

- Kurzfassung -

Die Stadt

P F U L L E N D O R F

als Standort für

Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk

Fortschreibung der GMA-Untersuchung aus dem Jahr 1996
im Auftrag der Stadt Pfullendorf

Projektbearbeitung
Dipl.Geogr. Julia Wunder

Projektverantwortung
Dr. Stefan Holl

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
1. Aufgabenstellung	1
2. Strukturdaten der Stadt Pfullendorf	1
3. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	3
4. Das Angebot im Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk in der Stadt Pfullendorf	5
5. Die Entwicklung des Einzelhandels in Pfullendorf seit 1996	5
6. Bewertung des Einzelhandelsstandortes Pfullendorf aus Sicht der Einzelhändler	7
7. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsplatzes Pfullendorf bis zum Jahr 2015	8
8. Überprüfung des handelsbezogenen Sortiments- und Standortkonzeptes	12
9. Entwicklungsszenarien für den Einzelhandelsstandort Pfullendorf	16
10. Prüfung des Einzelvorhabens „Ehemalige Textilfabrik Haug“	17

1. Aufgabenstellung

Im Mai 2005 erteilte die Stadt Pfullendorf der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag, die im Jahr 1996 vorgelegte GMA-Untersuchung fortzuschreiben. Die vorliegende Untersuchung soll als Arbeitsgrundlage für die weitere Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Pfullendorf dienen. Ziel der Untersuchung ist es, auf Grundlage aktueller Daten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel in Pfullendorf aufzuzeigen. Dabei soll das Zentrenkonzept der Stadt Pfullendorf, das als Grundlage der bisherigen Einzelhandelspolitik dient, einer kritischen Überprüfung unterzogen werden. Darüber hinaus ist eine Einzelfallbewertung für das Gelände der ehem. Textilfabrik Haug durchzuführen.

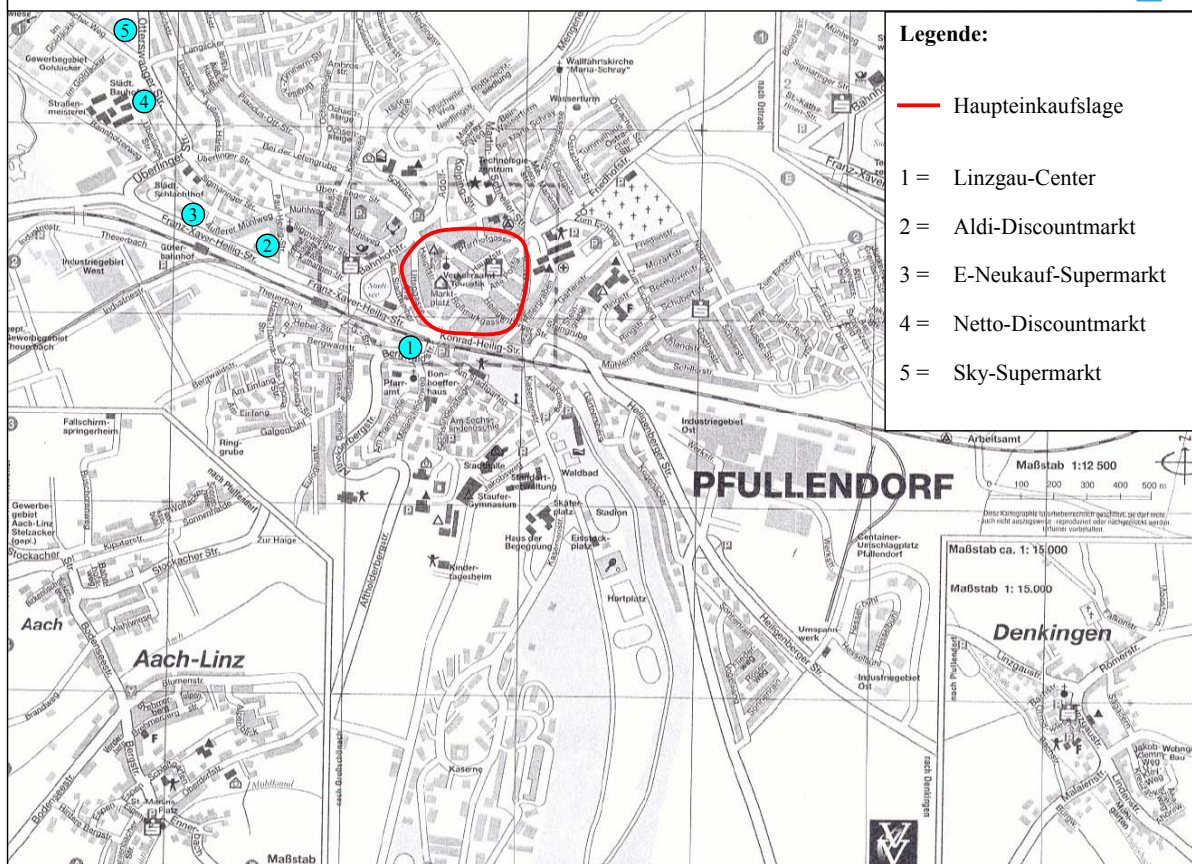
Bei der Analyse der konkreten Situation in Pfullendorf wurde deutlich, dass sich die allgemeinen Entwicklungstendenzen im Einzelhandel auch in Pfullendorf niederschlagen. In diesem Zusammenhang ist sowohl die Konzentrationstendenz im Einzelhandel als auch die Umgestaltung der Betriebstypen anzusprechen. Nachgefragt werden derzeit Fachmärkte und Discountmärkte mit Flächen ab 700 m² und ebenerdigen Stellplätzen. Die damit verbundenen Anforderungen an die Standortentwicklung sind auch in der weiteren Stadtentwicklungsplanung in Pfullendorf zu berücksichtigen.

