. Bauhof-Areal). Weiter gehört die verkehrliche Situation (Rendezvous-Punkt ÖPNV, Parksituation) auf den Prüfstand.

5.2 RESTLICHES LAUF MITTE

Abgrenzung:
Der Bereich Lauf Mitte umfasst die zentralen Bereiche zwischen den beiden Bahnlinien, wobei im westlichen Stadtbereich die „Österreicher-Siedlung“ und das Gewerbegebiet Wetzendorf dem Bereich „Lauf Links“ zugeordnet wurden. Separat betrachtet und damit hier ausgeschlossen sind die als Altstadt / Innenstadt definierten Bereiche (Kap. 5.1).

Beschreibung:
Der Bereich Lauf Mitte umfasst eine Vielzahl innerstädtischer Wohnbereiche, gewerblich genutzte Bereiche sowie den Stadtteil Wetzendorf. Traditionell werden die südlich der Pegnitz gelegenen Bereiche von Lauf Mitte zum Bereich Lauf Links gezählt.

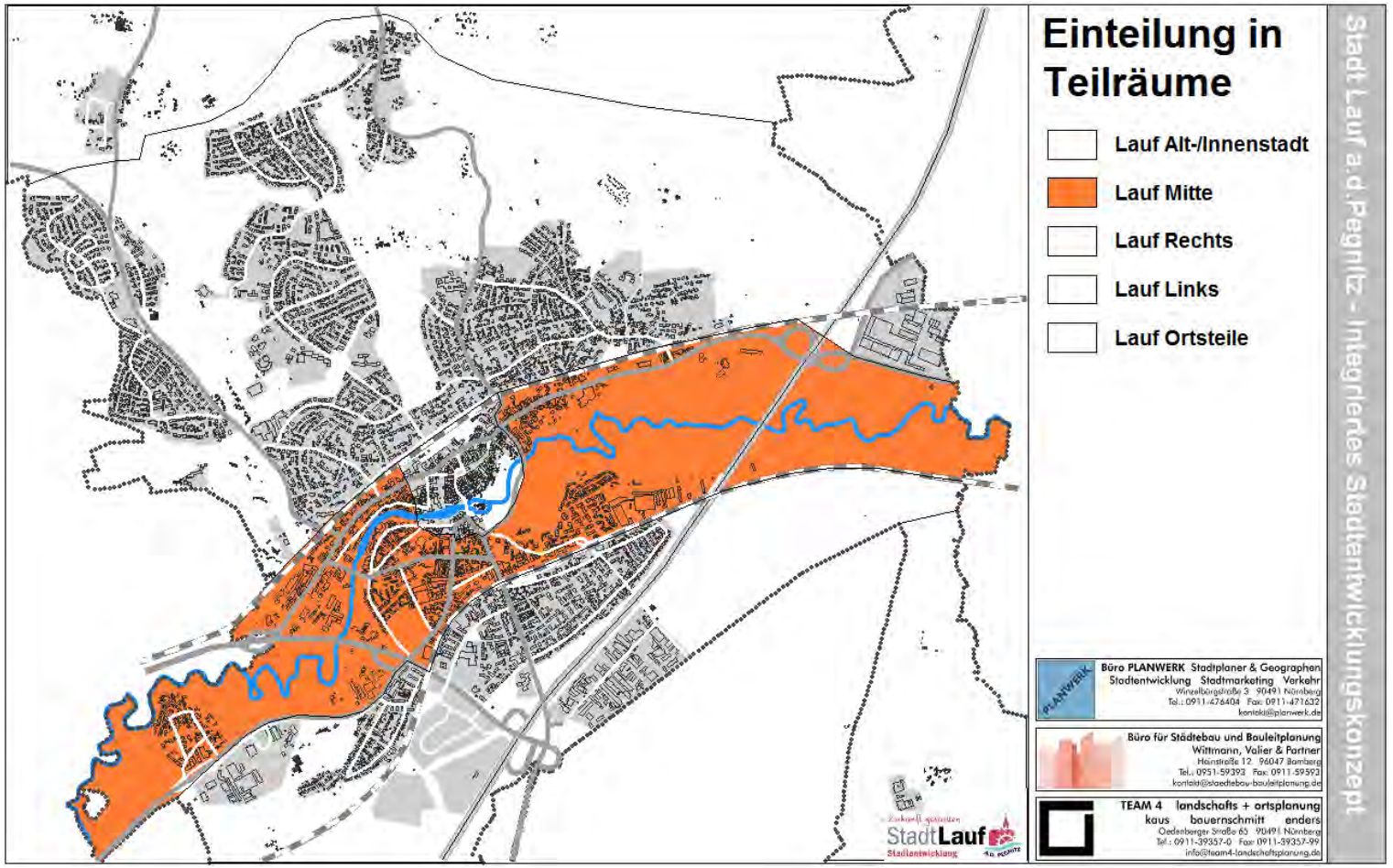


Abbildung 87 (Quelle: Büro Planwerk 2010)

Versorgungsqualitäten:
Im Bereich von Lauf Mitte ballt sich ein Großteil der Laufer Einzelhandelsstandorte. Verantwortlich dafür ist die verkehrliche Hauptachse Nürnberger Straße – Saarstraße – Hersbrucker Straße, an der ein Großteil dieser Standorte angesiedelt ist. Dementsprechend weist Lauf Mitte in den meisten der geprüften Sortimentsgruppen eine über den städtischen Teilraum hinaus wirkende Versorgungsfunktion auf.

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Überörtliche Versorgung
Technik	Gesamtstädtische Versorgung
Textilien / Schuhe	Teilraumversorgung
Persönl. Bedarf	Teilraumversorgung
Baumarkt	Gesamtstädtische Versorgung
Einrichtung	Gesamtstädtische Versorgung

Ziel:
Der Bereich Lauf Mitte übernimmt in erheblichem Maße gesamtstädtische, zum Teil darüber hinaus gehende Versorgungsfunktion. Auf Grund der meist guten Erreichbarkeit ist diese Versorgungsqualität auch gerechtfertigt. Um den bestehenden Versorgungsüberschuss auch langfristig zu erhalten muss die Erreichbarkeit erhalten und in Teilbereichen noch verbessert werden.

Versorgungsbereiche:
Der Bereich Lauf Mitte empfiehlt sich auf Grund seiner bestehenden Versorgungsqualitäten für die Einrichtung mehrerer Versorgungsbereiche. Standorte im direkten Anschluss an den Bereich Altstadt / Innenstadt müssen noch dem zentralen Versorgungsbereich (ZVB) zugeordnet werden. Der südlich an die Innenstadt angrenzende Teilraum mit erheblichem Einzelhandelsbesatz sollte als Subzentrum ausgewiesen werden, das durchaus auch zentrenrelevante Sortimente aufnehmen kann.
Die bestehenden großflächigen Einzelhandelsstandorte (v.a. täglicher Bedarf) an den Ausfallstraßen (Nürnberger Straße, Hersbrucker Straße, Röthenbacher Straße) müssen als Nahversorgungsbereiche (NVB) etabliert werden. Da am Gesamtstandort Lauf a.d.Pegnitz kein immenser zusätzlicher Ansiedlungs- und Erweiterungsbedarf besteht, muss für diese Nahversorgungsbereiche eine moderate Erweiterung der bestehenden Angebotsstandorte ermöglicht, aber in seiner Größenordnung beschränkt werden (+15%). Zum Schutz des Standorts Altstadt / Innenstadt sowie des Subzentrums Lauf Links muss die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente in den Nahversorgungsbereichen deutlich reglementiert werden.

Flankierende Maßnahmen:
Der Teilraum Lauf Mitte muss Versorgungsfunktionen für die angrenzenden Bereiche „Lauf Links“ und „Lauf Rechts“ sowie den Bereich „Lauf Ortsteile“ übernehmen. Um dies zu gewährleisten muss die verkehrliche Erreichbarkeit dieses Bereichs vor allem auch bei der fußläufigen und radtechnischen Erschließung (Überwindung von Barrieren) deutlich verbessert werden.

Im Zuge der Etablierung des Projektmanagements für die Altstadt muss die Verbesserung der Anbindung des Subzentrums Lauf Links für die Qualität des Gesamtstandorts eine Rolle spielen.

5.3 LAUF LINKS

Abgrenzung:
Der Bereich „Lauf Links“ umfasst den südlich der S-Bahn-Linie gelegenen Teil der Kernstadt inklusive der so genannten „Österreicher-Siedlung“ und des Gewerbegebiets Wetzendorf.

Beschreibung:
„Lauf Links“ zeichnet sich durch die Dominanz von Wohngebieten mit Geschosswohnungsbauten aus. Der Stadtteil ist durch die Bahnlinie empfindlich vom übrigen Gebiet der Kernstadt separiert.

Versorgungsqualitäten:
Der Stadtteil „Lauf Links“ weist einige Standorte im Sortiment der Güter des täglichen Bedarfs auf oder es befinden sich solche Standorte an direkt angrenzenden Standorten (z.B. Röthenbacher Straße).

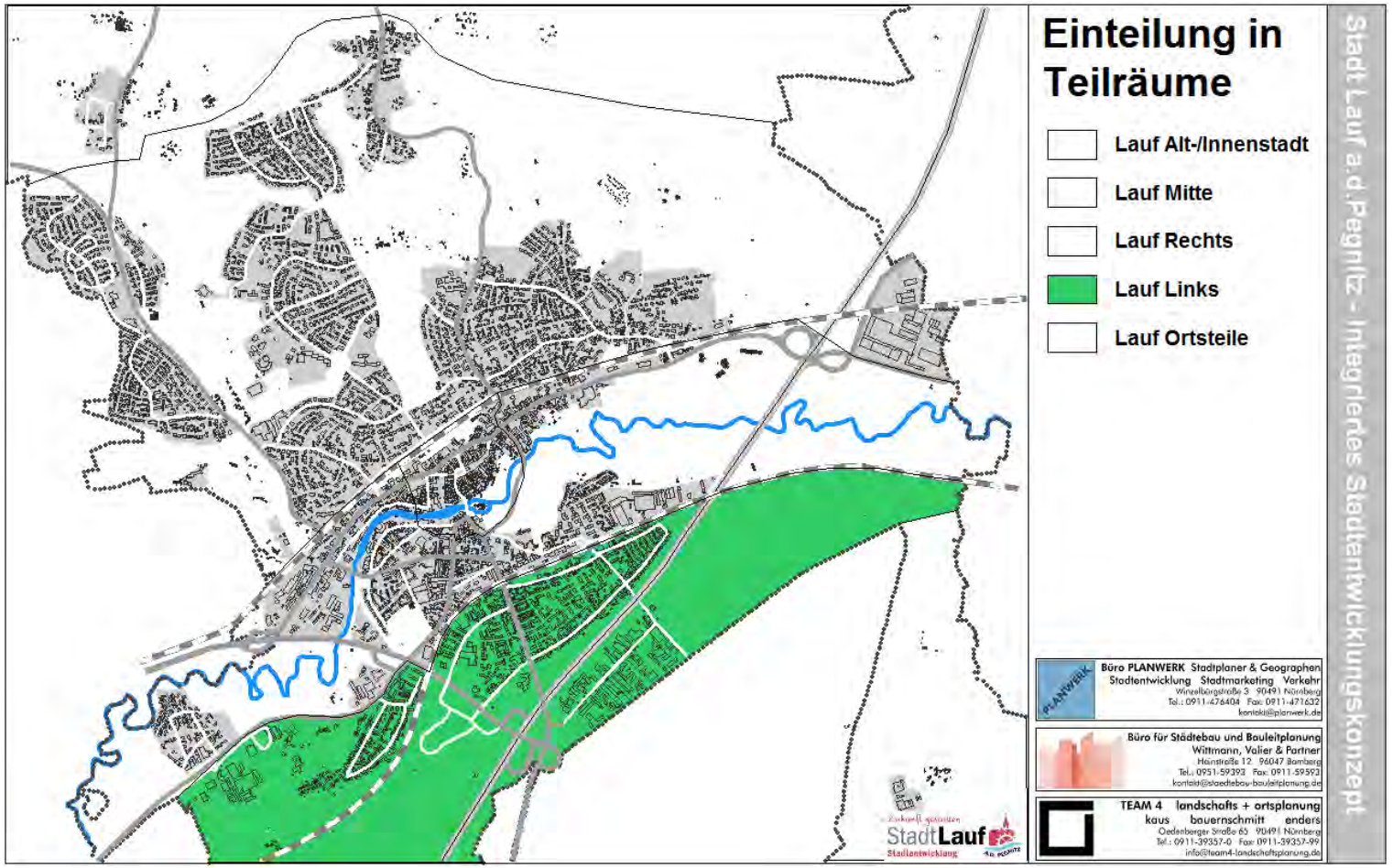


Abbildung 88 (Quelle: Büro Planwerk 2010)

In allen anderen Angebotsbereichen der Güter des aperiodischen Bedarfs besteht in „Lauf Links“ nahezu keinerlei Versorgungsqualität. Im Bereich der Haushaltsgüter und des persönlichen Bedarfs sowie beim Heimwerkerbedarf existieren einzelne Solitairstandorte. Bei den zentrenrelevanten Sortimenten von Bekleidung und Schuhen ist das bestehende Angebot vernachlässigbar. Auch Angebote in den Bereichen Technik und Einrichtungsbedarf spielen nahezu kein Rolle.

