

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

AKTUALISIERUNG AUSWIRKUNGSANALYSE MÖMAX PFORZHEIM 2023

Auftraggeber: NH Immobilien GmbH
Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Projektbearbeiter: Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Datum: Ludwigsburg, 15.11.2023

URHEBERRECHT

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

Für die Bearbeitung standen der GMA neben eigenen Daten und Erkenntnissen aus früheren GMA-Untersuchungen in Pforzheim auch Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg und der Stadt Pforzheim sowie Kennzahlen des EHI, des Hahn-Verlags und der Michael Bauer Research GmbH zur Verfügung. Alle dem Gutachten zugrunde liegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, die gendergerechte Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg - Dresden - Hamburg - Köln - München

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14 - 71638 Ludwigsburg
Tel 07141 9360 - 0 - info@gma.biz

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

AUFGABENBESCHREIBUNG, PLANDATEN

In der Stadt Pforzheim ist im Standortumfeld des bestehenden Möbelzentrums Pforzheim die Ansiedlung eines Möbelmarktes der Fa. Mömax – Das Trendmöbelhaus mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 6.500 m² geplant. Die Verkaufsfläche umfasst im Wesentlichen alle Warengruppen des typischen großflächigen Möbeleinzelhandels sowie Randsortimente zum Thema Wohnen und Einrichtung.

Die Realisierung des Vorhabens soll im Rahmen des für diesen Bereich bestehenden Bebauungsplan „Obsthof II“ Teilgebiet Eutingen erfolgen. Dieser Bebauungsplan setzt insgesamt eine Verkaufsfläche von 34.300 m² fest. Davon entfallen 33.500 m² auf die Kern- und Ergänzungssortimente Möbel, Teppiche und Bodenbeläge und Leuchten und 800 m² auf zentrenrelevante Randsortimente.

Die heute tatsächlich genutzte Fläche beträgt lediglich 27.651 m², sodass der Bebauungsplan noch „Reserven“ enthält. Die zulässige Verkaufsfläche von 800 m² für zentrenrelevante Randsortimente ist jedoch bereits ausgeschöpft. Für die im geplanten Mömax-Haus vorgesehenen zentrenrelevanten Randsortimente ist somit eine Änderung des Bebauungsplans erforderlich. In der Fassung der Auswirkungsanalyse vom November 2019 war diesbezüglich eine Verkaufsfläche von 800 m² vorgesehen. Zwischenzeitlich wurden Bedenken geäußert, dass eine Verkaufsfläche von 800 m² für zentrenrelevante Randsortimente vor dem Hintergrund der Entwicklung der Pforzheimer Innenstadt (u. a. Schließung von Fachgeschäften, geplanter Rückzug von Galeria Kaufhof etc.) schädlich für die Innenstadt wäre.

Im Rahmen der Aktualisierung der Auswirkungsanalyse vom November 2019 soll neben der Anpassung verschiedener Rahmendaten eine Lupenbetrachtung der Entwicklung der Pforzheimer Innenstadt seit 2019 in den projektrelevanten zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen werden und die Planungen nochmals auf deren städtebauliche Verträglichkeit geprüft werden.

Folgende Flächenaufstellung liegt der Auswirkungsanalyse zugrunde:

	Flächen gemäß B-Plan	aktuell belegte Flächen*	„Reserve“	Ursprüngliche Planung Mömax 2019
Kern- und Ergänzungssortimente**	33.500	26.871	6.629	5.800
Zentrenrelevante Randsortimente	800	800	---	800
Summe	34.300	27.671	6.629	6.500

* Bauantrag Möbelzentrum 12/2012
** Möbel, Teppiche, Bodenbeläge sowie Leuchten
GMA-Zusammenstellung 2023

MÄRKTE- UND ZENTRENKONZEPT STADT PFORZHEIM (BESCHLUSS 10.10.2023)

Der Gemeinderat der Stadt Pforzheim hat in seiner Sitzung am 10.10.2023 das Märkte- und Zentrenkonzept als Fortschreibung des Gutachtens aus dem Jahr 2010 beschlossen.

Im Vergleich zum Märkte- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2010 wurden bezogen auf den hier in Rede stehenden Möbelmarkt weitere Teilsortimente als eigenständige Sortimente aufgenommen. Dies betrifft „Bettwaren“ und „Einrichtungsbedarf, Bilder / Poster / Bilderrahmen / Kunstgegenstände“ als zentrenrelevante Sortimente und „Gardinen, Sicht- / Sonnenschutz“ als nicht-zentrenrelevantes Sortiment.

Hier ist im Vergleich zur Auswirkungsanalyse vom November 2019 der Hinweis zu geben, dass „Gardinen“ als Teil der Sortimentsgruppe „Heimtextilien“ früher noch als zentrenrelevant bewertet wurden. Entsprechend sind diese in der vorliegenden Analyse nicht mehr prüfungsrelevant. Die damit „frei werdende“ Fläche wurde den geplanten zentrenrelevanten Randsortimenten zugeschlagen.

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

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

Quelle: Stadt + Handel; Überarbeitung und Neuaufstellung des Märkte- und Zentrenkonzepts für die Stadt Pforzheim, 08/2023, S. 132

SORTIMENTSZUSAMMENSETZUNG MÖMAX PFORZHEIM 2023

Die vorliegende Untersuchung orientiert sich an der Einteilung von zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten gemäß der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes (Beschluss vom 10.10.2023). Hierbei ist eine Verschiebung des Sortimentes „Vorhänge“ zu den Ergänzungssortimenten festzuhalten. Entsprechend wurden einzelnen Flächen der zentrenrelevanten Sortimente angepasst.

Für den Standort Pforzheim plant Mömax einen Möbelmarkt mit ca. 6.500 m² Verkaufsfläche. Die Fläche der zentrenrelevanten Sortimente muss aufgrund regional- und landesplanerischer Vorgaben sowie der Vorgaben des Märkte- und Zentrenkonzeptes der Stadt Pforzheim auf max. 800 m² Verkaufsfläche begrenzt sein. Dabei werden im Vergleich zur Analyse von 2019 im aktuell vorliegenden Flächenkonzept für die zentrenrelevanten Verkaufsflächenanspannen zugrunde gelegt¹. Folgende Flächen/-spannen sind aktuell geplant:

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²	zentrenrelevant*
Kernsortiment Möbel	5.028	nein
Ergänzungssortimente, davon	672	nein
Leuchten	307	nein
Teppiche	290	nein
Vorhänge	75	nein**
Randsortimente, davon	max. 800	ja
Boutique / Haushaltswaren	500 – 600	ja
Heimtextilien	300 – 400	ja
Gesamt	6.500	---

* Zuordnung gemäß Sortimentsliste der Stadt Pforzheim, Oktober 2023 (vgl. Kapitel I.,3).