2. Strukturdaten der Stadt Pfullendorf

Für die Stadt Pfullendorf und den Einzelhandel sind folgende Strukturdaten festzuhalten:

- Im Jahr 2002 wurde die Stadt Pfullendorf im Landesentwicklungsplan als Mittelzentren mit zugeordnetem Mittelbereich (mit einer Bevölkerungszahl von ca. 34.560 Einwohnern) eingestuft.
- Seit 1996 konnte Pfullendorf eine positive Bevölkerungsentwicklung (+ 3,8 %) verzeichnen. Die Bevölkerung stieg von 12.625 auf 13.106 Einwohner.

Karte 1: Haupteinkaufslagen der Stadt Pfullendorf



- 2004 konnte bei der Betrachtung der Beschäftigtenverteilung nach Wirtschaftsbereichen ein Schwerpunkt im Produzierenden Gewerbe (ca. 58 %) festgehalten werden.
- Der Einzelhandel der Stadt Pfullendorf konzentriert sich neben den dezentralen Standorten der Lebensmittelmärkte, auf die Geschäftslagen des kleinstrukturierten Facheinzelhandels der Innenstadt und der innenstadtnahe Fachmarktstandort „Linzgau-Center“ (vgl. Karte 1).

3. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

Das Einzugsgebiet des Mittelzentrums Pfullendorf kann auf Grund der Erhebungsdaten und Einzelhandelsbefragungen in drei Zonen unterteilt werden (vgl. Karte 2):

Tabelle 1: Marktgebiet des Einzelhandels in Pfullendorf			
Zonen	Kommunen	Bevölkerungspotenzial	Verteilung (in %)
Zone I	Pfullendorf (Kernstadt und Stadtteile)	ca. 13.100 Einwohner	26 %
Zone II	Herdwangen-Schönach Krauchenwies Ostrach Wald	ca. 17.900 Einwohner	35 %
Zone III	Heiligenberg Hohenfels Hoßkirch Illmensee Königsegwald Messkirch Sauldorf	ca. 19.500 Einwohner	39 %
Gesamtes Einzugsgebiet (Zone I-III)		ca. 50.500 Einwohner	100 %
Quelle: GMA-Berechnungen 2005			

- Das Marktgebiet des Pfullendorfer Einzelhandels umfasst ca. 50.500 Einwohner und hält eine Kaufkraft von insgesamt ca. 244,1 Mill. € vor. Davon entfallen ca. 86,6 Mill. € (= 36 %) auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor und ca. 157,3 Mill. € auf den Bereich der Nichtlebensmittel.

4. Das Angebot im Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk in der Stadt Pfullendorf

- Der Einzelhandel in Pfullendorf umfasste im Mai 2005 91 Arbeitsstätten mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 19.500 m² und einer Bruttoumsatzleistung von ca. 61,9 Mill. €.

Tabelle 2: Übersicht des Einzelhandelsangebotes in Pfullendorf			
Hauptwarengruppe	Arbeitsstätten	Verkaufsfläche (in m²)	Bruttoumsatzleistung (in Mill. €)
Nahrungs- und Genussmittel	31	6.900	28,0
Nichtlebensmittel	58	12.600	33,9
Gesamter Einzelhandel	91	19.500	61,9
Quelle: GMA-Erhebung 2005			

- Hinsichtlich der Einstufung der Betriebe nach ihrer städtebaulichen Lage kann ein Schwerpunkt in der Innenstadt (49 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 5.840 m²) festgehalten werden..
- Die überörtliche Bedeutung des Pfullendorfer Einzelhandels kann als eher unterdurchschnittlich im Vergleich zu anderen Mittelzentren gesehen werden (Zentralitätswert 97).
- Bei der Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Pfullendorfer Wohnbevölkerung mit dem Kaufkraftpotenzial in der Stadt lässt sich im Lebensmittelsektor eine Kaufkraftbindung von ca. 80 – 81 % festgehalten werden; im Nichtlebensmittelsektor beträgt sie ca. 49 – 50 %. Für den gesamten Einzelhandel wurde eine Bindungsquote von ca. 60 – 61 % ermittelt werden.