Sortiment	Qualität
Period. Bedarf	Stadtteilversorgung
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien / Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Baumarkt	Geringe Versorgungsqualität
Einrichtung	Geringe Versorgungsqualität

Ziel:
Ziel für den Stadtteil „Lauf Links“ muss es sein, die wohnstandortnahe Versorgung vor allem im Bereich der Güter des täglichen Bedarfs zu verbessern. Dazu gilt es den Angebotsbereich an der Altdorfer Straße aufzuwerten und in Kombination mit den Angeboten im Stadtteil als funktionierendes Stadtteilzentrum zu entwickeln. Im Vordergrund der Versorgung steht der tägliche Bedarf.

Versorgungsbereiche:
Abgrenzung eines Stadtteilzentrums „Lauf Links“ zu beiden Seiten der Altdorfer Straße.

Flankierende Maßnahmen:
Im Vordergrund für „Lauf Links“ steht die Verbesserung der Erreichbarkeit des Standortes selbst bzw. der benachbarten Versorgungsstandorte.

5.4 LAUF RECHTS

Abgrenzung:
Der Teilraum „Lauf Rechts“ umfasst alle Stadtteile nördlich der Bahnlinie Nürnberg-Bayreuth mit dem Bahnhof „Lauf rechts“. Er umfasst alle zur Kernstadt zählenden Stadtteile bis hin zu Rudolfshof, Kuhnhof und Heuchling.

Beschreibung:
Der Stadtteil „Lauf Rechts“ zeichnet sich durch ein Zusammenwachsen mehrerer älterer dörflicher Ortskerne aus. Die Anbindung an die Kernstadt erfolgt durch mehrere untergeordnete Ausfallstraßen (Simonshofer Straße, Eschenauer Straße). Diese Verkehrsachsen binden zusätzlich die ferneren, als Ortsteile bezeichneten dörflichen Bereiche an die Kernstadt mit an. Ihre verkehrliche Auslastung ist allerdings nicht so groß, dass die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsstandorte bisher in Betracht gezogen wurde.

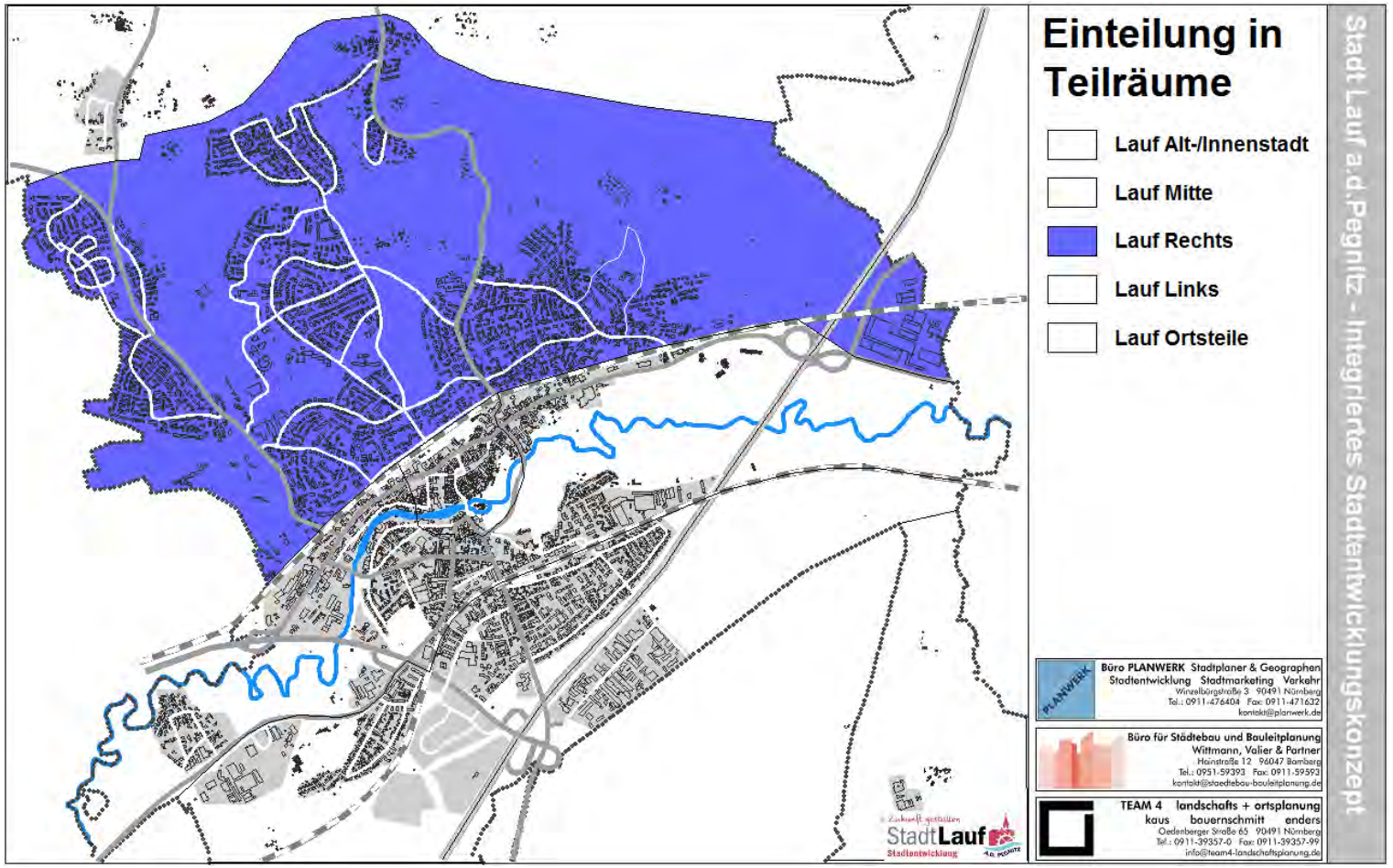


Abbildung 89 (Quelle: Büro Planwerk 2010)

Versorgungsqualitäten:
In Heuchling, Kotzenhof und im Kunigundenpark bestehen kleinere Versorgungsstandorte des täglichen Bedarfs von jeweils örtlicher Bedeutung. Das Gewerbegebiet im Übergangsbereich zu Neunkir-

chen am Sand, das hier zu „Lauf Rechts“ gezählt wird, bildet den einzigen überörtlich relevanten Standort (Baumarktsortimente, Einrichtungsbedarf). Das Angebot in den Sortimentsgruppen des aperiodischen, zentrenrelevanten Bedarfs spielt in „Lauf Rechts“ nahezu keine Rolle.

Sortiment	**Qualität**
Period. Bedarf	z.T. Stadtteilversorgung
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien / Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Baumarkt	Überörtliche Versorgungsqualität
Einrichtung	Überörtliche Versorgungsqualität

Ziel:
Der Stadtteil „Lauf Rechts“ wird von großen Wohngebieten vorrangig im Ein- und Zweifamilienhausbau dominiert. Gleichzeitig ist „Lauf Rechts“ der Standort großer Bildungs- und Infrastruktureinrichtungen für die Stadt Lauf a.d.Pegnitz. Dieses große Nachfragepotenzial rechtfertigt eine umfassende Verbesserung der Angebotssituation vor allem im Bereich der Güter des täglichen Bedarfs. Die beiden bestehenden Angebotsstandorte (Kotzenhof und Kunigundenpark) bieten sich an, diese Funktion auch zukünftig noch stärker zu übernehmen. Weiter könnte ein weiterer Angebotsstandort im Verlauf der Simonshofer Straße die Versorgungssituation in Heuchling, Kuhnhof und den nördlich damit erschlossenen Ortsteilen gewährleisten.

Versorgungsbereiche:
Um die oben beschriebene Versorgungsqualität zu erreichen weist das Konzept an den drei Verbindungsstraßen jeweils einen Versorgungsbereich als Stadtteilzentrum aus. Diese sollen verstärkt die Versorgung im Bereich des täglichen Bedarfs übernehmen, können aber auch punktuell eine ergänzende Versorgung zentrenrelevanter Sortimente übernehmen.

Das Gewerbegebiet „Faunberg“ soll als Sonderbereich für nicht zentrenrelevante Sortimente etabliert werden. Den dort bestehenden Angebotsstandorten soll eine adäquate Erweiterungsmöglichkeit eingeräumt werden (+20%). Die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente muss dort grundsätzlich ausgeschlossen werden.

Flankierende Maßnahmen:
Die bestehenden oder geplanten Stadtteilzentren in „Lauf Rechts“ müssen gut für den Fuß- und Radverkehr angebunden werden. Eine ausreichende ÖPNV-Erreichbarkeit muss ebenfalls gewährleistet sein.

5.5 LAUF ORTSTEILE

Abgrenzung:
Der Teilbereich „Lauf Ortsteile“ umfasst alle dörflichen Strukturen im nördlichen und südlichen Stadtgebiet. Auf eine Differenzierung zwischen Nord und Süd wurde verzichtet.

Beschreibung:
Die beiden Ortsteile im südlichen Stadtgebiet (Schönberg, Weigenhofen) weisen kaum eigene Versorgungsstrukturen auf und v.a. Weigenhofen wird auch durch benachbarte Gemeinden oder Gemeindeteile mit versorgt. Das nördliche Stadtgebiet erstreckt sich von Vogelhof und Dehnberg bis Bullach, Beerbach und Tauchersreuth. Dabei sind einige dieser Ortsteile bezüglich ihrer Versorgung nicht primär auf die Kernstadt Lauf ausgerichtet. Der westliche Bereich (Günthersbühl, Ödenberg) orientiert sich Richtung Behringersdorf und Nürnberg, der nördliche Bereich (Bullach, Neunhof) Richtung Eckental.

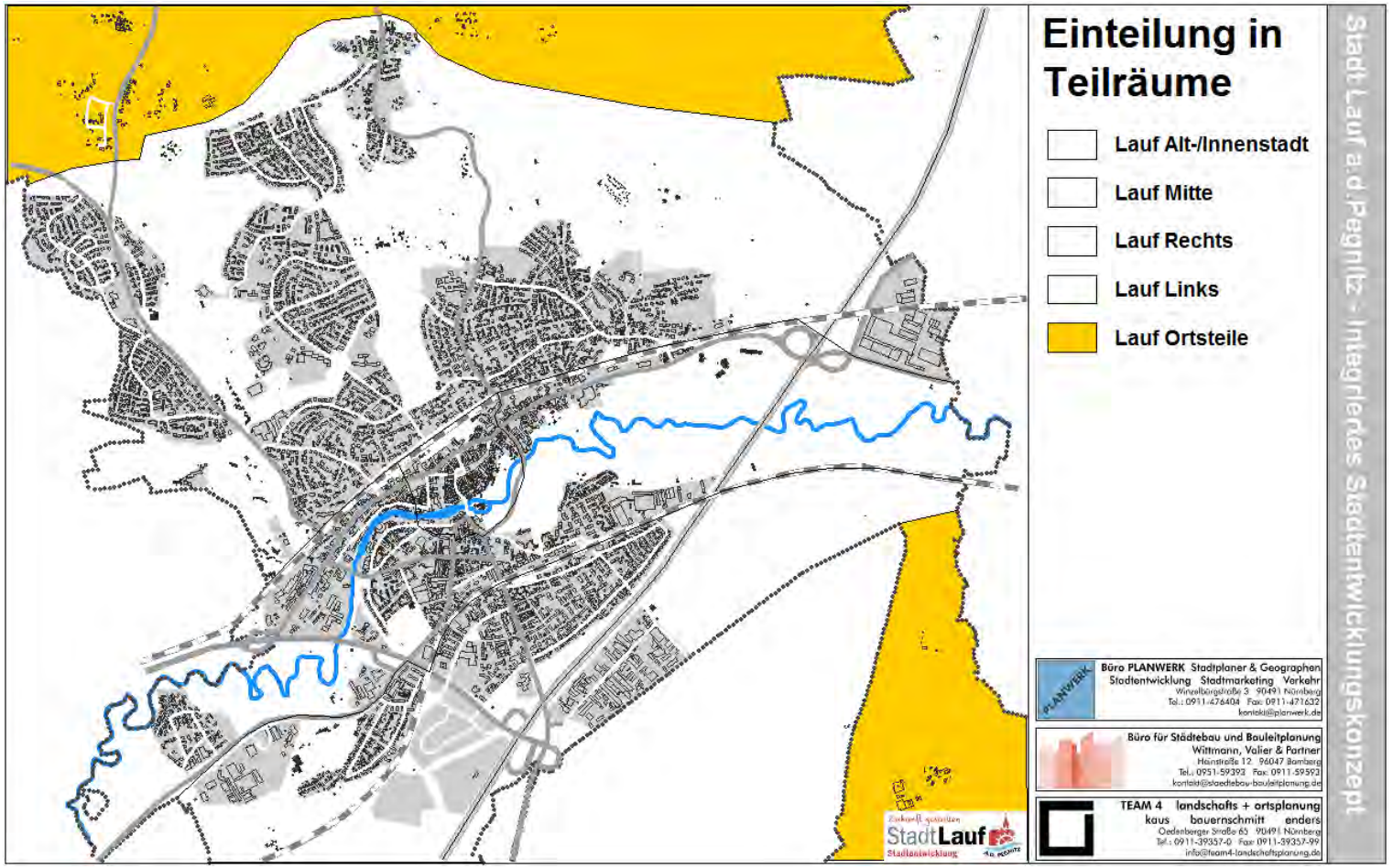


Abbildung 90

(Quelle: Büro Planwerk 2010)

Versorgungsqualitäten:
Die Versorgungsqualitäten in den ländlichen Ortsteilen entsprechen dem, was für eher ländliche Bereiche üblich ist. Punktuell bestehen einzelne Versorgungsstandorte, wobei für alle Sortimentsgruppen

keine ausreichende Versorgungsqualität erreicht wird. Wie das Beispiel des Dorfladens in Simonshofen belegt, müssen dort andere Wege zur Gewährleistung einer Nahversorgung gegangen werden.