** In der Auswirkungsanalyse 2019 wurde dieses Sortiment noch als zentrenrelevant bewertet.

Quelle: Auftraggeberin

Insgesamt wird der Anbieter Mömax nur in deutlich untergeordneter Form (12 %) zentrenrelevante Sortimente gemäß Pforzheimer Sortimentsliste 2023 umfassen. Darüber hinaus sind gewisse Abweichungen von den o. g. Flächenanteilen aufgrund einer saisonal unterschiedlichen Ausrichtung (Aktionsfläche) möglich. Diese Verschiebungen bewegen sich allerdings in einem Bereich von weniger als 50 m².

¹ Im entsprechenden Bebauungsplan wird eine Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente von max. 800 m² festgesetzt. Die vorgenommene Unterteilung dient der Darstellung und Prüfung der sortimentspezifischen Wirkungen von potenziell realisierbaren Teilflächen der darin üblicherweise enthaltenen Sortimentsgruppen.

MAKROSTANDORT PFORZHEIM

Die Stadt Pforzheim liegt nördlich des Schwarzwaldes zwischen den ca. 25 km bzw. 37 km entfernten Großstädten Karlsruhe und Stuttgart. Derzeit leben ca. 129.364 Personen in der Stadt, die als **Oberzentrum** ausgewiesen ist.

Die **Siedlungsstruktur** von Pforzheim ist stark von topographischen Gegebenheiten geprägt. In der Kernstadt leben rd. 80 % der Einwohner, während den Stadtteilen im Umfeld der Kernstadt eine geringere Siedlungsbedeutung zukommt. Insgesamt gliedert sich die Stadt in 15 Stadtteile, bestehend aus der Kernstadt und den durch die Gebietsreform 1970 eingegliederten Stadtteilen Büchenbronn, Eutingen a. d. Enz, Hohenwart, Huchenfeld und Würm. Die einwohnerstärksten Stadtteile sind hier Dillweißenstein und Eutingen a. d. Enz.

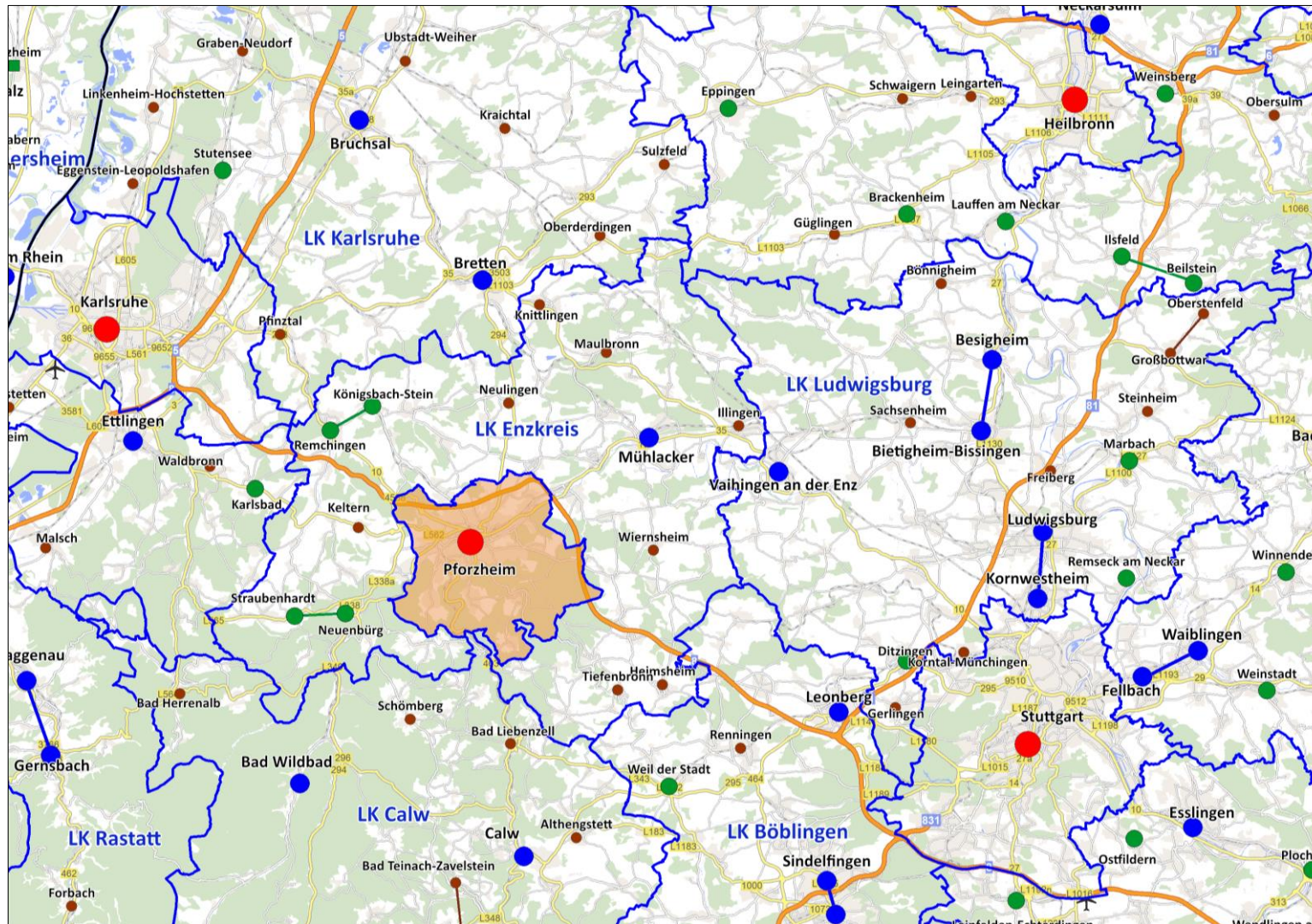
Die **Bevölkerungsentwicklung** war seit 2019 leicht positiv (ca. + 1,4 %). In der letzten Dekade fällt die Entwicklung deutlich positiv aus (+ 9,8 % seit 2012).