5. Entwicklung des Einzelhandels seit 1996

Hinsichtlich der wichtigsten Kennzahlen für den Einzelhandel in Pfullendorf sind folgende wesentliche Entwicklungstendenzen festzustellen:

- Der **Umsatz** ist gegenüber 1996 um ca. 6 – 7 % auf 61,9 Mill. € gefallen. Die Stadt Pfullendorf reiht sich damit in den bundesdeutschen Trend stagnierender bzw. leicht fallender Einzelhandelsumsätze ein.
- Die **Verkaufsflächenausstattung je 1.000 EW** ist von 2.200 m² auf heute 1.490 m² zurückgegangen.
- Der **Umsatz je Einwohner** ist ebenfalls zurückgegangen. Dieser verringerte sich um ca. 10 % auf ca. 4.720 €.
- Die **Kaufkraftbindungsquote** in Pfullendorf konnte nicht gesteigert werden. Sie liegt weiterhin bei ca. 60 - 61 % und damit auf dem Niveau von 1996. Im Lebensmittelbereich stieg diese aber von ca. 77 % auf ca. 80 – 81 %. Im Gegensatz dazu fiel die Bindungsquote im Nichtlebensmittelbereich von ca. 54 % auf aktuell ca. 49 – 50 %.

Bei einer Betrachtung der Branchen können folgende prägnante Entwicklungen festgehalten werden:

- Im **Nahrungs- und Genussmittelsektor** sind die Neuansiedlungen des Netto-Discountmarktes und des Sky-Supermarktes sowie die Verlagerung Edeka-Marktes aus Linzgau-Center an den dezentralen Standort „Äußerer Mühlweg“ zu erkennen.
- Die **Drogerie- und Gesundheitsbranche** zeigte kaum Veränderungen seit 1996. Derzeitiger Leitbetrieb der Innenstadt in diesem Segment ist der Drogeriefachmarkt Müller. Dieser zeigt aber Verlagerungsabsichten an einen innenstadtnahen Standort. In diesem Segment kann eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung konstatiert werden.
- Einen leichten Verkaufsflächenzuwachs konnte die Branche **Bücher, Schreibwaren, Spielwaren** verzeichnen. Hier gab es eine Verlagerung im Spielwarenbereich an den Innenstadtrand sowie Erweiterungen. Auch hier liegt die Verkaufsflächenausstattung über dem Durchschnitt.

- Einen Bedeutungsverlust hat insbesondere die Innenstadt im Bereich **Bekleidung und Schuhe** hinnehmen müssen. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche dieser Hauptwarengruppe auf ca. 3.600 m². Im Vergleich zu 1996 sank die Fläche um ca. 10 %. Diese innerstädtische Leitbranche wurde damit geschwächt. Dennoch liegt die Verkaufsflächenausstattung über dem Durchschnitt. Im Bereich der Sportartikel kann eine unterdurchschnittliche Ausstattung festgestellt werden.
- Die Situation im Bereich **Elektrowaren** konnte leicht ausgebaut werden. Spezialanbieter (z.B. Telekommunikation, Computer) kamen hinzu. Der Ausstattungsgrad liegt im Durchschnitt.
- Rückläufig ist dagegen die Branche **Hausrat, Einrichtung** usw. Seit 1996 kam es zu einem Rückgang um fünf Fachgeschäfte, die eine Fläche von ca. 2.230 m² umfassten. Hierzu trägt vor allem die Schließung des einzigen Möbelgeschäftes (in der Hauptstraße) in Pfullendorf bei. In diesem Segment liegt die Stadt Pfullendorf weit unter dem Durchschnittswert für Städte ähnlicher Größenordnung.
- Der **sonstige Einzelhandel** zeigt sich hinsichtlich der Zahl der Betriebe stabil (z.B. Foto, Optik, Uhren)¹. Der Rückgang in diesem Bereich ist vor allem auf die Änderung der Erhebungsmethodik zurückzuführen; der Ausstattungsgrad ist durchschnittlich.

6. Bewertung des Einzelhandelsstandortes Pfullendorf aus Sicht der Einzelhändler

Die Befragung der Einzelhändler zeichnet für den Einzelhandelsplatz Pfullendorf folgendes Bild:

- Der Entwicklungsindikator „Investitionsverhalten“ zeigt zukünftig ein eher verhaltenes Engagement der befragten Betriebe hinsichtlich der Erhöhung der Attraktivität auf einzelbetrieblicher Ebene. Nur 18 % der befragten Betriebe planen in den nächsten 2 – 3 Jahren größere betriebliche Veränderungen.