Sortiment	**Qualität**
Period. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Technik	Geringe Versorgungsqualität
Textilien / Schuhe	Geringe Versorgungsqualität
Persönl. Bedarf	Geringe Versorgungsqualität
Baumarkt	Geringe Versorgungsqualität
Einrichtung	Geringe Versorgungsqualität

Ziel:
In den Ortsteilen des Laufer Nordens und Südens müssen zum einen kleinteilige örtliche Strukturen (Bsp. Simonshofen) etabliert werden und zum anderen die verkehrliche Anbindung (v.a. ÖPNV) an die Kernstadt gewährleistet werden.

Versorgungsbereiche:
Für die Ortsteile wird keine Notwendigkeit der Ausweisung von Versorgungsbereichen gesehen.

Flankierende Maßnahmen:
Flankierende Maßnahmen in diesem Bereich liegen in den oben genannten Ansätzen der örtlichen, kleinteiligen Versorgung sowie in der verkehrlichen Anbindung.

6 WEITERE STÄDTEBAULICHE BEWERTUNGEN

Auf den vorangegangenen Seiten wurde ausführlich die Situation der Versorgung der Bevölkerung mit Leistungen und Gütern der unterschiedlichen Bereiche und Sortimente des Einzelhandels dargestellt. Ebenso wurde eine Gegenüberstellung und Abwägung mit der Verfügbarkeit an Kaufkraft durch die örtliche und teilräumliche Bevölkerung berechnet. An dieser Stelle werden weitere Kriterien in die Beurteilung der Standortqualität vorhandener Nahversorgungsstandorte sowie die Beurteilung der Notwendigkeit weiterer Versorgungsstandorte mit eingebunden. Dazu gehören folgende Sachverhalte:

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

6.1 VERKEHRSSTRÖME

Die verkehrliche Situation des motorisierten Individualverkehrs in Lauf a.d.Pegnitz wurde der bayerischen Straßenverkehrszählung aus dem Jahr 2005 sowie Verkehrszählungen der Stadt Lauf a.d.Pegnitz aus dem Jahr 2009 entnommen.

Nebenstehende Abbildung zeigt die Intensität der Verkehrsströme. Diese konzentrieren sich nach der Autobahn A9 in erster Linie auf die Hauptdurchgangsachse Nürnberger Straße und Hersbrucker Straße und Bundesstraße B14 Richtung Hersbruck sowie auf die Altdorfer Straße.

Auffällig ist jedoch, dass auf dem mittleren, etwa auf Höhe des Marktplatzes gelegenen Abschnitt der Hauptdurchgangsachse – der Saarstraße – deutlich niedrigere Fahrzeugzahlen pro Tag erreicht werden.

Interessant ist die Tatsache, dass auch auf dem an der Stadt vorbeiführenden Abschnitt der Bundesstraße B14 von der Autobahnanschlussstelle „Lauf a.d.Pegnitz“ Richtung Nürnberg mit etwa 7.500 bis gut 13.000 Fahrzeugen pro Tag ein geringeres Verkehrsaufkommen als auf großen Teilen der Hauptdurchgangsachse der Stadt erzielt wird. Ein Hinweis auf eine möglicherweise verbesserungsfähige Ausschilderung und Lenkung des Verkehrs.

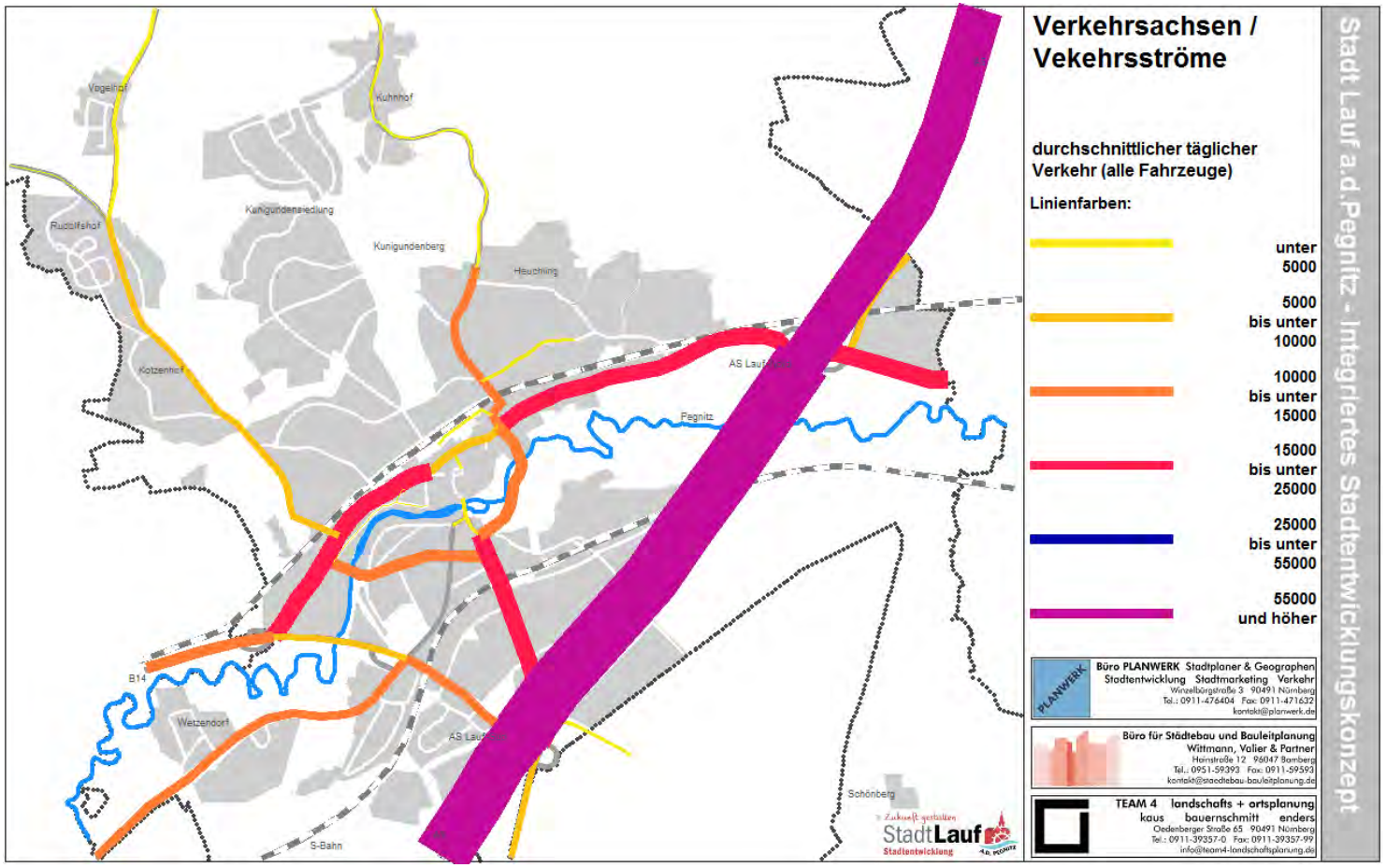


Abbildung 91

(Quelle: bayerische Straßenverkehrszählung 2005, Verkehrszählungen der Stadt Lauf a.d.Pegnitz 2009)

6.2 BARRIEREN

Das Laufer Stadtgebiet wird zerschnitten von verschiedenen Barrieren. Es treten die Pegnitz, die beiden Bahnlinien, die Autobahn A9 und die Bundesstraße B14 sowie in Teilen die Nürnberger Straße als Barrieren in Erscheinung.

Durch die Pegnitz werden Bereiche der Gebiete Lauf Mitte und Lauf Links von Funktionen der Altstadt sowie entlang der Nürnberger bis Hersbrucker Straße abgehängt.

Die beiden Bahnlinien trennen jeweils die Wohngebiete im Norden sowie im Süden von den zentralen Funktionen der Stadt ab. Diese Barrieren können nur durch einzelne Unterführungen und Brücken überwunden werden.

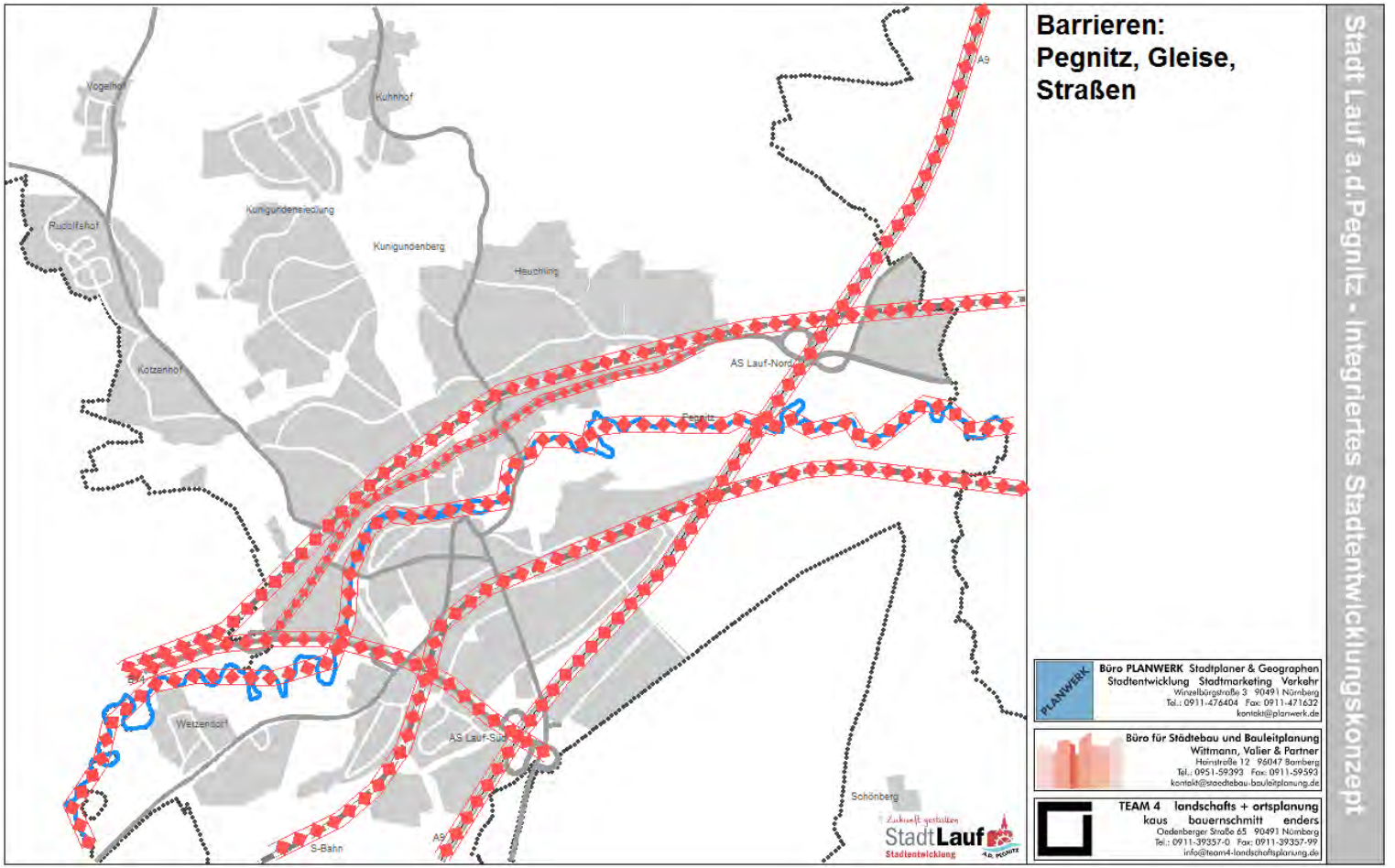


Abbildung 92 (Quelle: Büro Planwerk 2010)

Das südliche Wohngebiet und Wetzendorf sowie das Gewerbegebiet Westendstraße und Am Winkelsteig werden durch die Bundesstraße B14 von der übrigen Stadt abgeschnitten.

Eine etwas geringere Bedeutung als trennende Barriere hat die Autobahn A9, da sich lediglich das Industriegelände „hinter“ dieser befindet, das in der Regel mit dem Fahrzeug angefahren wird.