Die positive **Beschäftigtenentwicklung** der letzten Jahren spiegelt sich in einem deutlichen Pendlerüberschuss von + 6.217 wider. Im Jahr 2022 (Stand: 30.06.) waren in Pforzheim ca. 59.980 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte registriert. Von 2012 bis 2022 stieg die Zahl der Beschäftigten um ca. 13 % und damit noch stärker als die Bevölkerungsentwicklung.

Die **verkehrliche Anbindung** der Stadt Pforzheim wird v. a. über die Autobahn A 8 (Karlsruhe – Stuttgart, drei Anschlussstellen für Pforzheim) sowie über die durch das Stadtgebiet verlaufenden Bundesstraßen B 10 (Karlsruhe – Vaihingen / Enz – Stuttgart), B 294 (Bretten – Neuenbürg – Freiburg) und B 463 (Pforzheim – Calw – Sigmaringen) gewährleistet. Pforzheim verfügt über einen Bahnanschluss an das Fern- und Nahverkehrsnetz. Weiterhin besteht das Busnetz des Verkehrsverbundes Pforzheim – Enzkreis (VPE). Insgesamt ist somit die Anbindung an den Individualverkehr und den öffentlichen Verkehr als sehr gut zu beurteilen.

Die Stadt Pforzheim verfügt über ein umfangreiches **Einzelhandelsangebot**. Dabei ist ein deutlicher Schwerpunkt auf das Pforzheimer Zentrum festzustellen. Das Zentrum weist neben verschiedenen Anbietern des Lebensmittelsegmentes ein umfassendes Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich auf (v. a. Galeria Kaufhof, Shoppingcenter „Schlössle-Galerie“). Des Weiteren sind die Gewerbegebiete Wilferdinger Höhe, Brötzingen Tal (B1 Baumarkt, Kaufland etc.) und Hohenäcker (Möbelzentrum, Wohnfabrik, Gartencenter Streb etc.) zu nennen. Dabei dominiert die Wilferdinger Höhe mit einem umfangreichen Angebot aller Bedarfsbereiche. Beispielhaft sind hier anzuführen: Kaufland, dm, Schuh4you, Kik, Rofu, Intersport, Saturn / Media Markt, Poco Domäne, Opti Wohnwelt, Hornbach, Bauhaus etc.

LAGE DER STADT PFORZHEIM UND ZENTRALÖRTLICHE STRUKTUR IN DER REGION



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Unterzentrum
- Kleinzentrum
- kooperierende Zentren

Kartengrundlage GfK GeoMarketing;
GMA-Bearbeitung 2019

MIKROSTANDORT OBSTHOF / KIESELBRONNER STRAßE

Der Planstandort von Mömax liegt im Norden der Stadt Pforzheim im Gewerbegebiet Hohenäcker.

Im Regionalplan Nordschwarzwald ist der Standort des Möbelzentrums, auf dessen Parkplatz das Vorhaben errichtet werden soll, als Bereich für „Gewerbe / Industrie Bestand“ ausgewiesen. Auch ist für den Bereich Kieselbronner Straße ein Ergänzungsstandort für Einzelhandelsgroßprojekte festgesetzt. Diese Gebiete sind grundsätzlich für eine Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten geeignet und sollen daher bei der Standortsuche außerhalb der Versorgungskerne vorrangig in Betracht gezogen werden.

Das Standortumfeld ist durch das Möbelzentrum Pforzheim sowie den Anbieter „Wohnfabrik“ sowie weitere Gewerbebetriebe geprägt. Verkehrlich verfügt der Standort über die Kieselbronner Straße / Hohenäckerallee (B 294) einen Autobahnanschluss an die BAB 8 in ca. 2 km Entfernung (Pforzheim-Nord). Die verkehrliche Erreichbarkeit aus dem weiteren Stadtgebiet ist ebenfalls über die Hohenäckerallee / B 294 gegeben. An den ÖPNV ist der Standort über die Haltestelle „Obsthof“ (stündliche Taktung) gut angebunden. Die fußläufige Erreichbarkeit ist nur bedingt gegeben, was jedoch auf den Mangel an Wohngebieten im unmittelbaren Umfeld zurückzuführen ist.



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2019



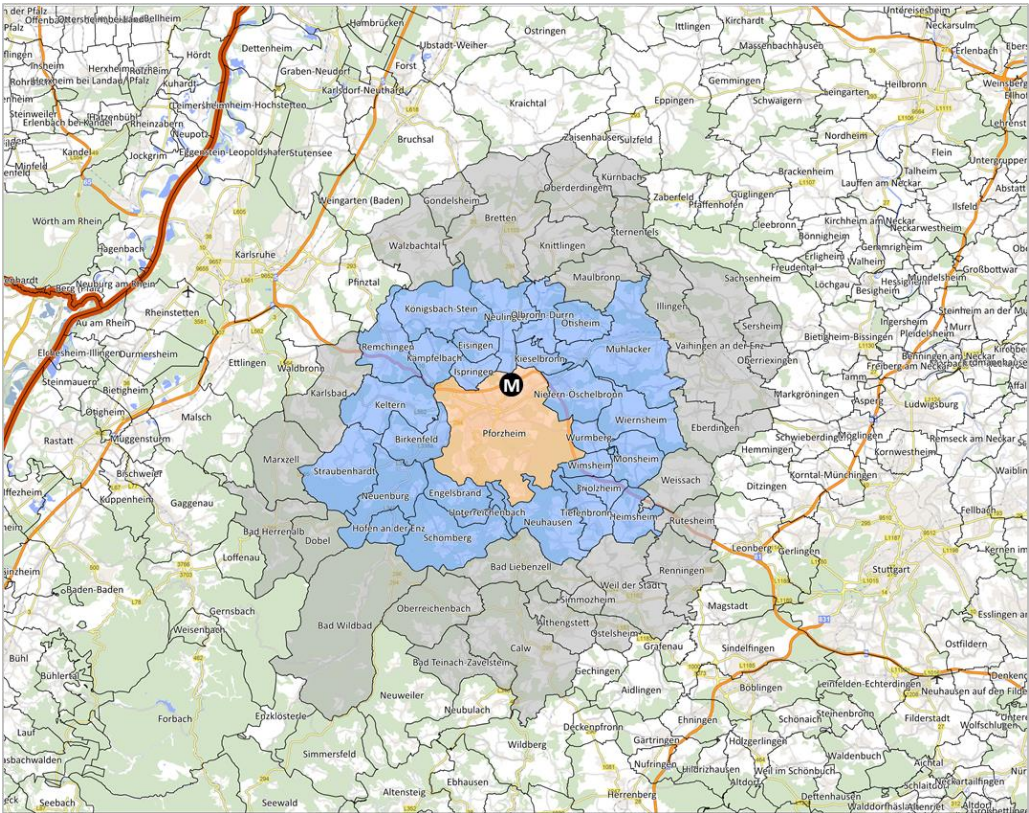
PROJEKTBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN – EINZUGSGEBIET

