



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Stuttgart · Ried (A)

Maßnahmenkonzeption zum Projekt „Mehr Mitte bitte“ in der Stadt Pfullendorf



Projektleitung:

Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Projektmitarbeit:

Dipl.-Geogr. Julia Wunder

stud.rer.reg. Sabrina Rodemer

☎: 0711/64864-61

✉: 0711/64864-69

@: cima.stuttgart@cima.de

Stuttgart, Dezember 2007

© 2007 CIMA-Stadtmarketing GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen, Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA-Stadtmarketing GmbH.

Inhaltsverzeichnis

1.	Aufbau und Vorgehensweise	3
2.	Themenbereich Parken und Verkehr	6
2.1.	Schlüsselprojekt: Vermarktung des Parkhauses	6
2.2.	Weitere Maßnahmen	10
3.	Themenbereich Stadtgestaltung und Einkaufsatmosphäre	12
3.1.	Schlüsselprojekt: Stadtmöblierung/ -dekoration	12
3.2.	Schlüsselprojekt: Beleuchtung	14
3.3.	weitere Maßnahmen	15
4.	Themenbereich Einzelhandel und Kundenbindung	17
4.1.	Schlüsselprojekt: Attraktivierung des Wochenmarktes	17
4.2.	weitere Maßnahmen	20
5.	Themenbereich Tourismus/ Veranstaltungen und Gastronomie/ Freizeit	24
5.1.	Schlüsselprojekt: Anbindung des Linzgau Seeparks an die Innenstadt	24
5.2.	weitere Maßnahmen	25
6.	Übergeordnete Maßnahmen	27
7.	Anhang	29
7.1.	Protokoll zum 1. Workshop am 17.10.2007	29
7.2.	Protokoll zum 2. Workshop am 10.11.2007	40

1. Aufbau und Vorgehensweise

Die vorliegende Maßnahmenkonzeption im Rahmen des Projektes „Mehr Mitte bitte“ für die Stadt Pfullendorf ist in mehreren Arbeitsschritten unter Mitarbeit verschiedener Interessensgruppen entstanden.

Zu Beginn des Projektes erfolgten die Erarbeitung eines Standort-Checks sowie die Durchführung einer Haushalts- und Bürgerbefragung bei ca. 300 Bürgern in der Stadt Pfullendorf sowie im Umland. Die Ergebnisse dieser Grundlagenuntersuchung sind in einem getrennten Berichtsband dargestellt.

Parallel dazu fand im Oktober 2007 mit Vertretern aus Kommunalpolitik, Stadtverwaltung, Unternehmen sowie Meinungsbildnern und interessierten Bürgern ein erster Workshop zur Sensibilisierung für die Probleme und Chancen der Pfullendorfer Innenstadt statt. Im November 2007 wurde ein zweiter Workshop zur Erarbeitung und Bewertung von konkreten Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Innenstadt von Pfullendorf durchgeführt. Die Moderation sowie die Vor- und Nachbereitung der Workshops wurde von der CIMA gemeinsam mit der Unternehmensberatung Grißmer & Partner vorgenommen.