Die Hauptdurchgangsachse durch Lauf a.d.Pegnitz entlang der Nürnberger Straße, Saarstraße und Hersbrucker Straße stellt zwar für den motorisierten Verkehr keine Barriere dar, wird jedoch wegen des hohen Verkehrsaufkommens von Fußgängern und teils auch von Fahrradfahrern als Hindernis empfunden.

6.3 ERWEITERUNGSFLÄCHEN

In neben stehender Übersichtskarte sind die wichtigsten und größten baulichen Erweiterungsflächen der Stadt Lauf a.d.Pegnitz laut Flächennutzungsplan abgebildet. Zusätzlich stehen in manchen Ortsteilen noch einzelne größere Erweiterungsflächen zur Verfügung.

Während das neue Gewerbegebiet Süd um den Oskar-Sembach-Ring im Teilraum Lauf Links vereinzelt bereits bebaut ist, sind die übrigen dargestellten Flächen lediglich als Baufläche im Flächennutzungsplan dargestellt und eine Bauleitplanung ist noch erforderlich.

Die größten Erweiterungsflächen befinden sich, abgesehen vom neuen Gewerbegebiet Süd, im Teilraum Lauf Rechts in Heuchling sowie in Kuhnhof.

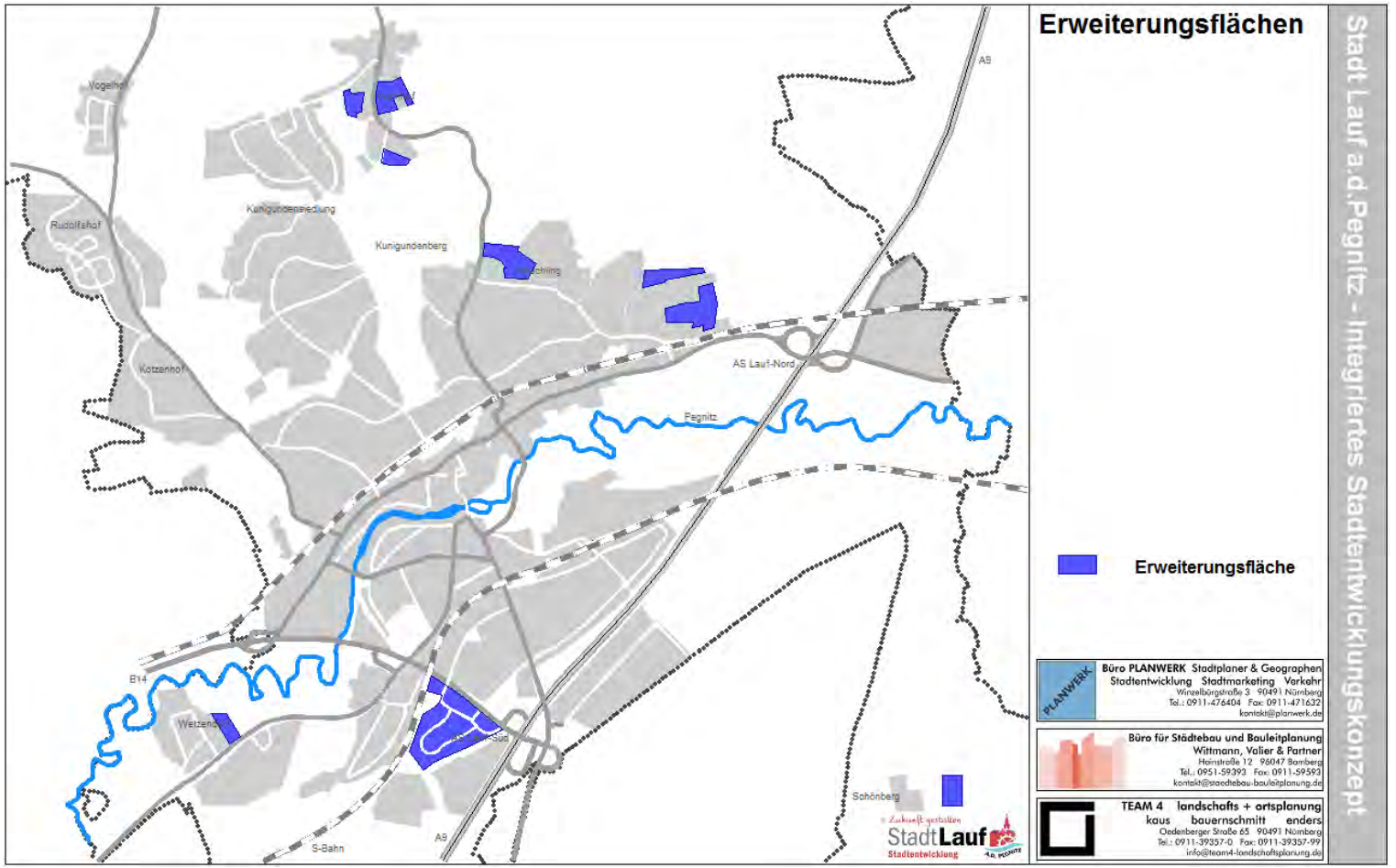


Abbildung 93

(Quelle: Stadtbauamt Stadt Lauf a.d.Pegnitz 2009)

6.4 STANDORTE IM STADTGEBIET

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

Grundsätzlich lässt sich eine Ballung im Innenstadtbereich, sowohl in der Altstadt als auch westlich davon erkennen. Darüber hinaus sind Standorte gehäuft im Süden, v.a. entlang der Altdorfer Straße, zu erkennen. Im Bereich Lauf Rechts befindet sich das Laufer Schulzentrum mit verschiedensten Bildungseinrichtungen vom Sonderpädagogischen Förderzentrum über Realschule, Gymnasium und Montessori-Schule bis zur Berufsschule.

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

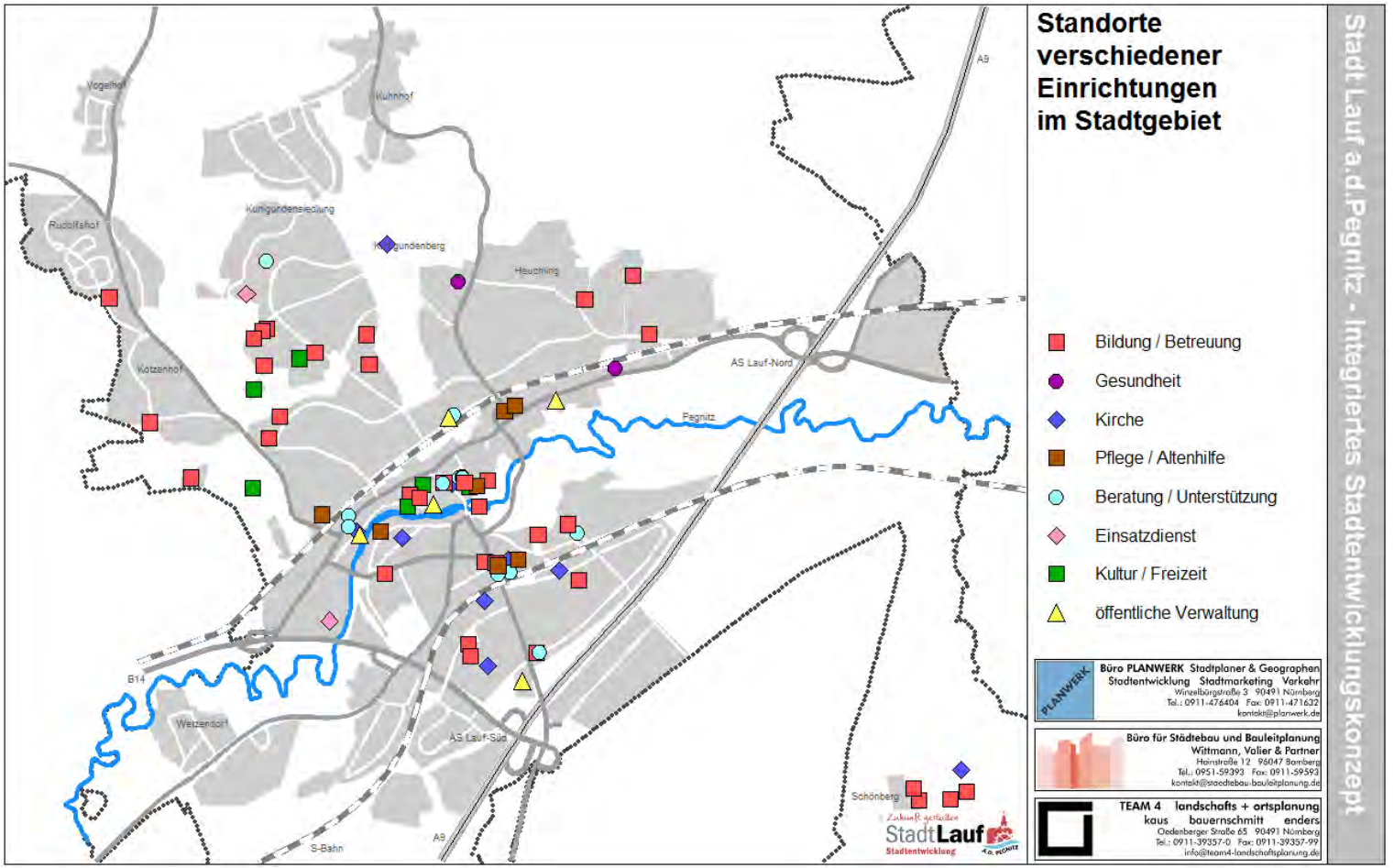


Abbildung 94 (Quelle: Büro Planwerk 2010)

6.5 EINZUGSBEREICHE

Nebenstehende Abbildung zieht um jeden bedeutenden Nahversorgungsstandort einen 500 m-Einzugsbereich, der als relevant festgelegt wurde.

Folgende acht Standorte wurden dabei (ohne Gewichtung ihrer Bedeutung) gewertet:

- EWS Hersbrucker Straße
- Aldi Karl-Büttner-Ring
- Lidl Henry-Dunant-Straße
- Norma Röthenbacher Straße
- REWE Wetzendorfer Straße
- REWE Röthenbacher Straße
- REWE Nürnberger Straße
- EDEKA Eschenauer Straße

Aus der Darstellung ergeben sich in der Kernstadt einzelne Bereiche der Unterversorgung:

- Der Großteil des Teilraums Lauf Rechts, v.a. Heuchling, Kunigundensiedlung und Kuhnhof, z.T. auch Kotzenhof und Rudolfshof.

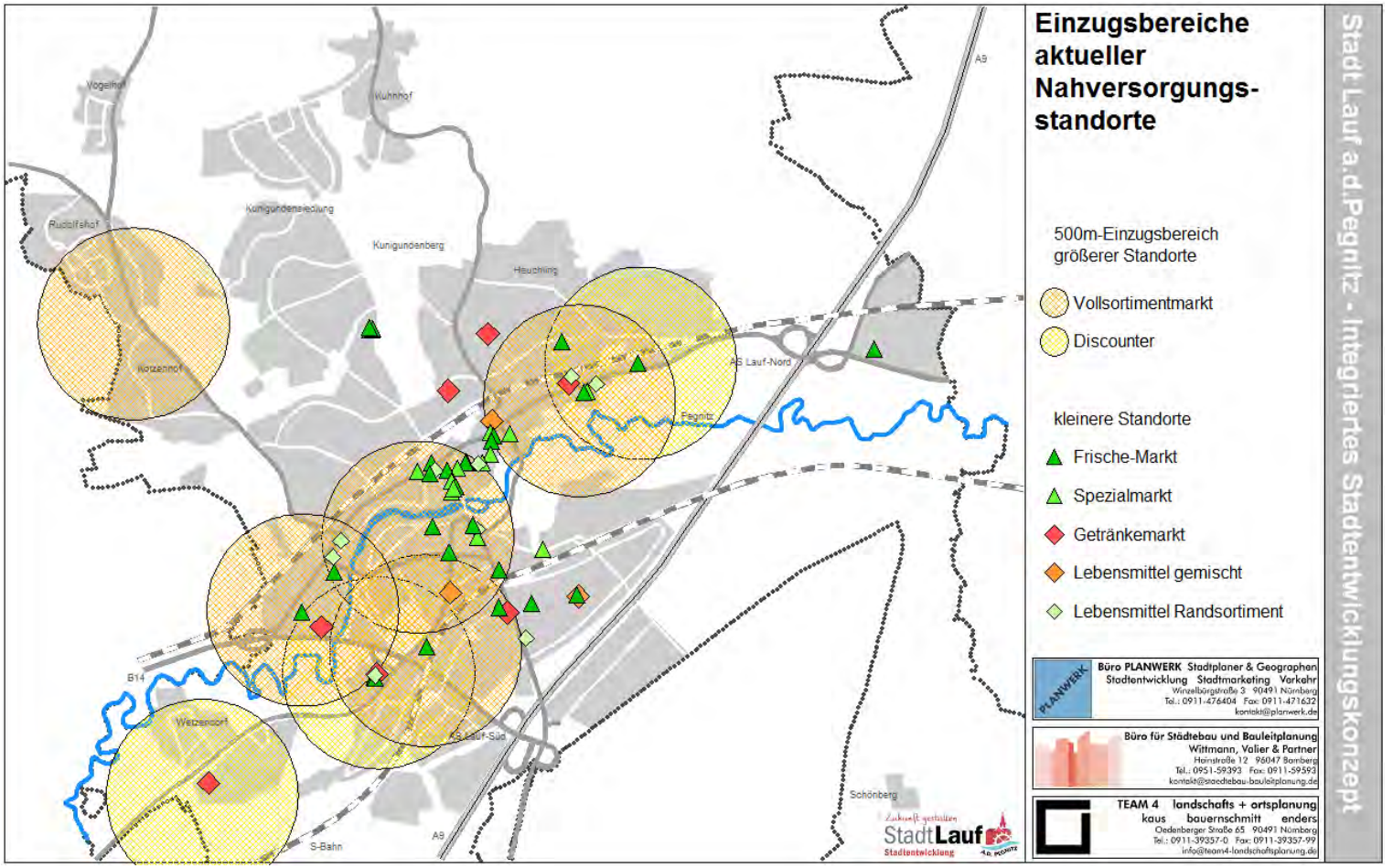


Abbildung 95

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

- Ein Großteil des Bereiches Lauf Links, v.a. das Wohngebiet östlich der Altdorfer Straße. Immerhin verfügt das Gebiet jedoch über einzelne kleinere Standorte zur Nahversorgung.