¹ Umfasst sowohl Betriebsschließungen als auch -eröffnungen

- Als Stärken des Standortes Pfullendorf wurden das Stadtbild, die Bausubstanz und die räumliche Lage Pfullendorfs bezüglich der umliegenden kleineren Gemeinden herausgestellt.
- Schwächen weist der Handelsplatz Pfullendorf hinsichtlich der Leerstandsquote und dem Angebots- bzw. Branchenmix im Hauptgeschäftsbereich auf. Diesbezüglich wurden die Branchen Haushaltswaren, Lebensmittel (innerstädtischer bzw. innenstadtnaher Standort), Kinderbekleidung und Möbel als ergänzenswert eingestuft.
- Um die Stadt Pfullendorf als Einkaufsort zu stärken sehen die Einzelhändler in folgenden Aspekten die wichtigsten Maßnahmen. Hinsichtlich der Verkehrssituation legen die Händler ihren Schwerpunkt auf die Schaffung von zusätzlichen Parkmöglichkeiten in der Innenstadt, im Speziellen im Bereich der Kurzzeitparkplätze und das „Aufbrechen“ der bestehenden Fußgängerzone. Letzteres gilt ebenfalls für den Themenbereich Stadt- und Innenstadtgestaltung. Die Entwicklungen im Außenbereich der Stadt, vor allem hinsichtlich der Lebensmittelmärkte stehen sowohl bei der Frage nach den negativen Entwicklungen der letzten Jahre als auch im Fragenkreis der weiteren Gewerbeentwicklung an oberster Stelle.
- Den befragten Betrieben zufolge sollte vor allem mehr Engagement, Zusammenhalt und eine bessere Kommunikation unter den Einzelhändlern zu einer Stärkung der Handelsfunktion der Stadt Pfullendorf beitragen.

7. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsplatzes Pfullendorf bis zum Jahr 2015

Um die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Pfullendorf bis zum Jahr 2015 einschätzen zu können, wurde neben einer Kaufkraft- und Umsatzprognose versucht, die zukünftigen Flächenpotenziale in Pfullendorf abzuschätzen. Als Basisannahmen für die Prognose ist neben einem Bevölkerungswachstum auf ca. 14.000 Einwohner¹ auch ein prognostiziertes Wachstum der Pro-Kopf-Ausgaben für den Einzelhandel von ca. 3 – 4 % bis 2015 zu nennen. Bei der Prognose kam die GMA zu folgenden Ergebnissen:

¹ Angaben der Stadt Pfullendorf

- Bis zum Jahr 2015 wird von einer **Kaufkraftausweitung** um ca. 13,2 % auf ca. 277,8 Mill. € ausgegangen.
- Die **Umsatzprognose** nimmt für 2015 eine Erhöhung des Umsatzes, im Nahrungs- und Genussmittelbereich um ca. 4,1 Mill. € und im Nichtlebensmittelbereich um ca. 6 - 10 % (je nach Entwicklung der Anziehungskraft des Pfullendorfer Einzelhandels für die Umlandgemeinden) an.
- Aus diesen Werten ergeben sich **Verkaufsflächenpotenziale** in Höhe ca. von 800 – 850 m² bei den Lebensmitteln und ca. 2.200 bis 4.100 m² im Nichtlebensmittelsektor¹.

Diese Potenziale weisen, ähnlich den Ergebnissen der Händlerbefragung, auf Mängel innerhalb des Angebots- bzw. Branchenmixes in Pfullendorf hin. Diese Angebotsschwächen sollten im Bereich innerstädtischer bzw. innenstadtnaher Lebensmittelmarkt und hinsichtlich der Nichtlebensmittel in den Sektoren Drogeriewaren, Kinder- und Babybekleidung und Haushaltswaren/Einrichtung behoben werden. Eine branchengenaue Betrachtung ergab folgende Angebotslücken bzw. Ergänzungsempfehlungen (vgl. Übersicht 1):

¹ Im Nichtlebensmittelsektor wird in der Variante II eine Erhöhung der Kaufkraftbindung um ca. 5 % angenommen. In der Variante I wird in beiden Hauptwarengruppen von gleich bleibenden Kaufkraftbindungsquoten ausgegangen.