Das Einzugsgebiet des Vorhabens wurde im Vergleich zur Analyse aus 2019 bezogen auf seine Ausdehnung nicht verändert. Bezogen auf das Bevölkerungspotenzial sind geringfügige Veränderungen eingetreten. Im Jahr 2019 lebten im Einzugsgebiet 589.150 Einwohner, d.h. es konnte ein leichter Bevölkerungszuwachs von ca. 1 % verzeichnet werden.

Zonen	Städte / Gemeinden	Einwohner
Zone I	Pforzheim	129.360
Zone II	Birkenfeld, Königsbach-Stein, Mühlacker, Straubenhardt, Remchingen etc.	186.770
Kerneinzugsgebiet		316.130
Zone III	Bretten, Calw, Weil der Stadt, Renningen etc.	278.020
Einzugsgebiet Mömax Pforzheim insgesamt		594.150

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 31.12.2022)

Hier ist somit von einem stabilen bis leicht wachsendem Nachfragepotenzial auszugehen.



Kerneinzugsgebiet

Zone I

Zone II

weiteres Einzugsgebiet

Zone III

Quelle: Kartengrundlage GfKGeomarketing, GMA-Bearbeitung 2019

PROJEKTBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN – KAUFKRAFTPOTENZIAL

Seit der Analyse 2019 gab es im Einzelhandel insgesamt eine deutliche Erhöhung der Verbrauchsausgaben. Dies ist jedoch nicht zuletzt durch die gestiegene Inflation begründet. Der Anstieg hat sich jedoch nicht auf alle Branchen gleichermaßen verteilt. Positiv waren insbesondere die Güter des täglichen Bedarfs, zu denen die hier in Rede stehenden Sortimente nicht zählen, von einer Steigerung der Verbrauchsausgaben „betroffen“.

In der Analyse 2019 wurde im Rahmen der Ermittlung des Kaufkraftpotenzials auf die Ausführungen des Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertag e.V.: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018 / 2019 Bezug genommen. Diese Datenbasis wurde mit Ausnahme des Freistaates Bayern (2020) bisher nicht fortgeschrieben.

Bezogen auf die Branchenentwicklung in den beiden Segmenten ist folgendes festzuhalten:

- Im Gesamtmarkt für **Haushaltswaren/GPK** konnte gemäß dem Handelsverband Koch- und Tischkultur in den letzten Jahren eine positive Entwicklung festgehalten werden, wobei einzelne Segmente deutliche Rückgänge verzeichnen mussten. Der im Rahmen der Corona-Pandemie entstandene Cocooing/Homing-Effekt, d.h. der gestiegenen Nachfrage nach Wohn-, Deko- und Designartikel, hält weiter, wenn auch nicht in gleicher Intensität an. Der stationäre Fachhandel ist nach wie vor der stärkste Distributionskanal im „GPK/Hausrat“-Bereich. Der Branchenumsatz verteilt sich 2022 auf den Fachhandel (ca. 28 %), der Möbelhandel (ca. 11 %), SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte (ca. 8 %) und den Lebensmittelhandel und Discounter (ca. 9 %). Perspektivisch sind jedoch die sich wandelnden Rahmenbedingungen (u.a. Arbeitsmarkt, Verbrauchernachfrage, Inflation, Ukraine-Krieg, Lieferketten etc.) zu beachten¹. Bezogen auf den Onlinehandel sind zwar weiterhin nennenswerte Anteilswerte (ca. 10 % von Internet-Pure-Playern)² zu verzeichnen. Der Facheinzelhandel als stärkster Vertriebskanal punktet aber insbesondere durch Beratungs- und Zusatzleistungen. Auch stellt sich vermehrt der stationäre Handel zweigleisig auf und bietet ergänzend online Produkte an.
- Der Markt für **Haus- und Heimtextilien** konnte in den letzten Jahren ein leichtes Wachstum verzeichnen. Dies ist z.T. auf eine gestiegene Nachfrage nach „Haus-, Tisch- und Bettwäsche“ zurückzuführen. Die anderen beiden Teilmärkte „Textile Bodenbeläge“ sowie der Bereich der Gardinen/ Deko-Stoffe & Zubehör verloren dagegen an Umsatz. Insgesamt konnte nach deutlichen Zuwächsen im Onlinebereich (2020-2021) im Jahr 2022 auch der stationäre Handel wieder wachsen³. Gemäß Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)⁴ sind jedoch die Umsätze im Vergleich 2022-2023 (jeweils 2. Quartal) bei Haus- und Heimtextilien mit ca. – 10 % deutlich zurückgegangen. Dies ist auf die schwierige Konsumstimmung in Deutschland sowie bereits benannte Rahmenbedingungen zurückzuführen.

Folglich ist im Vergleich zu 2019 von einer stabilen Entwicklung des Nachfragepotenzials in den projektrelevanten Sortimenten auszugehen.

¹ Quelle: Möbelkultur; Artikel vom 03.02.2023 <https://www.moebelkultur.de/news/162-prozent-umsatzplus-fuer-gpkhausrat/>

² ebenda

³ Quelle: <https://www.bvse.de/gut-informiert-textil-recycling/nachrichten/9517-haus-und-heimtextilien-verfehlen-reales-wachstum.html>; Branchenbericht Haus- und Heimtextilien“ des IFH KÖLN

⁴ Quelle: <https://bevh.org/detail/umsaetze-im-e-commerce-fallen-um-12-prozent>

PROJEKTBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN – WETTBEWERBSSITUATION

Wie auch 2019 wurden die relevanten Wettbewerber in Pforzheim „sortimentsgenau“ erfasst. Als Wettbewerber für die projektrelevanten Sortimente gelten weiterhin alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die im geplanten Einzelhandelsbetrieb geführt werden. Hierzu gehören u. a.