- Das zu Lauf Mitte gerechnete Wohngebiet östlich der Altdorfer Straße zwischen Pegnitz und S-Bahn-Linie.
- Im Ansatz der Teilraum Altstadt / Innenstadt, der v.a. Standort von kleinen Anbietern mit frischem sowie mit Spezial-Angebot ist, jedoch kein umfassendes Nahversorgungsangebot bietet.

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

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

- Ansiedlung eines Nahversorgers im Innenstadtbereich, z.B. auf der Fläche am Bahnhof neben der Sparkasse. Diese Fläche würde sich auch für die ergänzende Ansiedlung von Textilanbietern (Passagenlösung) eignen. Bei gleichzeitiger Rücknahme von Parkplatzflächen (Parkdeck) könnte auch die Ansiedlung eines Elektronikmarktes dort erwogen werden. Durch eine direkte fußläufige Anbindung unter der Saarstraße durch den Stadtgraben an die Altstadt wäre eine optimale Verknüpfung mit dem Altstadtstandort gewährleistet.
- Stärkung der Stadtteilzentren in Lauf Rechts (Rudolfshof, Kunigundenpark) bzw. Entwicklung eines zusätzlichen Versorgungsstandorts in Heuchling an der Simonshofer Straße.
- Stärkung des Stadtteilzentrums in Lauf Links an der Altdorfer Straße. Dazu gehört neben der Stärkung der Achse Altdorfer Straße die „Wiederbelebung“ des Frische-Marktes im östlichen Bereich, sowie die Entwicklung eines kleinen Versorgungszentrums auf dem Sembach-Areal.
- Stärkung des Subzentrums Lauf-Süd. Dieses soll als Erweiterungsbereich des ZVB fungieren. Im Bereich der Luitpoldstraße besteht hier Ergänzungsbedarf. Ggfs. könnte auch der heutige Ceramtec-Parkplatz in Kombination mit Wohnnutzung als Ansiedlungsbereich für Handelsfunktionen genutzt werden.

Für alle diese möglichen Ansiedlungen und damit verbundenen Verbesserungen der Nahversorgung gilt, dass insgesamt im Bereich der Güter des periodischen Bedarfs (tägliche Versorgung) ein Gesamtpotenzial von maximal zusätzlich 1.400 m² Verkaufsfläche ermittelt wurde. Das heißt, Ansiedlungen bis zu dieser Größenordnung sind als gesamtstädtisch verträglich einzuordnen. Die Ergänzung der Versorgung durch kleinflächige Ansiedlungen im Bereich der genannten Stadtteilzentren sollte zu dieser Potenzialobergrenze nicht herangezogen werden.

6.6 BAURECHTLICHE UND STÄDTEBAULICHE STEUERUNGSMÖGLICHKEITEN

6.6.1 GROßFLÄCHIGER EINZELHANDEL / SONDERGEBIETE

Die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel bedeutet, dass i.d.R. ein Sondergebiet für Einzelhandel ausgewiesen werden muss; dann wird die Landesplanung (Regierung von Mittelfranken) prüfen, ob das Vorhaben genehmigungsfähig ist. Oder das Vorhaben wird - bei geringerer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeit von 1.200 m² BGF - in einem Misch- oder Gewerbegebiet realisiert. Alternativ kann planungsrechtlich geprüft werden, ob gem. § 11 (3) BauNVO auf eine Ausweisung eines Sondergebietes Einzelhandel verzichtet werden kann. Dazu muss nachgewiesen werden, dass durch eine An- oder Umsiedlung eines Einzelhandelsbetriebes keine negativen Auswirkungen im Sinne der BauNVO zu erwarten sind.

BauNVO - § 11 Sonstige Sondergebiete

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

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

(3)

1. Einkaufszentren,

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

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

6.6.2 ÄNDERUNG VON BEBAUUNGSPLÄNEN

Wünschenswert im Sinne einer nachhaltigen, zuverlässigen und beständigen Stadtentwicklung ist eine Einarbeitung der Erkenntnisse aus dem Einzelhandelsentwicklungskonzept in die vorhandenen Bebauungspläne. D.h. sobald eine räumliche Überschneidung von Versorgungs- und Ergänzungsbereichen und bestehenden Bebauungsplänen besteht, sollten die Vorgaben des Einzelhandelsentwick-

lungskonzeptes hinsichtlich der Ansiedlung von Einzelhandel bezüglich Sortimenten und Verkaufsflächen in die entsprechenden Bebauungspläne übernommen werden, soweit dies notwendig und sinnvoll ist. Dazu sind folgende Vorgehensweisen empfohlen:

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

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

6.6.3 Einfache Bebauungspläne im nicht beplanten Innenbereich

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

BauGB - § 9 (2a)
(2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.

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

7 VERSORGUNGSBEREICHE

Bereits mehrfach wurde auf die verschiedenen Versorgungsbereiche im Laufer Stadtgebiet eingegangen. Nebenstehend werden alle Versorgungsbereiche dargestellt. Nachfolgend werden diese auch noch einzeln oder gruppenweise erläutert. Grundsätzlich werden fünf Typen von Versorgungsbereichen definiert.

- Der zentrale Versorgungsbereich (ZVB), der die Funktion der stadtweiten und darüber hinaus gehenden Versorgung mit zentrenrelevanten Gütern übernimmt.
- Das Subzentrum Lauf Links als Ergänzung bzw. „Verlängerung“ des zentralen Versorgungsbereichs in Richtung Süden.
- Bereits vorhandene und noch zu stärkende bzw. zu entwickelnde Stadtteilzentren (ST-Zentrum) zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen, periodischen Bedarfs.

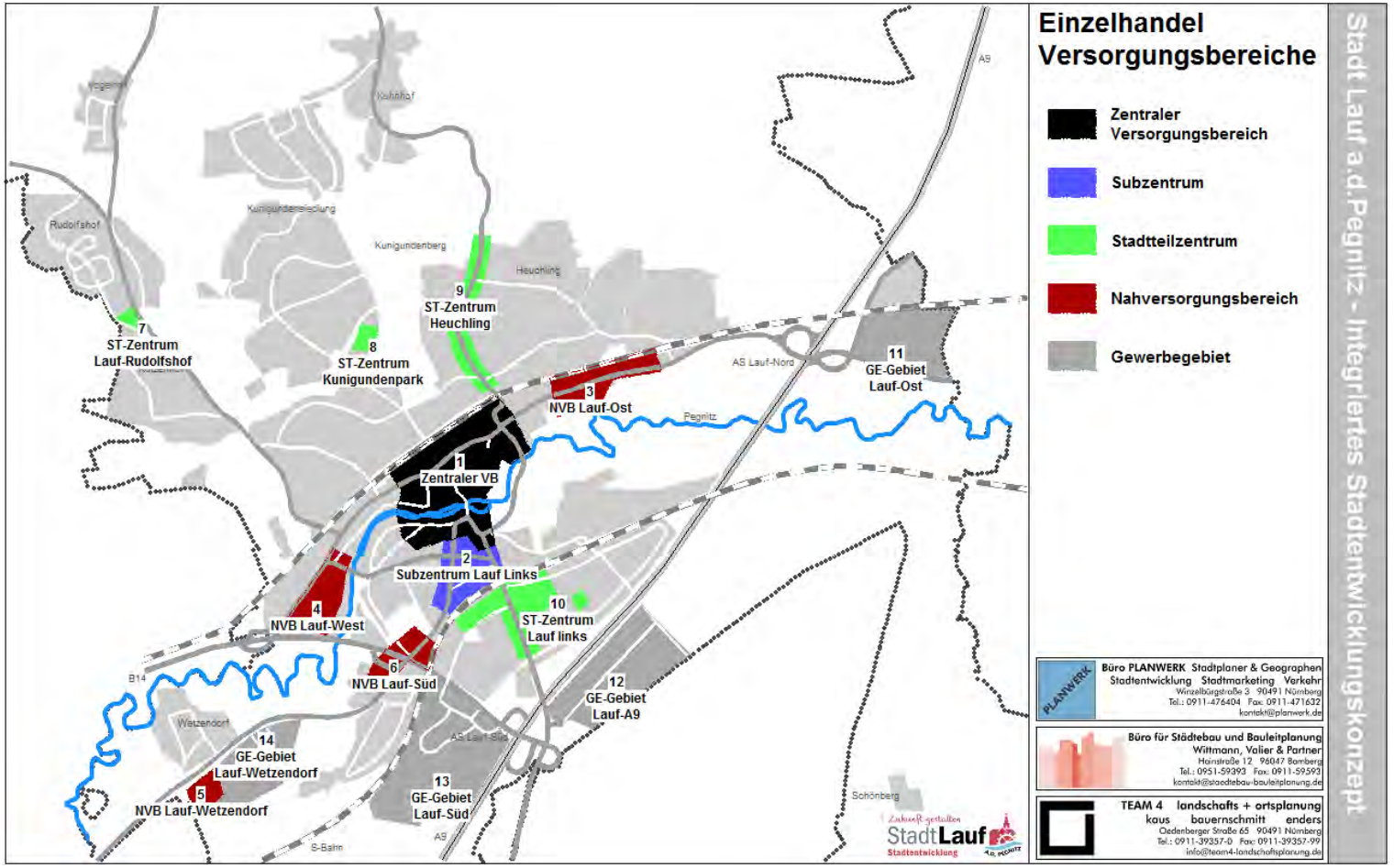


Abbildung 96

(Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

- Nahversorgungsbereiche (NVB) (Ergänzungsbereiche Nahversorgung), die eine teilräumliche Versorgung vor allem mit Gütern des täglichen, periodischen Bedarfs gewährleisten.
- Die Gewerbegebiete (GE-Gebiet), die im Bereich der Güter des aperiodischen Bedarfs z.T. durchaus über Einzelhandelsverkaufsflächen verfügen.

Einige grundsätzliche Erläuterungen zu den Aussagen, die für die einzelnen Versorgungsbereiche getroffen werden, sind wie folgt zu erläutern:

- Ansiedlungsempfehlungen hinsichtlich der zentrenrelevanten Sortimente beziehen sich auf die Laufer Sortimentsliste der „zentrenrelevanten Sortimente“ (Kap. 8.1).
- Ansiedlungsempfehlungen für Ergänzungsbereiche Nahversorgung beziehen sich auf die Laufer Sortimentsliste für „Ergänzungsbereiche Nahversorgung“ (Kapitel 8.2).
- Ansiedlungsempfehlungen für Gewerbegebiet beziehen sich auf die Laufer Sortimentsliste „nicht-zentrenrelevante Sortimente“ (Kapitel 8.4).
- Aus Gründen des Bestands- und Standortschutzes wurde den bestehenden Standorten in den Ergänzungsbereichen Nahversorgung in vielen Fällen eine Erweiterungsmöglichkeit von 15% eingeräumt. Diese Erweiterungsoption bezieht sich auf einzelne Einzelhandelsbetriebe und legt den heutigen Status-Quo zugrunde; Mehrfacherweiterungen sind nicht möglich. Hintergrund der Erweiterungsoption ist die Tatsache, dass einzelne Betriebe zum Teil flächenmäßige Erweiterungen benötigen, um konkurrenzfähig zu bleiben und somit das Unternehmen zu erhalten. Dabei muss jeweils die empfohlene Sortimentsliste berücksichtigt werden. Sollte mit einer derartigen Erweiterung die landesplanerische Grenze von 800 m² Verkaufsfläche überschritten werden, ist eine entsprechende landesplanerische Überprüfung notwendig.

7.1 Der zentrale Versorgungsbereich mit Subzentrum Lauf Links

Der zentrale Versorgungsbereich (ZVB) umfasst den gesamten Teilraum Altstadt / Innenstadt (um Marktplatz und direkt angrenzende Bereiche) und geht v.a. im Süden und Westen etwas darüber hinaus. Die Grenze im Norden stellt die nördliche Bahnlinie dar. Die Simonshofer Straße bis zu den Bahngleisen und die Briver Allee werden noch dazu gerechnet, ebenso ein Bereich südlich der Pegnitz, d.h. Johannisstraße und Altdorfer Straße fast bis zum Kreisverkehr, Hermannstraße bis zum Parkhaus und Siebenkeesstraße bzw. Wetzendorfer Straße bis zum REWE-Markt. Ebenso dazu gehört im Westen die Glockengießerstraße mit dem Bauhof und darüber hinaus die Sichartstraße bis zur Wäschgasse.