Übersicht 1: Empfehlungen zu Angebotsergänzungen in Pfullendorf		
Branche	Derzeitige Situation	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	gute Flächenausstattung, relativ hohe Kaufkraftbindungsquote, vorwiegend Discounter, nur ein Lebensmittelvollsortimenter, Anbieter z.T. nicht mehr zeitgemäß (z.B. Plus – Innenstadtlage; Sky – dezentraler Standort) => einseitiger Betriebstypenbesatz	Vollsortimenter als Ergänzung der Discounter zur Sicherung der Versorgungssituation im innerstädtischen bzw. innenstadtnahen Bereich z.T. Modernisierung vorhandener Anbieter
Gesundheit / Körperpflege	gute Ausstattung bei Drogeriewaren (Müller-Drogeriefachmarkt als leistungsfähiger Anbieter, Schlecker, Parfümerie), ausreichender Besatz bei Apotheken, ein Sanitätsfachhandel => Fehlen eines weiteren leistungsfähigen Anbieters	Drogeriemarkt als Ergänzung des vorhandenen Bestandes (z.B. dm) im Kernbereich Auffüllen der Lücke nach Verlagerung der Müller-Drogerie
Blumen / Pflanzen / zool. Bedarf	geringes Angebot (Fachgeschäft und Gärtnereien), kein Anbieter im zool. Bedarf (nur Teilsortimente in Baumärkten) => unzureichender Besatz	Ansiedlung von Fachgeschäften bzw. Fachmarkt im Bereich zool. Bedarf
Bücher / PBS ¹ / Spielwaren	Schreibwaren, Spielwaren gut besetzt, geringer Besatz bei Büchern => Ergänzungsbedarf bei Büchern	Ansiedlung von Fachgeschäften Ergänzungen über Sortimentserweiterungen auch bei vorhandenen Anbietern
Bekleidung / Schuhe / Sport	gute Ausstattung bei Bekleidung und Schuhen geringe Ausstattung bei Kinder- und Babybekleidung und Wäsche (keine Fachgeschäfte), durchschnittlicher Besatz im Sportbereich (größeres Fachgeschäft); Ausstattung im ges. Bereich: ca. 276 m ² VK/1.000 EW (Durchschnitt Städte dieser Größe: ca. 222 m ² /1.000 EW) => guter Besatz, aber z.T. Ergänzungsbedarf bei Kinder- und Babybekleidung und Wäsche	Ansiedlung von Fachgeschäften in der Hauptgeschäftslage Schließung der Sortimentslücken über Erweiterung vorhandener Anbieter
Elektrowaren	Elektrowarenfachhandel in der Hauptgeschäftslage vorhanden; kein Angebot bei Ton- und Bildträgern (Ausnahme: Teilsortiment bei Müller-Drogerie) => Ergänzungsbedarf bei Unterhaltungsmedien	Ergänzung über Fachgeschäfte wünschenswert, Fachmärkte nur im innenstadtnahen Bereich



Übersicht 1: Empfehlungen zu Angebotsergänzungen in Pfullendorf		
Branche	Derzeitige Situation	Empfehlungen
Hausrat / Einrichtung / Möbel	unzureichende Ausstattung bei Haushaltswaren, Möbeln und Matratzen => Ergänzungsbedarf im gesamten Sortiment	Ergänzung bei Haushaltswaren über größeres Fachgeschäft in der Innenstadt; Ergänzung im weiteren Sortiment über Fachmärkte Ansiedlung im Bereich Möbel wünschenswert, aber auf Grund der Konkurrenzsituation (XXXLutz, Friedrichshafen) nur bedingt umsetzbar
Sonstiger Einzelhandel (Bau- und Heimwerker, Foto, Optik, Uhren/Schmuck, Sportgeräte)	gute Ausstattung im Bau- und Heimwerkerbereich (Obi, Raiffeisen), restliches Sortiment: Fachgeschäfte (mehrere Optiker, Juweliere und Fotogeschäfte) => guter Besatz	Handlungsbedarf im Bereich des Obi-Baumarkt im Linzgau-Center (ansässig auf nur bedingt marktgängiger Fläche)
¹ PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren Quelle: GMA-Zusammenstellung 2005		

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die branchenbezogenen Entwicklungspotenziale v.a. im Nichtlebensmittelsegment liegen. Aufbauend auf einem guten Branchenmix bestehen in einigen Teilsegmenten Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung des Handelsplatzes Pfullendorf. Über den Einzelhandel hinaus ist die Ansiedlung von weiteren Dienstleistungs- und gastronomischen Betrieben zur Erhöhung der Passantenfrequenz für die Innenstadt von Pfullendorf zu empfehlen.

8. Überprüfung des handelsbezogenen Sortiments- und Standortkonzeptes

Für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Pfullendorf und insbesondere der Innenstadt wurde sowohl die Innenstadtabgrenzung (Standortkonzept) als auch die Definition der zentrenrelevanten Sortimente (Sortimentskonzept) überprüft.