- Möbelfacheinzelhandel und Einrichtungshäuser
- Fachmärkte und -handel
- Warenhäuser
- SB-Warenhäuser
- Bau- und Heimwerkermärkte / Gartencenter
- sonstige Wettbewerber.

Die Einzelhandelssituation in Pforzheim weist eine deutliche Zweiteilung zwischen der Innenstadt und den gewerblich geprägten Lagen auf, wobei hier die Wilferdinger Höhe im Westen der Stadt hervorzuheben ist.

Innenstadt Pforzheim

Die Innenstadt von Pforzheim erstreckt sich innerhalb des Innenstadtrings sowie im Bereich Sedanplatz südlich der Enz. Dabei ist eine klare Teilung zwischen der Haupteinkaufslage entlang der Westlichen / Östlichen Karl-Friedrich-Straße zwischen Schlossberg und Berliner Straße / Schlössle-Galerie und den angrenzenden Nebenlagen zu erkennen. Die Nebenlagen fallen mit Ausnahme einzelner traditioneller Geschäfte „Am Waisenhausplatz“ sowie entlang der Leopoldstraße deutlich hinter der Haupteinkaufslage bzgl. Fußgängerfrequenzen, Branchenmix, Qualitäts-niveau etc. ab. Eine Zwischenposition nimmt dabei der Bereich um den Sedanplatz / Weiherstraße / Dillsteiner Straße ein; hier findet seit Jahren eine positive Quartierentwicklung statt.

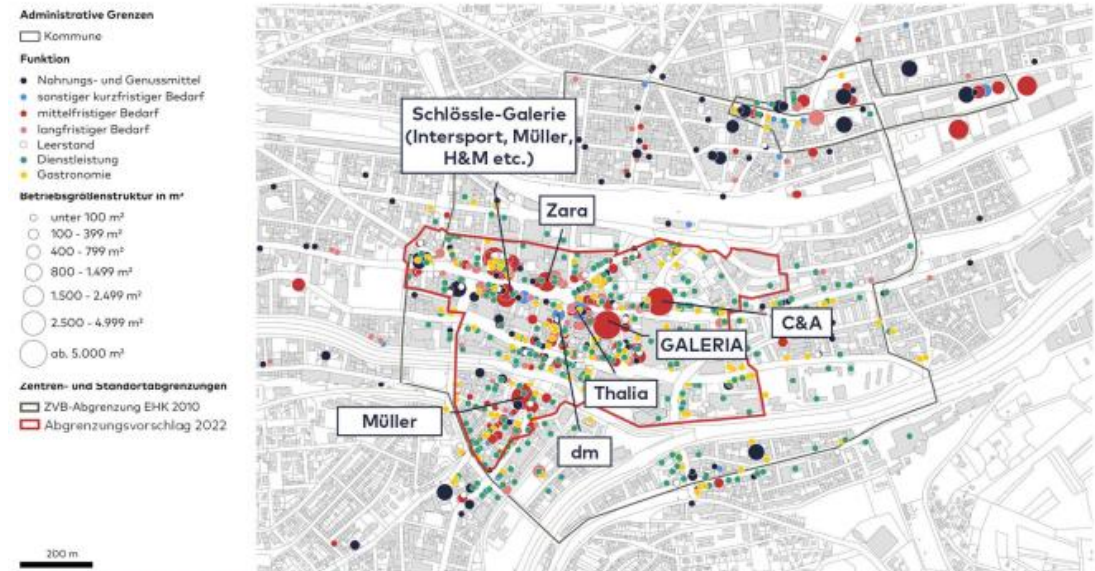


Abbildung 42: Abgrenzung ZVB Innenstadtzentrum Pforzheim 2023

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 12/2021; Kartengrundlage: Stadt Pforzheim.

Stadt + Handel; * Überarbeitung und Neuaufstellung des Märkte- und Zentrenkonzepts für die Stadt Pforzheim, 08/2023, S. 92

PROJEKTBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN – WETTBEWERBSSITUATION

Eine aktuelle Innenstadtbegehung zeigt, dass die Nebenlagen wie bereits 2019 eine Reihe an Leerständen (u. a. Leopoldpassage, Galeria-Pavillon) aufweisen und diese Bereiche von weniger wertigen Gastronomiebetrieben (u. a. Shisha-Bars, Fastfood etc.) genutzt werden. Die gastronomische Dichte in den Nebenlagen ist inzwischen sehr hoch, wobei diese jedoch bezogen auf das städtebauliche Erscheinungsbild eine eher geringe Qualität aufweisen. Zusammenfassend kann für die Innenstadt von Pforzheim eine gewisse „Vorschädigung“ festgehalten werden.

Bezugnehmend auf die projektrelevanten Sortimente setzt sich das Angebot auch 2023 in der Innenstadt aus inhabergeführten Fachgeschäften (z. B. Schützle, Stiess), Filialisten (z. B. WMF, Depot, Nanu Nana etc.), dem Warenhaus Galeria und Anbietern, die Teilflächen vorhalten (z. B. Müller-Drogerie, Kik, dm, Action, TEDi), zusammen. Der Standort von Galeria steht auf der Filial-Schließungsliste, sodass das Warenhaus in der aktuellen Form¹ nur noch bis Ende 2023 bestehen wird. Aktuell laufen bereits Abverkäufe verschiedener Sortimente.

Für einen Vergleich der Daten zur Analyse 2019 muss eine Differenzierung zwischen den Sortimentsgruppen vorgenommen werden.

- Bei den **Haushalts- und Boutiquewaren, Dekoartikeln** sind mit Ausnahme eines Fotofachgeschäftes (Bilderrahmen) keine Geschäftsschließungen festzuhalten. Geschäftsinterne Flächenabgänge durch Umstrukturierungen (u.a. Galeria) wurden zum einen durch die Eröffnung des Nonfood-Discounters Action in der Goethestraße und kleinerer Fachgeschäfte (z. B. Tischkultur) und zum anderen durchsortimentsbezogene Flächenverschiebungen bei Anbietern anderer Branchen wie KiK, TKMaxx, Thalia etc. kompensiert. Daraus ergibt sich seit 2019 eine relativ konstante Entwicklung.
- Bei den **Heimtextilien** stellt sich die Situation anders dar. Vorab sei erneut der Hinweis gegeben, dass das Teilsortiment der „Gardinen/Vorhänge“ nicht mehr betrachtet wird, da es im aktuellen Märkte- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2023 nicht mehr als zentrenrelevant eingestuft wurde. Daraus ergibt sich unabhängig von der tatsächlichen Entwicklung ein deutlicher Flächenrückgang. In diesem Segment sind auch einzelne Geschäftsschließungen (u. a. Gardinen de luxe) zu verzeichnen. Bei den prüfungsrelevanten „Heimtextilien“ ist im Vergleich zu den Haushaltswaren eine rückläufige Entwicklung festzuhalten. Hier ist der Wegfall einzelner Anbieter wie z. B. Betten Stein und die Teilfläche von Galeria Kaufhof (im separaten Pavillon) anzuführen.