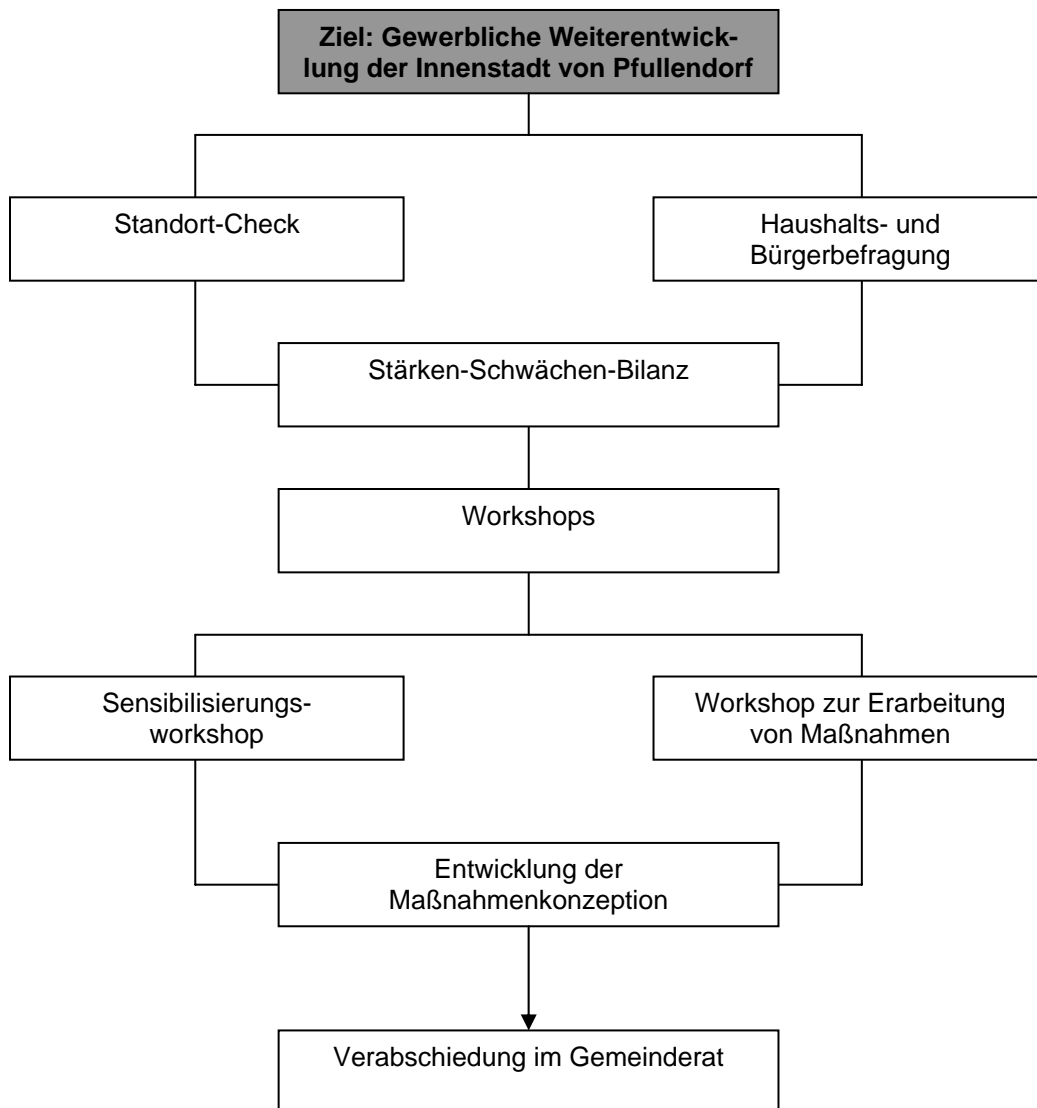
In der Maßnahmenkonzeption sind die in den Workshops gesammelten und aus der Befragung und der fachlichen Einschätzung der CIMA gewonnenen Maßnahmen nach übergeordneten Themenbereichen sortiert. Innerhalb der Themenbereiche kristallisierten sich sog. „Schlüsselprojekte“ heraus, die den weiteren „sonstigen Maßnahmen“ vorangestellt werden.

Themenbereich	Schlüsselprojekt
1) Parken und Verkehr	<ul style="list-style-type: none"> • Vermarktung des Parkhauses
2) Stadtgestaltung und Einkaufsatmosphäre	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtmöblierung/ -dekoration • Beleuchtung
3) Einzelhandel und Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Attraktivierung des Wochenmarktes
4) Tourismus/ Veranstaltungen und Gastronomie/ Freizeit	<ul style="list-style-type: none"> • Anbindung Linzgau Seepark an die Innenstadt
5) Übergeordnete Maßnahmen	

Ein Teil der Maßnahmen wurde bereits durch die Workshop-Teilnehmer einer Einschätzung hinsichtlich der Handlungspriorität, der Fristigkeit und der Zuständigkeit unterzogen. Für Maßnahmen, bei denen im Workshop keine Bewertung vorgenommen wurde, erfolgte diese durch die CIMA. Wo sinnvoll, wurden von der CIMA weitere Maßnahmen aufgelistet und mit Beispielen aus anderen Städten veranschaulicht.

Die Liste der Maßnahmen erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit und kann bzw. sollte im Umsetzungsprozess immer wieder ergänzt und aktualisiert werden.

Abb. 1 **Prozessschema der Entwicklung der Maßnahmenkonzeption in Pfullendorf**





Quelle: Eigene Darstellung

Das Maßnahmenkonzept soll nach der Verabschiedung im Gemeinderat als Richtschnur für die weitere gewerbliche Entwicklung in der Stadt Pfullendorf und speziell für die Innenstadt von Pfullendorf dienen. Die aufgelisteten Maßnahmen variieren hinsichtlich der Wichtigkeit und Umsetzungsdauer. Einige Maßnahmen können nur in längerfristigen Prozessen umgesetzt werden. Es ist daher empfehlenswert, die am höchsten priorisierten Maßnahmen mit einer kurzen Umsetzungsdauer am schnellsten zu realisieren.