An den zentralen Versorgungsbereich grenzt ergänzend im Süden direkt das Subzentrum Lauf Links an, das den Bereich bis zur südlichen Bahnlinie umfasst einschließlich der Altdorfer Straße und der Hermannstraße bzw. Anfang der Röthenbacher Straße.

Im Bereich des ZVB ist die zukünftige Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen aller zentrenrelevanten Sortimente wünschenswert (siehe Laufer Sortimentsliste – Kap.8.1). Darüber hinaus sind auch nicht-zentrenrelevante Sortimente möglich, auf Grund ihres Flächenbedarfs und der erzielten Flächenumsätze allerdings nicht wahrscheinlich.

Besonders wünschenswert ist im zentralen Versorgungsbereich oder im Subzentrum Lauf Links die Ansiedlung eines Nahversorgers im Bereich der periodischen Güter des tägl. Bedarfs und eines Angebotsstandortes im Bereich der aperiodischen Güter Bereich Technik.

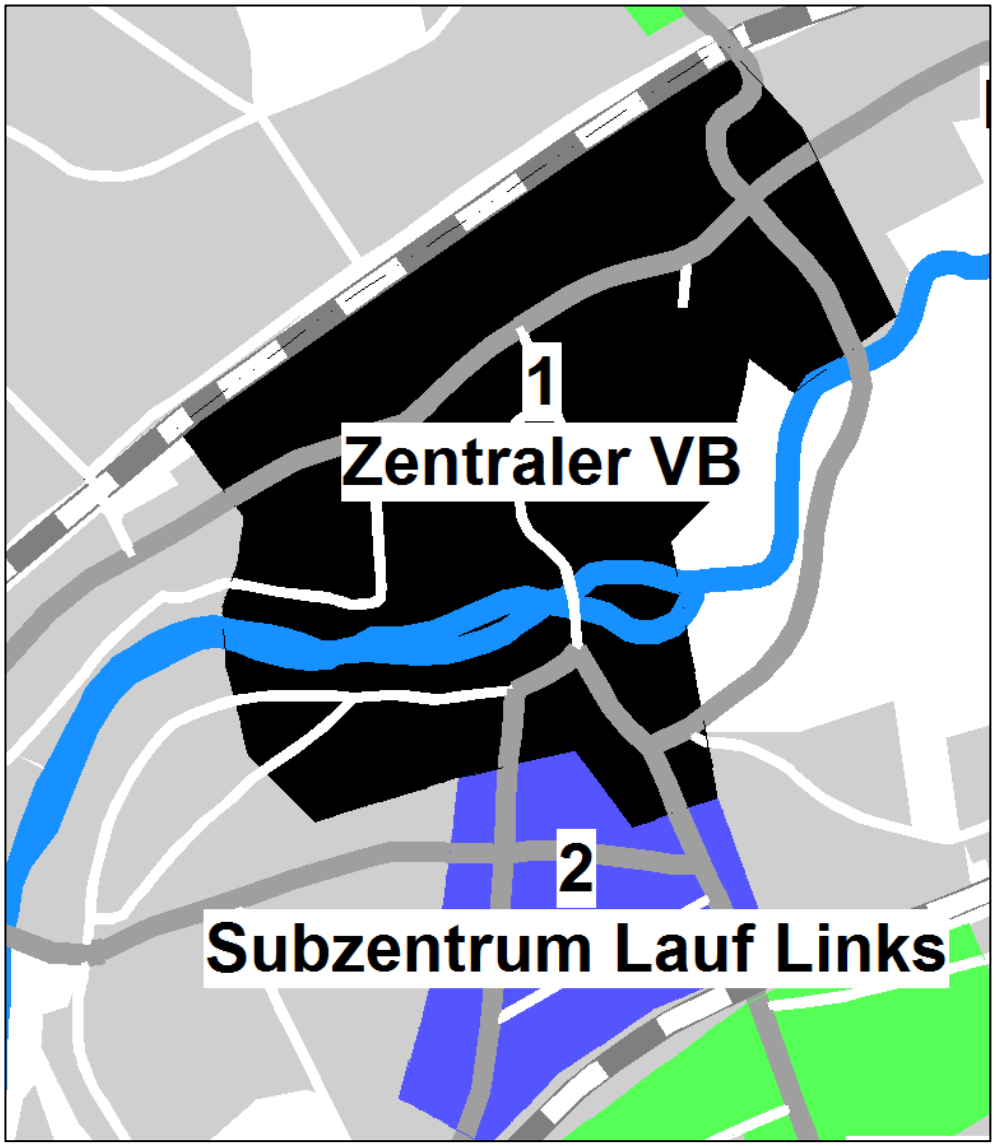


Abbildung 97 (Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

7.2 Die Ergänzungsbereiche Nahversorgung in Lauf Mitte

Für die drei Ergänzungsbereiche Nahversorgung in Lauf Mitte (NVB Lauf-Ost, NVB Lauf-West und NVB Lauf-Süd) gilt:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots unter Berücksichtigung der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".
- Im NVB Lauf-Ost sind Standorterweiterungen (+15%) im Sinne der Liste aus Kap. 8.2 wünschenswert. Der dortige EWS-Standort übernimmt stadtweite qualitativ hoch stehende Versorgung.

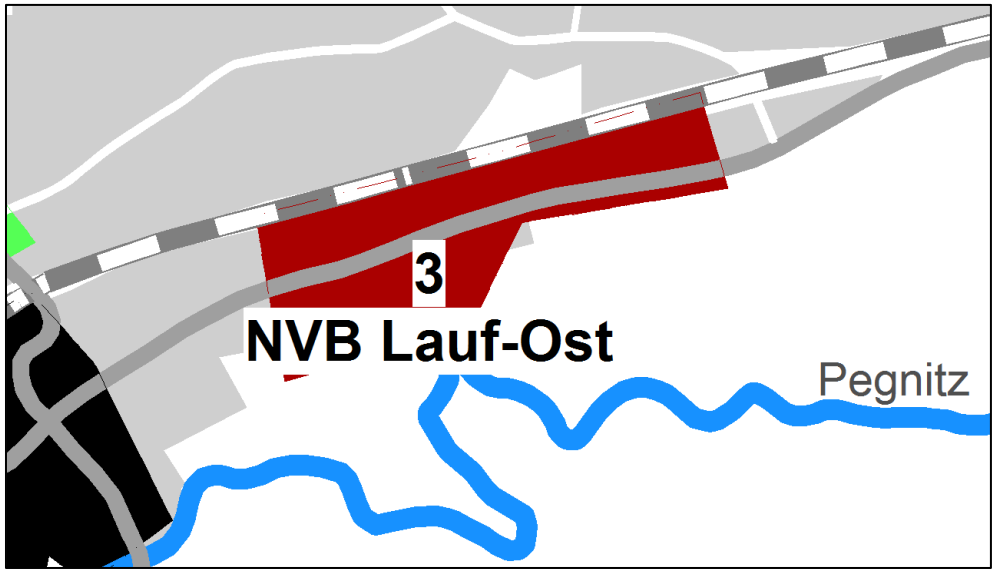


Abbildung 98 (Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

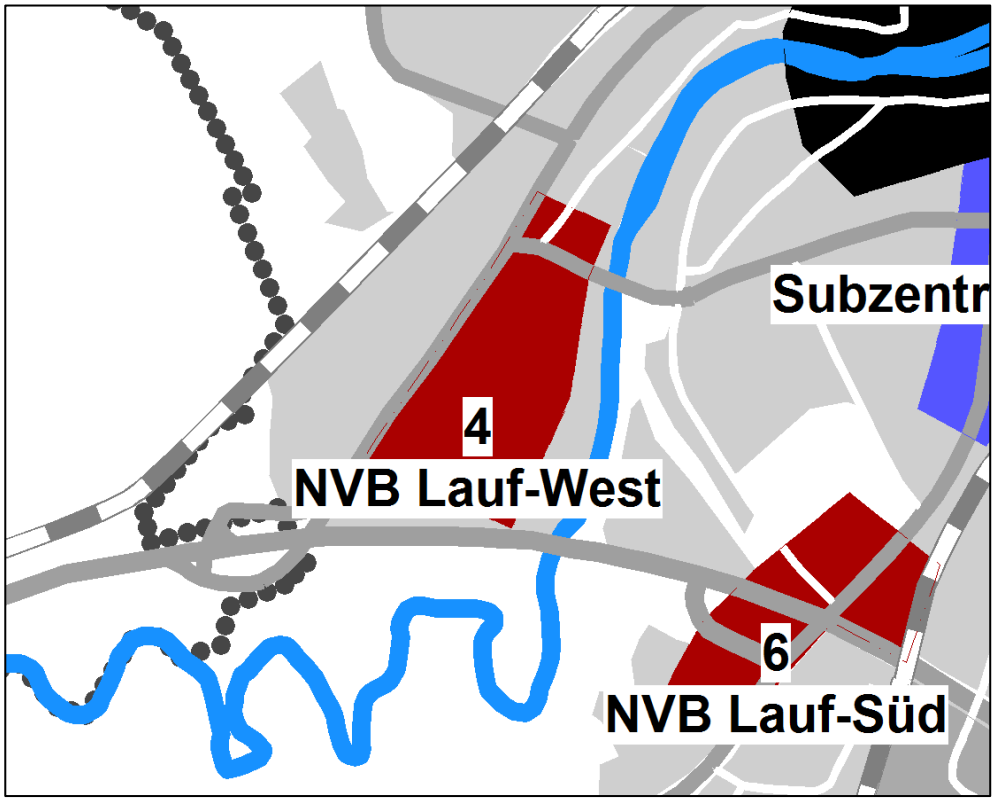


Abbildung 99 (Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

- Im NVB Lauf-West sind Standorterweiterungen (+15%) möglich, aber nur nachrangig gewünscht. Der Standort hat nur in reduziertem Maße Versorgungsfunktion für die Stadt Lauf a.d.Pegnitz.
- Im NVB Lauf-Süd sidn Standorterweiterungen aus betriebswirtschaftlichen Erwägungen tolerabel.
- An allen genannten NVB-Standorten sind keine Neuansiedlungen wünschenswert.

7.3 DIE VERSORGUNGSBEREICHE IN LAUF RECHTS

Zur Versorgung des Teilraums Lauf Rechts sollen die beiden bestehenden Standorte mit Angeboten an Gütern des täglichen Bedarfs einerseits zwischen Rudolfshof und Kotzenhof (Stadtteilzentrum Lauf-Rudolfshof) sowie andererseits in der Kunigundensiedlung (Stadtteilzentrum Kunigundenpark) als Stadtteilzentren gestärkt werden. Hierbei gilt:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots unter Berücksichtigung der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".

Im Verlauf der Simonshofer Straße könnte ein Stadtteilzentrum Heuchling die tägliche Versorgung in Heuchling und Kuhnhof sichern.

- Ansiedlung von Sortimentsangeboten unter Berücksichtigung der Sortimentsliste "Ergänzungsbereich Nahversorgung".
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".

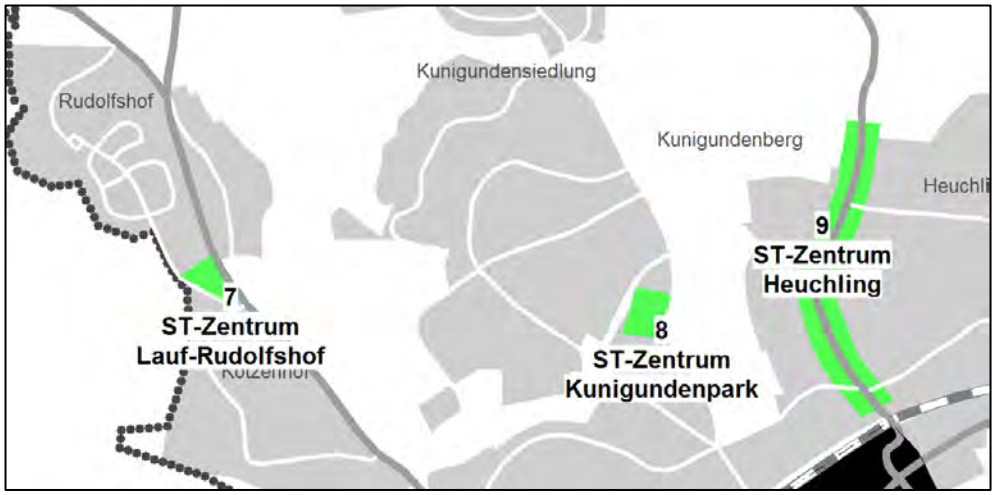


Abbildung 100 (Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

7.4 Die Versorgungsbereiche in Lauf Links

Am Rand des Gewerbegebiets befindet sich der Ergänzungsbereich Nahversorgung Lauf-Wetzendorf, für den gilt:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots unter Berücksichtigung der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".
- Mögliche Erweiterung der vorhandenen Standorte (max. +15%) nur in Ausnahmefällen, da bereits ein großer Einzugsbereich besteht.