Sortiment	2019	2023
Boutique / Haushaltswaren	3.900 – 4.000 m²	3.900 – 4.000 m²
Heimtextilien (ohne Vorhänge)	2.200 – 2.300 m² (inkl. Vorhänge)	1.000 – 1.100 (ohne Vorhänge)

GMA-Erhebung 2023

1 Für den Standort Galeria gibt es bereits Ideen zur Nachnutzung durch eine Nutzungsmischung aus Handel, Wohnen etc.,

PROJEKTBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN – WETTBEWERBSSITUATION

In der Analyse 2019 wurden die projektrelevanten Anbieter / Flächen noch hinsichtlich **verschiedener qualitativer Kriterien** bewertet:

Kriterien	Bewertung 2023	Vergleich mit 2019
Lagekategorien	Im Segment „Boutique / Haushaltswaren“ befinden sich rund 60 % der Verkaufsflächen in der 1a-Lage der Innenstadt. Bei „Heimtextilien“ fällt dieser Anteil mit 68 % etwas höher aus. Dabei sind insbesondere die Flächen im Warenhaus Galeria-Kaufhof und der Schlössle-Galerie der 1a-Lage zuzuordnen. Die 1b-Lage wird durch die Fachgeschäfte Schützle und Stieß „Am Waisenhausplatz“ und die Teilsortimentsflächen von Müller, TEDI, Action und Kik am Sedanplatz bzw. in der Goethestraße geprägt.	Die 2019 vorgenommene Bewertung der Wettbewerbssituation in der Innenstadt nach Lagekategorien hat sich nicht grundlegend verändert.
Markenorientierung	Es ist festzuhalten, dass bei den Überschneidungen des Planvorhabens weiterhin zwischen den Anbietern mit überwiegend Markenartikeln wie z. B. Galeria-Kaufhof, WMF, Stieß, Schützle und den Anbietern mit weniger bis keinen markenorientierten Artikeln wie z. B. Tedi, Action, KiK zu unterscheiden ist. Ergänzt wird die Unterscheidung noch durch Anbieter mit Eigenmarken wie Tchibo, Nanu Nana, Depot. Flächenseitig nehmen die markenorientierten Anbieter auch weiterhin den Großteil des innerstädtischen Angebotes (ins. Galeria, Fachgeschäfte) ein.	Die 2019 vorgenommene Bewertung der Wettbewerbssituation in der Innenstadt nach Markenorientierung hat sich nicht grundlegend verändert. Durch die Nichtberücksichtigung des Sortimentes „Gardinen/Vorhänge“ haben sich die markenorientierten Anteile bei den Heimtextilien zu Gunsten der Anbieter ohne Markenorientierung verschoben.
Qualitäts- bzw. Angebotsniveaus	Das Angebot von Mömax ist als standardisiert und eher konsumig zu bewerten. Bezogen auf das Qualitätsniveau sind rund die Hälfte der innerstädtischen Anbieter im Segment „Boutique / Haushaltswaren“ als qualitätsorientiert zu bewerten. Diese Betriebe leisten einen maßgeblichen Beitrag zur Attraktivität der Innenstadt. Bei den „Heimtextilien“ liegt dieser Anteil bei rund 60 %. Das Kriterium „Qualitätsniveau“ zeigt, dass der Grad der Überschneidung mit dem eher konsumorientierten Planvorhaben nicht alle Anbieter gleichermaßen tangieren wird.	Im Vergleich zu 2019 ist eine etwas stärkere Ausrichtung auf standardisiert bis discountorientiert (u.a. Reduzierung Galeria, Ansiedlung Action) festzuhalten. Durch die Korrespondenz von Markenorientierung und Qualitätsniveau sind insb. im Heimtextilien-Segment ähnliche Verschiebungen festzuhalten.

PROJEKTBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN – WETTBEWERBSSITUATION

Weiteres Stadtgebiet von Pforzheim

Im weiteren Stadtgebiet sind insbesondere die gewerblich geprägten Lagen hervorzuheben. In dieser Kategorie dominiert weiterhin die Wilferdinger Höhe, in der mit dem Anbieter Poco Domäne und abgeschwächt der Opti Wohnwelt unmittelbare Wettbewerber ansässig sind. Hier gab es seit 2019 eine substanzielle Änderung, da der Anbieter Roller, der mit dem Vorhaben qualitätsbezogen und preislich direkt vergleichbar war, durch den Betreiber Opti Wohnwelt übernommen wurde. Dieser tritt in erster Linie als Wettbewerber zum Möbelzentrum Pforzheim auf. Ergänzt wird die projektrelevante Situation in der Wilferdinger Höhe weiterhin durch Teilflächen beim Möbelhaus Schweizer Wohnwelt sowie den Bau- und Fachmärkten. Im weiteren Stadtgebiet sind noch punktuell Anbieter und Teilflächen (u.a. Brötzingen, Pforzheim-Nord) vorhanden. Hier sind exemplarisch zu nennen: Möbelzentrum Pforzheim, WohnFabrik, Jysk, Betten Rapp, die (Nonfood-)Discounter Kodi, TEDi, KiK sowie die Lagerverkäufe/Outlets der Versandhäuser Wendlinger, Bader, Wenz und Klingel (Insolvenz seit September 2023; aktuell läuft Abverkauf).

Insgesamt entfallen auf „**Haushalts- / Boutiquewaren**“ rund 7.300 – 7.400 m² VK, d.h. auf gesamtstädtischer Ebene ist ein leichter Rückgang festzuhalten. Dies ist auf Umstrukturierungen u.a. bei den Lagerverkäufen, Baumärkten, SB-Warenhäusern sowie den Wegfall des Gartenfachmarktes Dehner (insb. Dekorationsabteilung) zurückzuführen. Auf das prüfungsrelevante Segment „**Heimtextilien**“ entfallen ca. 2.200 – 2.300 m² VK. Hier ist im Kern die Nichtberücksichtigung des Teilsortimentes „Gardinen/ Vorhänge“ bei verschiedenen Anbietern (u. a. Poco, Opti Wohnwelt, Lagerverkäufe, Fachgeschäfte, Raumausstatter) anzuführen.