Insgesamt konnte das Zentrenkonzept der Stadt Pfullendorf in der Vergangenheit wesentliche Beurteilungsgrundlagen für eine geordnete städtebauliche Entwicklung in Bezug auf die Einzelhandelsstandorte liefern.

Zusammenfassend sind folgende positive Effekte des Zentrenkonzeptes der Stadt Pfullendorf hervorzuheben:

- Sicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung in den dezentralen Lagen
- Stabilisierung der Innenstadt und Absicherung sowohl privater als auch öffentlicher Investitionen der Innenstadt

Gleichzeitig sind als Grenzen des Zentrenkonzeptes folgende Punkte zu nennen:

- Die Entwicklung der Betriebsform im Einzelhandel (z.B. ständig wachsende Anforderungen an Verkaufsflächengrößen) kann mit einem städtebaulich orientierten Zentrenkonzept nur bedingt gesteuert werden.

- Die steigenden Anforderungen an Erreichbarkeit, Attraktivität usw. können nur durch flankierende Maßnahmen im Bereich der Verkehrsplanung, der Stadtplanung usw. erreicht werden.

Insgesamt ist das Zentrenkonzept auch in der Stadt Pfullendorf als leistungsfähiges Instrumentarium im Sinne einer geordneten städtebaulichen Entwicklung anzusehen. Das Zentrenkonzept schafft geeignete (baurechtliche) Rahmenbedingungen für eine geordnete Stadtentwicklungspolitik. Allerdings wird mit dem Zentrenkonzept keine unmittelbare Einflussnahme auf die lokale Wettbewerbsstruktur beabsichtigt.

Als wesentliche raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungsbedeutung für die Einzelhandelsentwicklung in Pfullendorf wurden bereits 1996 formuliert:

- Die Stabilisierung bzw. Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Pfullendorf
- Die Stabilisierung bzw. Stärkung der Innenstadt als zentrale Einkaufslage der Stadt Pfullendorf
- Sicherung der Nahversorgung
- Begrenzung bzw. Ausschluss von zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der zentralen Einkaufslagen.

Zur Überprüfung des Sortimentskonzeptes für Pfullendorf gilt es zunächst festzuhalten, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie die Betriebsstruktur in Pfullendorf den zentralen Lagen zugeordnet werden können. Da sich auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft auf das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte Einkaufserlebnis bzw. eine zusätzliche Erhöhung der Innenstadt (u. a. durch Verbundkäufe) gründet, werden diese Sortimente als **innenstadt- bzw. zentrenrelevant** bezeichnet.

Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten** Sortimenten hingegen stellt auch an nicht städtebaulich integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für die Innenstadt oder andere gewachsene Zentren dar, sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u.U. sogar erwünscht.

Eine Überprüfung des Sortimentskonzeptes ergab eine fast identische Sortimentsabgrenzung. Es erfolgte lediglich eine Verschiebung der Branche „zoologischer Bedarf“ in den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich.

Eng verknüpft mit der Frage der Zentrenrelevanz angebotener Waren bzw. Betriebsformen ist die Standortfrage innerhalb der Stadt. Grundsätzlich lassen sich in Pfullendorf drei Typen unterscheiden:

- innerstädtische Haupteinkaufslage
- innenstadtnahen Einzelhandelslagen (Linzgau-Center, Bahnhofsgelände)
- dezentralen Standortlagen, welche die Angebotsstrukturen in Pfullendorf wesentlich mitbestimmen (Äußerer Mühlweg, Otterswanger Straße).

Zu berücksichtigen ist, dass in Pfullendorf die Innenstadt auf Grund nahe gelegener Wohngebiete z.T. auch Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Dabei sind folgende Entwicklungsmöglichkeiten für die drei Standorttypen zu nennen:

- Im zentralen Bereich der **Innenstadt** zeichnen sich kurzfristig nur bedingt Möglichkeiten ab, Flächen zu entwickeln. Entscheidend ist dabei die Errichtung eines Flächenmanagements für Laden- und Gewerbeflächen
- Auf Grund der Verlagerung des Edeka-Neukaufs konnte das **Linzgau-Center** den Schwerpunkt Lebensmittel ab Ende Januar 2005 nicht weiter bedienen. Ähnliches gilt für den Baumarktbereich. Der Anbieter OBI konnte nur unter Gewährung diverse Vergünstigungen am Standort Linzgau-Center gehalten werden. Es ergibt sich somit für beide Branchen konkreter Handlungsbedarf.
- Weitere Entwicklungsmöglichkeiten werden zukünftig im Bereich des Bahnhofsgeländes entstehen. Dort liegen derzeit noch keine konkreten Planungen vor.
- In den **dezentralen Standortbereichen** sollten in Abstimmung mit dem Sortimentskonzeptes weiterhin nur Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugelassen werden. Entwicklungsmöglichkeiten sind derzeit nur im Bereich des Geländes der ehem. Textilfabrik Haug zu sehen.