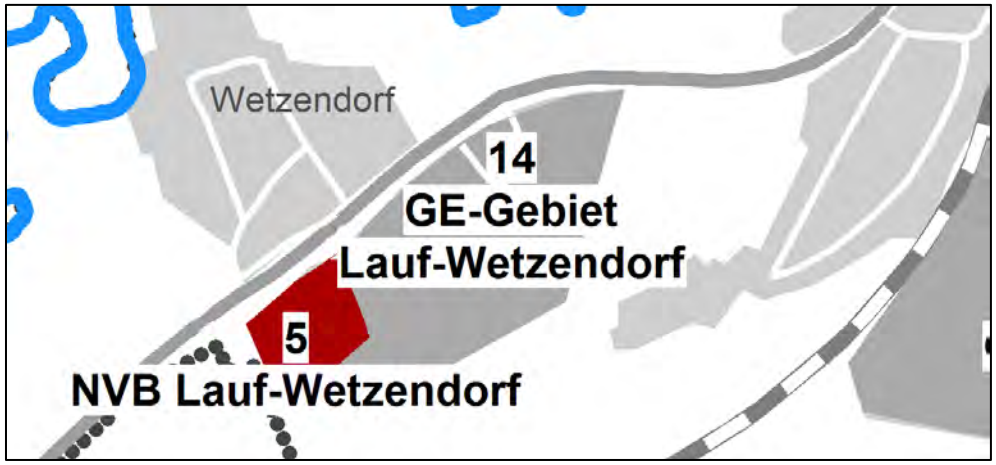


Abbildung 101 (Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

Um die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs im Teilraum Lauf Links zu bessern, sollte im weiteren Bereich der Altdorfer Straße ein Stadtteilzentrum Lauf links entwickelt bzw. gestärkt werden. Dabei sollte Folgendes berücksichtigt werden:

- Ergänzung des vorhandenen Sortimentsangebots unter Berücksichtigung der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, nur Sortimente der Sortimentsliste „Ergänzungsbereich Nahversorgung".

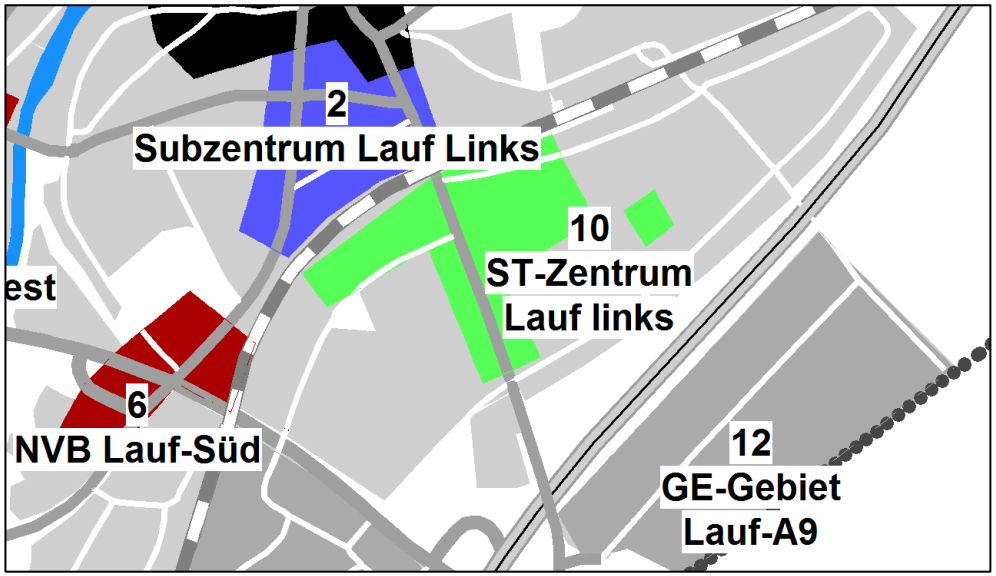


Abbildung 102 (Quelle: Büro Planwerk – Einzelhandelserhebung Lauf a.d.Pegnitz 2010)

7.5 VERSORGUNGSBEREICHE IN LAUF ORTSTEILE

In den Ortsteilen bestehen punktuell einzelne Versorgungsstandorte. Dort kann jedoch sowohl für Güter des aperiodischen Bedarfs als auch für Güter des periodischen Bedarfs keine ausreichende Versorgungsqualität erzielt werden. Es wird jedoch nicht als notwendig erachtet, in den Ortsteilen Versorgungsbereiche auszuweisen. Die Ansiedlung von großen Märkten etc. wird nicht angestrebt. Stattdessen müssen dort andere Wege gegangen werden, die die kleinteiligen örtlichen Strukturen wieder stärken und so punktuell die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs verbessern. Dies können Dorfläden sein, wie das Beispiel in Simonshofen zeigt, Direktvermarkter, mobile Standorte etc. Da trotz diesen kleinteiligen Lösungen die Bewohner der Ortsteile auf die Versorgung an anderen Standorten angewiesen sind, muss die Versorgung mit Linien des ÖPNV optimiert und einzelhandelsrelevant (Öffnungszeiten) angepasst werden. Als Alternative ist auch eine gute Fahrradanbindung wichtig.

7.6 NICHT ABGEGRENZTE BEREICHE

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

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

Sonstige Wohn- und Mischgebiete:
Hier besteht die Möglichkeit von Ansiedlungen nach den rechtlichen Grundlagen von BauNVO und BauGB. Im Sinne einer sich noch verbessernden Nahversorgung, vor allem in den nördlichen Stadtteilen, sind Ansiedlungen von geringer Flächengröße (bis ca. 200 m²) dort durchaus wünschenswert. Für bestehende Betriebe des Einzelhandels besteht natürlich Bestandschutz. Erweiterungen bestehender Betriebe sind, soweit sie zur Sicherung des Standortes notwendig sind (max. +10%-15%), möglich.

Unbeplante Innenbereiche:
Auch hier besteht die Möglichkeit von Ansiedlungen nach den rechtlichen Grundlagen von BauNVO und BauGB. Im Sinne einer sich noch verbessernden Nahversorgung, vor allem in den nördlichen Stadtteilen, sind Ansiedlungen von geringer Flächengröße (bis ca. 200 m²) auch in diesen Bereichen durchaus wünschenswert. Für bestehende Betriebe des Einzelhandels besteht natürlich Bestandschutz. Erweiterungen bestehender Betriebe sind, soweit sie zur Sicherung des Standortes notwendig sind (max. +10%-15%), möglich.

7.7 Weitere flankierende Maßnahmen

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

7.7.1 Zusammenarbeit zum wohle der Innenstadt

Die Stadt Lauf a.d.Pegnitz verfügt mit dem LBE und IGLU bereits aktive Gemeinschaften von Einzelhändlern. Das vorliegende „Integrierte Stadtentwicklungskonzept“ schlägt die Aufnahme der Innenstadt in das Städtebauförderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ vor. Im Rahmen dieses Programms ist die Entwicklung von Managementstrukturen für das Fördergebiet integraler Bestandteil. Weiter gehört das Auflegen eines Projektfonds zum Inhalt des Programms. Beides soll in Kooperation von privater Wirtschaft und öffentlicher Hand geschehen. Die Umsetzung des Programms in Public-Private-Partnership ist grundlegender Bestandteil des Programms. Auf diese Weise soll garantiert werden, dass die Entwicklung der Laufer Innenstadt zum gemeinsamen Anliegen aller beteiligten Akteure aus Wirtschaft und Verwaltung wird.

7.7.2 Aktives Flächenmanagement

Ein zentraler Punkt ist die Durchführung eines aktiven Flächenmanagements mit Schwerpunkt Innenstadt. Dieses Thema wird aktuell stadtweit bereits durch die Verwaltung der Stadt Lauf a.d.Pegnitz in Angriff genommen und sollte im Rahmen des Förderprogramms für die Innenstadt vertieft und sachlich konkretisiert werden.

7.7.3 Gezielte Ansiedlung von Betrieben

Die Erfahrung zeigt, dass die Vermarktung von vorhandenen gewerblich genutzten Flächen allein auf der Basis der Vorgaben des Immobilienmarktes in vielen Fällen nicht zufriedenstellend funktioniert. In Zusammenhang mit einem aktiven Flächenmanagement muss auch die gezielte Ansiedlung von Betrieben gesehen werden. Die fachliche Zuständigkeit sollte zukünftig beim Projektmanagement des Projekts „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ liegen. Zu diesem Tätigkeitsbereich gehört unter anderem:

- Intensiver Kontakt mit Immobilieneigentümern,
- Erarbeiten von Ansiedlungspräferenzen,
- Begleiten von Ansiedlungen und
- Beratung von Betrieben.

7.7.4 Maßnahmen der Betriebe

Es gibt viele Möglichkeiten für Betriebe, das Geschäft zu attraktivieren und die Kundenbindung zu verbessern. Die konkreten Maßnahmen sollten gemeinschaftlich mit den privaten Akteuren erarbeitet und von einem / einer externen BeraterIn unterstützt werden. Es macht wenig Sinn, die Palette der Möglichkeiten aufzulisten; diese können der Literatur entnommen werden. Die Maßnahmen sollen vielmehr konkret auf Lauf a.d.Pegnitz abgestimmt werden. Als mögliche Beispiele könnten folgende Maßnahmen für Lauf zielführend sein:

- “Von anderen lernen”: Exkursionen in andere Städte und Gemeinden (was machen die Anderen?).
- Fortbildung (Betriebsführung, Marketing, Schaufenster- und Ladengestaltung etc.).

- Durchführen von (möglichst gemeinschaftlichen) Aktionen zur Kundenbindung.
- Ergänzen der Sortimente der ansässigen Geschäfte (siehe dazu Flächenmanagement).
- Geschäftsbewertung als Ansatzpunkt für Verbesserungen mittels gemeinsamer (anonymer) Bewertung durch die Betriebe; evtl. Unterstützung / Durchführung durch neutrale externe Person.

7.7.5 Verkehrliche Maßnahmen

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

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

Weitere Thematik ist die Situation des ruhenden Verkehrs. Ohne ein Parkraumkonzept durchgeführt zu haben, ist nach Inaugenscheinnahme der Situation ein wohl ausreichendes Angebot in Lauf a.d.Pegnitz vorhanden. Im ISEK wurde bereits darauf verwiesen, dass die Erarbeitung eines Parkraumkonzepts für die Laufer Innenstadt hohe Priorität genießen sollte. Mit über 1.200 Parkplätzen besteht zwar eine für die Größe der Stadt hohe Anzahl von Parkplätzen, allerdings muss geklärt werden ob diese nach ihrer Bewirtschaftungsart jeweils optimal auf die Bedürfnisse des Wirtschaftsstandortes eingerichtet sind. Das ISEK schlägt bereits mit der Erweiterung des Parkplatz-Standortes Bahnhof und der Einrichtung eines Parkplatz-Shuttles zwei konkrete Ergänzungsmaßnahmen vor.

7.7.6 Bauliche Maßnahmen

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

Weitere Maßnahmen, wie die Neugestaltung und –nutzung des Bauhof-Areals sind bereits im ISEK ausführlich dargestellt.

7.8 ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN

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

Trotzdem darf an dieser Stelle nicht übersehen und vernachlässigt werden, dass sich mittel- bis langfristig Strukturen verändern werden, die durchaus Auswirkungen auf die Versorgungssituation in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz haben werden. Grundlage für den Blick in die Zukunft ist die regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2028, die vom Bayerischen Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung im April 2010 veröffentlicht wurde.

7.8.1 BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG

Für den Stichtag 31.12.2008 stellt die Vorausberechnung des Landesamtes eine Bevölkerungszahl von 26.164 für die Stadt Lauf a.d.Pegnitz fest. Im Prognosezeitraum bis 2028 wird laut Vorausberechnung die Bevölkerungszahl in den ersten Jahren bis etwa 2013 / 2014 ganz leicht steigen, um sich dann ab etwa 2015 wieder leicht rückläufig zu entwickeln. Etwa im Jahr 2018 wird wieder der Bevölkerungsstand von 2008 erreicht. Am Ende des Prognosezeitraums werden mit etwa 25.740 Einwohnern etwa 1,6% weniger Einwohner in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz leben als 2008. Damit rangiert die Stadt Lauf a.d.Pegnitz unter der Entwicklung von Mittelfranken (-0,2%) und der Entwicklung von Bayern insgesamt (+0,9%), jedoch über der des Landkreises Nürnberger Land (-4,9%). Die regionalisierte Vorausberechnung sieht in Mittelfranken die Städte Erlangen, Nürnberg und Fürth, vielmehr jedoch den Ballungsraum München in den kommenden Jahren an Einwohnern zulegen.

7.8.2 BEVÖLKERUNGSSTRUKTUR

Weitaus gravierender sind die Veränderungen, die in den Strukturen der Bevölkerung und hierbei vor allen Dingen in der Altersstruktur erwartet werden. Mit einem Durchschnittsalter von 43,3 Jahren weist die Stadt Lauf a.d.Pegnitz bereits heute im Vergleich einen hohen Wert auf. Zum Vergleich: Bayern 42,4 Jahre; Mittelfranken 42,8 Jahre; Landkreis Nürnberger Land 43,7 Jahre. Die bayernweiten „Spitzenreiter“ liegen diesbezüglich in Oberfranken mit dem Landkreis Wunsiedel (46,2 Jahre) und der Stadt Hof (45,3 Jahre).