Das Verhältnis zur Innenstadt ist seit 2019 bei den „**Haushalts- und Boutiquewaren**“ konstant geblieben. Die Innenstadt sowie die weiteren Lagen weisen ähnlich große Flächenanteile auf. Bei den **Heimtextilien (ohne Gardinen/Vorhänge)** hat sich das Verhältnis zugunsten der gewerblichen bzw. sonstigen Lagen außerhalb der Innenstadt (ca. zwei Drittel) verschoben.

PROJEKTBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN – UMSATZPROGNOSE

Wie auch 2019 wird im Folgenden eine Umsatzprognose auf Basis von Flächenleistungen vorgenommen. In der Analyse 2019 wurde das Gutachten der CIMA zur Ansiedlung des Möbelzentrums Pforzheim als Bezugsbasis herangezogen. Da es keine aktuellen offiziellen Angaben zu Flächenleistungen der Randsortimente gibt, wird auch im Sinne der Vergleichbarkeit auf die Werte von 2019 zurückgegriffen. Bei Möbel-Märkten wie Mömax, Roller und Poco Domäne werden im Vergleich zu Warenhäusern ganz überwiegend Artikel mit geringer Markenorientierung bzw. Eigenmarken angeboten. Somit kann man davon ausgehen, dass die anzunehmende Flächenleistung im Vergleich kaum den oberen Ansatz erreichen wird. Um jedoch der inflationsbedingten Preissteigerung Rechnung zu tragen, wird für die Sortimente dennoch ein oberer Ansatz zugrunde gelegt. Dabei handelt es sich wie 2019 somit um den **absoluten „worst case“**.

Sortimentsgruppe	Flächenleistung „oberer Ansatz“*	Maximal geplante Verkaufsfläche	Umsatzprognose („worst case“)
Boutique / Haushaltswaren	2.500 – 3.000 € / m ² VK	500 – 600 m ²	1,4 – 1,7 Mio. €
Heimtextilien (ohne Vorhänge)	1.500 – 2.000 € / m ² VK**	300 – 400 m ²	

max. 800 m² VK

* vgl. Analyse 2019

** Die Flächenleistung umfasst als Datenbasis auch Anbieter aus dem Segment „Gardinen / Vorhänge“
GMA-Berechnungen 2023

UMSATZUMVERTEILUNG

Wie auch im Gutachten 2019 wird zur Ermittlung der durch die geplante Ansiedlung von Mömax ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbseffekten das „Gravitationsmodell“ herangezogen.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Bei der für die Bewertung der durch das Vorhaben von Mömax zu erwartenden sortimentspezifischen Umsatzumverteilungseffekten werden folgende Annahmen zugrunde gelegt.

Die grundlegenden Annahmen haben sich seit der Analyse 2019 jedoch nicht verändert.

- Der Anbieter Mömax wird auf der geplanten Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente ca. 1,4 – 1,7 Mio. € im Segment „Boutique / Haushaltswaren“ und ca. 0,5 – 0,7 Mio. € für „Heimtextilien“ realisieren. **Die Umsatzprognose ist als absoluter „worst case“ einzustufen.**
- Dieser am Standort Pforzheim generierte Umsatz wird sich im Rahmen von Umsatzumverteilungseffekten gegenüber den Wettbewerbsbetrieben in Pforzheim und im Umland bemerkbar machen. Die Wettbewerbsüberschneidungen werden aufgrund der bestehenden Angebotssituation in erster Linie Anbieter in Pforzheim betreffen. Hier ist auf den Möbelmitnahmemarkt Poco Domäne in der Wilferdinger Höhe, außerhalb der Innenstadt, hinzuweisen. Die außerhalb von Pforzheim ansässigen projektrelevanten Anbieter werden nur deutlich abgeschwächt tangiert.
- Zudem können Kannibalisierungseffekte gegenüber den Mömax-Standorten in Karlsruhe, Baden-Baden und Stuttgart durch neuen Standort in Pforzheim angenommen werden. Insbesondere für Kunden aus dem überörtlichen Einzugsgebiet wird der Standort in Pforzheim besser erreichbar sein, sodass ein Großteil dieser Kunden perspektivisch eher am Standort Pforzheim einkaufen wird.
- Im Sinne eines „worst case“-Ansatzes und im Sinne einer Vergleichbarkeit mit der Analyse aus 2019 wird angenommen, dass ca. 70 % des Umsatzes aus den Zonen I + II stammen, also folglich von jenen Kunden stammen wird, die intensive Einkaufsbeziehungen nach Pforzheim haben und bereits heute ihre Umsätze bei den relevanten Anbietern in Pforzheim tätigen. Bei der folgenden Berechnung werden daher ca. 70 % des zu erwartenden Umsatzes in Pforzheim umverteilt.
- Innerhalb des Stadtgebietes von Pforzheim orientieren sich die weiteren Berechnungen der Auswirkungen an der tatsächlichen räumlichen Verteilung der betroffenen Sortimente, wobei im Sinne eines „**worst case**“-Ansatzes eine **etwas stärkere Gewichtung zulasten der Innenstadt** vorgenommen wird.

UMSATZUMVERTEILUNG

Auf Basis der getroffenen Umsatzprognose („worst case“-Ansatz) und der aktualisierten Bestandsumsätze ergeben sich folgende Umverteilungseffekte:

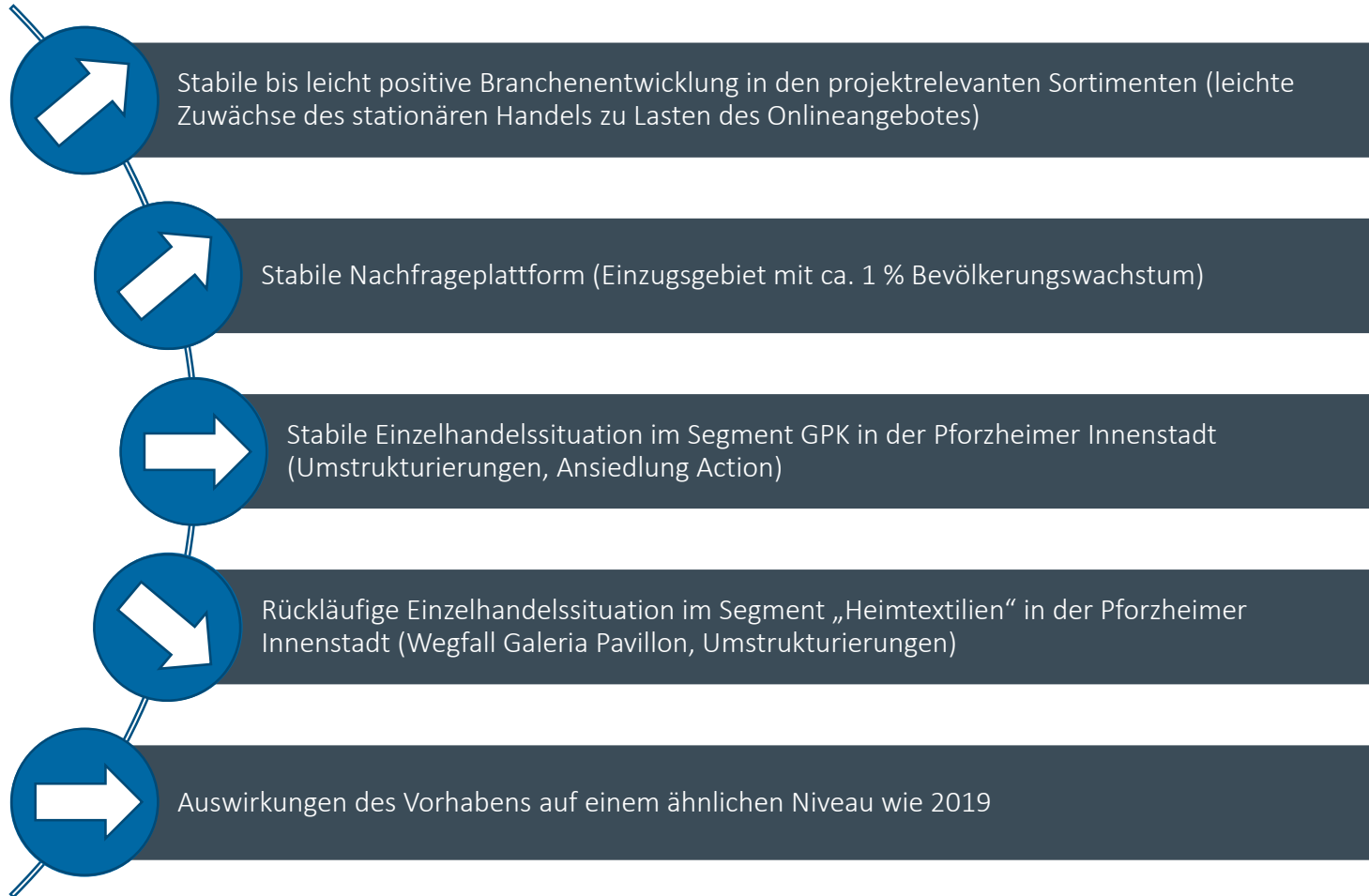
Umverteilung gegenüber...	Umverteilungseffekte „Haushalts- und Boutiquewaren“		Umverteilungseffekte „Heimtextilien (ohne Gardinen)“	
	abs.	in %	abs.	in %
PF-Innenstadt	0,7 – 0,8	5 – 7	0,1 – 0,2	5 – 7
PF-restliches Stadtgebiet	0,3 – 0,4	3 – 4	0,2 – 0,3	4 – 5
PF insgesamt	1,0 – 1,2	4 – 5	0,3 – 0,5	4 – 6
Außerhalb von Pforzheim	0,3 – 0,4	n.n.	0,1 – 0,2	n.n.
Kannibalisierungseffekte Mömax-Standorte	0,1 – 0,2	n.n.	<0,1	n.n.
Umsatz insgesamt	1,4 – 1,7		0,5 – 0,7	

Im Vergleich zu 2019 liegen trotz etwas stärkerer Gewichtung aufgrund der höheren Überschneidungen bei Eigenmarken und Artikeln ohne Markenorientierung (2022: ca. 70 %; 2019: ca. 60 %) im Segment „Haushalts- und Boutiquewaren“ die Auswirkungen auf einem leicht höheren Niveau zu erwarten, da die geplante maximale Verkaufsfläche etwas höher liegt (2019: 482 m² VK). Für die Heimtextilien sind ähnliche Veränderungen aufgrund der ebenfalls leicht höheren maximalen Planverkaufsfläche. **Die in der Analyse 2019 getroffenen Aussagen zu den Wirkungen der geplanten zentrenrelevanten Randsortimente gegenüber den Anbietern in Pforzheim und insbesondere der Pforzheimer Innenstadt können so bestätigt werden.**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in beiden Bereichen **bei einem Maximalansatz i.S. eines worst case“** keine Umsatzumverteilungseffekte in einer kritischen Größenordnung ausgelöst werden. Zudem ist zu konstatieren, dass Möbelmärkte wie der hier geplante Mömax aufgrund der Ausrichtung auf Eigenmarken nur sehr bedingt in Konkurrenz mit dem markenorientierten Facheinzelhandel in der Pforzheimer Innenstadt tritt. Insofern werden in diesem Sortimentsbereich keine Bestandsgefährdungen ausgelöst. Städtebauliche Rückwirkungen gegenüber zentralen Versorgungsbereichen oder der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung sind demnach nicht zu erwarten.

ZUSAMMENFASSENDE ERGEBNISSE

In der Zusammenschau der Entwicklung der projektrelevanten Rahmenbedingungen können im Vergleich zu 2019 folgende Kernpunkte festgehalten werden:



Die in der Analyse 2019 getroffene Einschätzung kann aufrechterhalten werden. Trotz der erkennbaren Probleme in der Pforzheimer Innenstadt (ergänzend perspektivisch: Wegfall der Galeria-Filiale) wird die Ansiedlung von Mömax am Standort Pforzheim-Nord nicht zu signifikanten Überschneidungen führen. Weiterhin wird der Wettbewerb eher mit den anderen Möbelhäusern in Pforzheim sowie in der Region stattfinden.



Forschen. Beraten. Umsetzen.



Auftraggeber: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Tel.: 07141 9360-0
Mail: info@gma.biz



Auftraggeber: NH Immobilien GmbH
Mergentheimer Straße 59
97084 Würzburg