9. Entwicklungsszenarien für den Einzelhandelsstandort Pfullendorf

Vor dem Hintergrund des teilweise neu gestalteten Sortiments- und Standortkonzeptes soll dargestellt werden, wie sich der Einzelhandelsstandort Pfullendorf in zwei verschiedenen Szenarien entwickeln könnte.

Szenario „Kontinuität“

- Stärkung der Innenstadt als Handelszentrum der Stadt Pfullendorf
- Stärkung des Standortes Linzgau-Center, d.h. marktgerechte Vermietung der leerstehenden Fläche
- Entwicklung des Bahnhofsgeländes als Innenstadterweiterungsgebiet
- Entwicklung der „Sonderbaufläche an der L456“¹ mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Szenario „Liberalisierung“

Entwicklung der Sonderbaufläche gemäß den Planvorgaben, d.h. sowohl mit zentrenrelevanten als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten

Keine weitere Entwicklung des Linzgau-Centers, d.h. keine sinnvolle Nachnutzung der Edeka Neukauf- bzw. ggf. der Obi-Baumarkt-Fläche

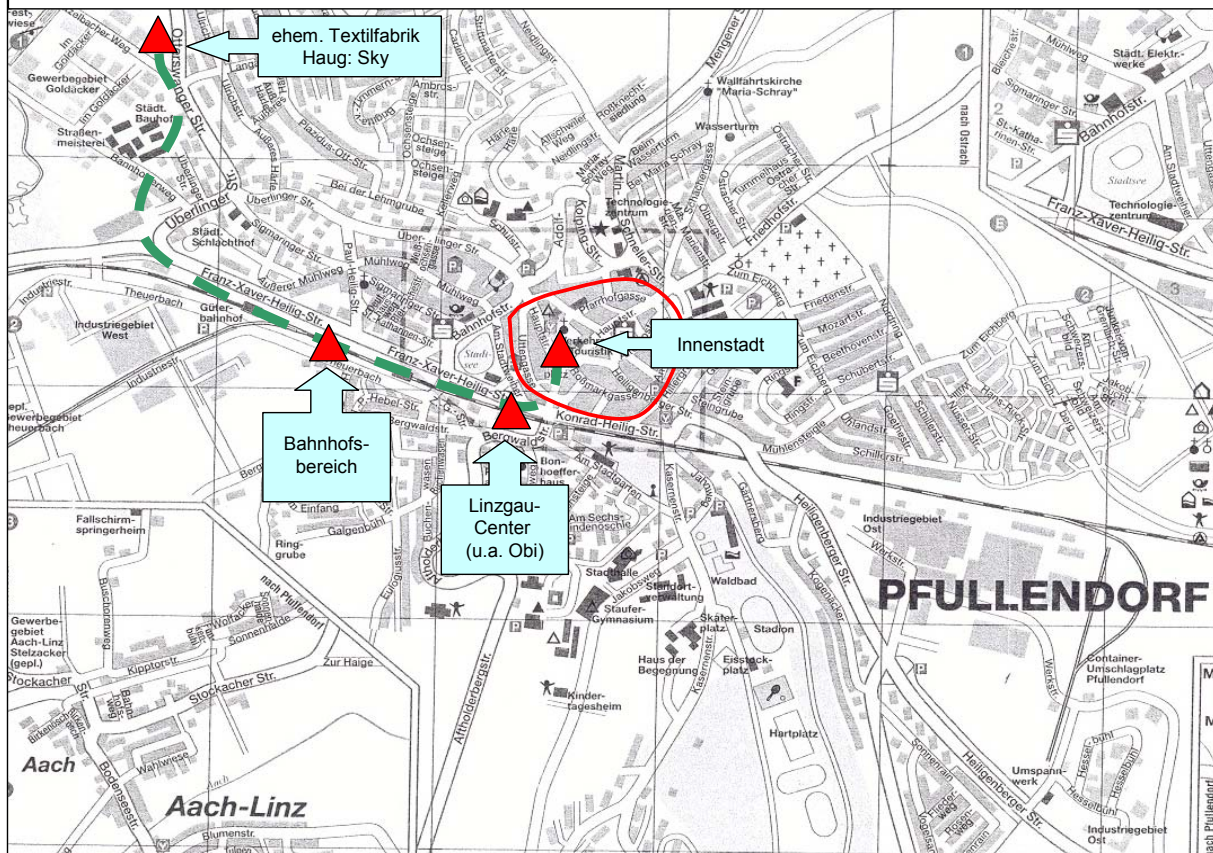
Vernachlässigung der traditionellen Handelsfunktion der Innenstadt

Bildung weiterer Leerstände infolge von Verlagerungen bzw. Betriebsschließungen.