Im Zuge der zunehmenden Überalterung der Bevölkerung im ganzen Land wird sich das Durchschnittsalter der Bevölkerung allerorten in den nächsten 20 Jahren erhöhen. Bayernweit von 42,4 auf 46,1 Jahre im Jahr 2028, in Mittelfranken von 42,8 auf 46,3 Jahre, im Landkreis Nürnberger Land von 43,7 auf 48,0 Jahre. Für die Stadt Lauf a.d.Pegnitz wird für das Jahr 2028 ein Durchschnittsalter von 47,1 Jahren prognostiziert.

Interessant und für die Versorgungssituation der Bevölkerung wichtig sind die jeweiligen Anteile der jungen und alten Bevölkerungsteile. Dazu hat das Landesamt einen Jugend- und Altenquotient berechnet, die genau diese Situation beleuchten.

Der Jugendquotient gibt die Anzahl der unter 20-Jährigen je 100 Personen im Alter von 20 bis 64 Jahren an. Der Jugendquotient wird bayernweit von 33,0 auf 29,9 im Jahr 2028 zurückgehen, in Mittelfranken von 32,0 auf 29,3, im Landkreis Nürnberger Land von 33,4

auf 29,3 und in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz von 34,2 auf 30,5. Deutlich wird dies auch an den absoluten Zahlen der unter 18-Jährigen. 2008 leben 4.729 Personen dieser Altersklasse von gesamt 26.164 Einwohnern in Lauf a.d.Pegnitz (18,1%), 2028 werden es nur noch 3.950 von dann gesamt rund 25.740 Einwohnern sein (15,3%).

Weitaus drastischer ist die Entwicklung bei den älteren Menschen, die durch den so genannten Altenquotient gemessen wird. Der Altenquotient gibt die Anzahl der über 64-Jährigen je 100 Personen im Alter von 20 bis 64 Jahren an. Bayernweit steigt der Altenquotient von 31,9 auf 43,2 im Jahr 2028, in Mittelfranken von 32,7 auf 43,9, im Landkreis Nürnberger Land von 35,4 auf 50,1 und in der Stadt Lauf a.d.Pegnitz von 35,2 auf 47,0. Ein Wert von 47 zeigt, dass im Jahr 2028 die Zahl der Älteren fast halb so groß sein wird wie die Altersklasse der potenziell Erwerbstätigen von 20 bis 64. In absoluten Zahlen ausgedrückt, sind 5.436 der heute 26.164 Laufer Einwohner 65 Jahre oder älter. Damit wird ein Anteil von 20,8% erreicht. Im Jahre 2028 werden von dann rund 25.740 Einwohnern 6.810 65 Jahre oder älter sein, ein Anteil von dann 26,5%.

7.8.3 MOBILITÄTSBEREITSCHAFT

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

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

7.8.4 TENDENZEN IM EINZELHANDEL

Die Entwicklung im Einzelhandel weist in den vergangenen Jahren Tendenzen auf, die in höherzentralen Orten beobachtet werden können und deren Inhalte auf kleinere Zentren wie Lauf a.d.Pegnitz durchaus angewandt und übertragen werden können. Folgende Grundtendenzen können beschrieben werden, die allerdings zum Teil sogar gegenläufig sind.

- Die Einzelhandelsflächen im Lebensmitteleinzelhandel (Vollsortimenter, Discounter) wachsen insgesamt (Gesamtfläche), nehmen aber auch für die Einzelstandorte zu.
- Das Gesamtwachstum der Angebotsfläche führt zu einem Überangebot an Verkaufsfläche. Erste Marktteilnehmer sind in den vergangenen Jahren bereits verschwunden (Aufkauf). Es ist damit zu rechnen, dass weitere Anbieter am Markt in den nächsten Jahren aufgekauft werden.
- Das Angebot an den Discounterstandorten wurde in den vergangenen Jahren immer umfangreicher. Je nach Kette geht das Discounterangebot bereits in Vollsortimentsrichtung.
- Das Angebot der Vollsortimenter wurde in den vergangenen Jahren noch spezifischer (Angebotstiefe). Die Entwicklung liegt hier im qualitativen Bereich (Übersichtlichkeit, seniorengerechte Angebote, Einkaufsambiente). Dies drückt sich durch deutlich gestiegene Verkaufsflächen aus, wobei die Gesamtumsatzleistung kaum ansteigt, so dass die Quadratmeterleistungen deutlich zurückgehen (10-20%).

- Sowohl im Discounterbereich als auch im Bereich der Vollsortimenter wird damit das baurechtliche Limit von 800-900 m² Verkaufsfläche (Regelvermutungsgrenze) immer mehr zum limitierenden Faktor. Die damit verbundene Notwendigkeit der Ausweisung von Sonderbauflächen Einzelhandel erweist sich als Hindernis. Die politische Diskussion zu diesem Thema ist aktuell im Gange (u.a. LEP). Veränderungen sind hier durchaus denkbar.
- Weiter wir eine gegenläufige Tendenz ansatzweise erkennbar, dahingehend, dass wieder kleinere Verkaufseinheiten deutlich unter 800 m² in wohnstandortnahen Lagen auch von den großen Kettenanbietern neu eingerichtet werden. Diese Tendenz könnte mittelfristig einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der wohnstandortnahen Versorgung bilden.
- Zusätzlich etablieren sich weiter ergänzende Angebote vor allem im Bereich der mobilen Versorgung bzw. der Direktvermarktung.

7.8.5 Bedeutung für den Standort Lauf a.d.Pegnitz

Stagnation im Bereich der Bevölkerungsentwicklung bei gleichzeitig mäßiger wirtschaftlicher Gesamtentwicklung lässt die einzelhandelsrelevante Nachfrage weder pro Kopf noch insgesamt in erkennbarem Maße ansteigen. In den vergangenen Jahren musste der Einzelhandel sogar eher Rückgänge verkraften. Damit sind insgesamt in den nächsten Jahren auch keine nennenswerten zusätzlichen Angebote (über die prognostizierten Ansiedlungspotenziale hinaus) am Standort Lauf a.d.Pegnitz nötig.

Der strukturelle Wandel hinsichtlich der Altersstruktur der Laufer Bevölkerung findet langsam und damit kurz- und mittelfristig kaum merklich statt. Bemerkbare Veränderungen finden hier im Zeitraum von 10 bis 20 Jahren statt, wobei der große Überalterungsschub nach dem Jahr 2030 stattfinden wird, wenn die geburtenstarken Jahrgänge des 20. Jahrhunderts ins mittlere bis hohe Alter vorstoßen.

Für den Umgang mit den immer noch weiter nach Größe strebenden Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel bietet das vorliegende Gutachten mit den Vorgaben an Flächen und Standorten ausreichend Vorgaben und Reglementierungen. Die ersten Tendenzen wieder hin zu kleineren Einheiten deutlich unter 800 m² und in wohnstandortnahen Lagen sind zwar noch nicht generell erkennbar, können aber durch gezielte Vorgaben der städtischen Politik durchaus forciert und gefördert werden.

8 LAUFER SORTIMENTSLISTE

Grundlage für die Festlegung der Laufer Sortimentsliste ist die „Liste zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Waren (zu B II 1.2.1.2)“ aus dem Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006. Diese Liste aus dem Landesentwicklungsprogramm wurde entsprechend den Erkenntnissen aus den vorliegenden Untersuchungen modifiziert und angepasst.

8.1 LISTE DER ZENTRENRELEVANTEN SORTIMENTE (A1 - A14)

a1 Sortiment Nahrungs- und Genussmittel: Nahrungsmittel, Tabakwaren. **Nicht: Getränke**
a2 Sortiment Gesundheits- und Körperpflege: Pharmazeutischer Bedarf, Drogerieartikel, Kosmetika, medizinische und orthopädische Artikel, Reinigungs- und Pflegemittel
a3 Sortiment Bekleidung: Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Lederbekleidung, Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
a4 Sortiment Schuhe und Lederwaren: Schuhe, Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
a5 Sortiment Uhren und Schmuck: Uhren und Schmuck aus Edelmetallen und / oder anderen Materialien
a6 Sortiment Bücher und Schreibwaren: Papierwaren, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Kalender, Schreibwaren, Schul- und Büroartikel
a7 Sortiment Hausrat, Glas und Porzellan: Hausrat, Schneidwaren, Bestecke, Feinkeramik, Glaswaren, Geschenkartikel, Näh- und Strickmaschinen
a8 Sortiment Foto und Optik: Fotokameras, Fotofilme, Projektoren, Objektive etc., Brillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mikroskope etc.)
a9 Sortiment Unterhaltungselektronik: Braune Ware (Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Camcorder, Videorecorder, unbespielte Tonträger etc.), bespielte Tonträger, Videospiele
a10 Sortiment Telekommunikation: Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte etc.
a11 Sortiment Informationstechnik: Personal Computer, Peripheriegeräte etc., Software
a12 Sortiment Spielwaren und Hobbys: Spiele, Spielzeug, Münz-, Briefmarken- u.a. Sammlungen, Musikinstrumente
a13 Sortiment Sport, -bekleidung und Camping: Sportbekleidung und -schuhe. **Nicht: Sportgeräte und -artikel, Campingartikel**
a14 Sortiment Baumarktsortimente: **nur Blumen**

8.2 LISTE DER SORTIMENTE FÜR ERGÄNZUNGSBEREICHE NAHVERSORGUNG

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

des Weiteren alle nicht zentrenrelevanten Sortimente

8.3 Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente (b1-b6)

b1 Sortiment Einrichtungsbedarf: Möbel, Holz-, Korb-, Korkwaren, Haus- und Heimtextilien (Teppiche u.a. Bodenbeläge, Gardinen, Matratzen, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche etc.)

b2 Sortiment Baumarktsortimente: Baustoffe, Bauelemente, Fliesen, Holz- und Eisenwaren, Tapeten, Lacke, Farben, Maschinen, Werkzeuge, Installationsbedarf, **Fahrräder**, Gartengeräte, Pflanzen, Sämereien, zoologischer Bedarf. **Nicht: Blumen**

b3 Sortiment Elektrogeräte und Leuchten: Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen etc.), Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen etc.), Leuchten

b4 Sortiment Sport, -bekleidung und Camping: Sportgeräte und -artikel, Campingartikel. **Nicht: Sportbekleidung und -schuhe**

b5 Sortiment Nahrungs- und Genussmittel: **nur Getränke. Nicht: Nahrungsmittel, Tabakwaren**

b6 Sonstige Sortimente, generell nicht zentrenrelevant: Brennstoffe, Kfz-Handel, Kfz-Zubehör, Boote und Zubehör, Mineralölerzeugnisse etc.

9 WEITERE SCHRITTE

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept sieht vor, als verbindliche Grundlage für die weitere kommunale Entwicklungsplanung der Stadt Lauf a.d.Pegnitz zu Grunde gelegt zu werden. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept in der vorliegenden Fassung wird noch im Bauausschuss und evtl. im Stadtrat der Stadt Lauf a.d.Pegnitz vorgestellt. Beabsichtigt ist in den Beschlussgremien eine verbindliche Billigung dieses Konzepts zu erhalten.

Wir empfehlen als nächste Schritte zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes:

- Vorlage des Konzepts bei der Regierung von Mittelfranken, SG Städtebauförderung, SG Landesplanung.
- Prüfung der Einarbeitung der Erkenntnisse aus dem Konzept in die bestehenden Bebauungspläne, die entsprechend relevant sind.
- Prüfung der Umsetzung des § 9 Abs. 2a zur verbindlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs.
- Zur Durchführung flankierender Maßnahmen (Schulung, Qualifizierung etc.) ist die Möglichkeit zur Bereitstellung von Finanzmitteln zu prüfen. Dies kann über das Förderprojekt „Aktive Zentren / Leben findet Innenstadt“ oder bei bestimmten Handlungsfeldern auch über das Quartiermanagement (soziale Stadt / Städtebauförderung) geschehen.
- Einarbeiten innenstadtspezifischer Aussagen des Konzepts in das zukünftig zu aktualisierte Integrierte Handlungskonzept der „Aktiven Zentren“ für das Gebiet „Innenstadt Lauf“.
- Entwickeln eines Konzepts für das als zentrales Leitprojekt herausgestellte Flächenmanagement in der Innenstadt.
- Etablieren eines Runden Tisches („Aktive Zentren), der den Prozess der Innenstadtentwicklung auf breiter Basis (alle Träger und Akteure) begleitet, diskutiert und daraus Projekte entwickelt.

10 ANHANG

Die Fragebögen der Befragungen und Erhebungen sowie weitere Abbildungen sind im Materialband enthalten.

Nürnberg, den 12.11.2010

Büro PLANWERK
Stadtentwicklung Stadtmarketing Verkehr
90491 Nürnberg
Winzelbürgstr. 3
T. 0911-476404
F. 0911-471632
www.planwerk.de
kontakt@planwerk.de

STADTENTWICKLUNG
STADTMARKETING
VERKEHR