Für die zukünftige Entwicklung wird eine Weiterentwicklung des Zentrenkonzeptes (Szenario I: Kontinuität) vorgeschlagen. Diese beinhaltet die

- Beibehaltung des Sortimentskonzeptes (Differenzierung zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten). Dieses Instrumentarium hat sich als rechtssicher erwiesen und sollte im Hinblick auf die Kontinuität städtebaulicher Entwicklungen nicht verändert werden.
- Weiterentwicklung des Standortkonzeptes hinsichtlich der Entwicklungsachse „Innenstadt – Linzgau-Center – Bahnhofsbereich – Sonderbaufläche der ehem. Textilfabrik Haug“ (vgl. Karte 3).

Karte 3: Entwicklungsachse bei Weiterentwicklung des Zentrenkonzeptes der Stadt Pfullendorf



- Oberste Priorität sollte die Stärkung der Innenstadt als Hauptgeschäftslage einnehmen. Dabei kommen neben den Angebotsergänzungen auch Maßnahmen auf einzelbetrieblicher bzw. gemeinschaftlicher Ebene zum Tragen.
- Erweiterung der Innenstadtabgrenzung; mit dem Linzgau-Center und dem Bahnareal befinden sich im Anschluss wichtige städtebauliche Entwicklungsflächen für die nächsten Jahre.
- Aufwertung des innenstadtnahen Fachmarktstandorts Linzgau-Center, insbesondere im Bereich des Nahrungs- und Genussmittelsektors.

10. Prüfung des Einzelvorhabens „Ehemalige Textilfabrik Haug“

Das am Standort „Am Litzelbacher Weg“ geplante Fachmarktzentrum umfasst eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 8.800 m². Dabei sind dabei überwiegend Neuansiedlungen geplant. Lediglich die Verlagerung, des bereits am Standort bestehenden Sky-Supermarktes in ein neues und zugleich erweitertes Gebäude und des Aldi-Discountmarktes vom Standort „Paul-Heilig-Straße“ sind als Ausnahmen zu nennen. Bei der alleinigen Betrachtung des Standortes hinsichtlich der Standortfaktoren kann dieser wie folgt eingeschätzt werden:

Positive Standortfaktoren:

- + gute verkehrliche Erreichbarkeit aus dem potenziellen Einzugsgebiet, insbesondere aus nördlicher und nordwestlicher Richtung
- + gute Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse L 456 (Richtung Krauchenwies)
- + hohes Flächenpotenzial und damit verbundene Möglichkeiten zur Entwicklung eines größeren Einzelhandelsschwerpunktes
- + hohes direktes Kundenpotenzial durch Wohngebiete östlich der Otterswanger Straße (Langäcker, Ziegelrain usw.)

Negative Standortfaktoren:

- der Standort wird in der jetzigen Form von den Kunden nur eingeschränkt angenommen
- eine Nachnutzung der bestehenden Gebäude ist auf Grund der Bausubstanz ggf. nicht möglich.

Bei der Betrachtung der bei einer Realisierung entstehenden Konkurrenzbeziehungen können folgende Aspekte festgehalten werden:

- Das Vorhaben umfasst eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 8.800 m². Dies würde einen Verkaufsflächenzuwachs in der Gesamtstadt in den projektrelevanten Branchen um ca. 59 % auf ca. 18.900 m² bedeuten.
- Bei der Vergleichsbetrachtung der Sollumsätze des Vorhabens und der Betriebe in der Stadt Pfullendorf zeigt sich ein ähnliches Bild. Das Vorhaben würde ca. 32 % des derzeit erwirtschafteten Umsatzes der Betriebe in den projektrelevanten Branchen in der Gesamtstadt erzielen.

Da entsprechend dem Zentrenkonzept innenstadtrelevanter Einzelhandel nur in der Innenstadt selbst bzw. in den Innenstadterweiterungsgebieten zugelassen werden sollte, stellt das Vorhaben einen Widerspruch zu den Vorgaben des Konzeptes dar. Die zu erwartenden hohen Wettbewerbsauswirkungen und die Festlegungen des Sortiments- und Standortkonzeptes lassen eine Realisierungsempfehlung aus gutachterlicher Sicht nicht zu. Um das Gelände dennoch einer Entwicklung zuzuführen, wird Folgendes empfohlen:

- Neuaufstellung des bestehenden, nicht zeitgemäßen bzw. marktgerechten Sky-Supermarktes
- Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten Sortimenten

Hinsichtlich des Vorhabens auf dem Gelände der ehem. Textilfabrik Haug kann eine Entwicklung gemäß den Planvorgaben nicht empfohlen werden.