Sowohl die Ist-Situation als auch die Maßnahmen werden sich während der Dauer des Umsetzungsprozesses ständig verändern. Das Maßnahmenkonzept ist daher als dynamisch zu betrachten. Die Maßnahmenliste sollte regelmäßig aktualisiert und ggf. durch neue Maßnahmen ergänzt werden.

2. Themenbereich Parken und Verkehr

2.1. Schlüsselprojekt: Vermarktung des Parkhauses

Maßnahme Parkhausgestaltung	Priorität hoch	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit Stadt/ Schulen/ Künstler
<p>Basierend auf einem Wettbewerb zwischen bzw. in den Pfullendorfer Schulen kann das Parkhaus preiswert künstlerisch gestaltet werden. Bunt gestaltete Fassaden, Treppenhäuser und größere Wandflächen sorgen für mehr „Wohlbefinden“ im Parkhaus und Erhöhen die Identifikation mit dem Parkhaus.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hofdienergarage, Stuttgart http://www.pbw.de 			
Maßnahme Umbenennung in Parkhaus „historische Altstadt“	Priorität hoch	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit Stadt
<p>Durch eine Umbenennung des Parkhauses „Stadtmitte“ in Parkhaus „Historische Altstadt“ wird nicht nur auf die zentrale Lage des Parkhauses innerhalb der Kernstadt aufmerksam gemacht, sondern zudem ein unmittelbarer Bezug zur historischen Altstadt geschaffen.</p>			


Maßnahme Rückvergütungssystem	Priorität hoch	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit WIP
<p>Gerade großflächige Einzelhandelsbetriebe auf der „Grünen Wiese“ mit ihrem in der Regel kostenlosen Parkplatzangebot sind diesbezüglich im Vorteil gegenüber dem innerstädtischen Einzelhandel. Um kostenlos parken zu können, werden ungeachtet der Kosten für Pkw-Nutzung und des Spritverbrauchs weite Strecken gefahren. Auf diese wenig rationale Einstellung sollte man entsprechend reagieren. Denn genauso freuen sich Kunden über auch nur kleinste Rabatte und Nachlässe.</p> <p>Bei der teilweisen Rückvergütung von Parkgebühren durch den Einzelhandel stehen sich ein geringer finanzieller Aufwand und ein als kundenfreundlich empfundener Nutzen gegenüber.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pforzheim (linkes Bild) • Oelde (rechtes Bild) • Friedberg, Hessen (unteres Bild) 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>		
Maßnahme Parkleitsystem	Priorität hoch	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit Stadt
<p>Optimierung des vorhandenen Parkleitsystems durch eine Ausschilderung, welche die Lage der Parkplätze in Bezug zur Innenstadt/ historischen Altstadt schematisch abbildet.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forchheim (linkes Bild) • Wolfratshausen (rechtes Bild) 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		


Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Bessere Ausleuchtung und Sauberkeit	hoch	kurz/ mittel	Stadt
Parkhäuser verursachen häufig ein Gefühl des „Unwohlseins“. Dies ist oftmals durch schlechte Beleuchtung, mangelnde Sauberkeit, räumliche Beengtheit etc. bedingt. Mit einem guten Beleuchtungskonzept könnten „Angsträume“ vermieden und ein stärkeres Sicherheitsgefühl geschaffen werden.			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Aufteilung der Parkebenen nach Kurz- und Dauerparker	hoch/ mittel	kurz/ mittel	Stadt
Eine Aufteilung der Parkebenen entsprechend den vorrangigen Nutzern (untere Ebenen: Mitarbeiter der Stadtverwaltung/der Innenstadtbetriebe als „Dauerparker“ und obere Ebenen: Kunden/Besucher der Innenstadt als „Kurzzeitparker“) kann einerseits eine stetige und auch optisch stärkere Auslastung des Parkhauses bewirken. Andererseits würde durch einen „Parkzwang“ der Kunden auf den oberen Ebenen der Standortvorteil des Parkhauses für die zentrale Erschließung der Altstadt bei der vorhandenen Topographie stärker herausgestellt.			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Flyer/ Faltblatt zum Parkplatzangebot	mittel	kurz/ mittel	AK IS/WIP/ Stadt
Das Parkplatzangebot kann neben einem Einkaufsführer auch/ oder in einem separaten Plan kommuniziert werden. Wichtig ist es, diesen Plan kontinuierlich bei allen Einzelhändlern und Dienstleistungsbetrieben auszulegen. Der Park-Flyer sollte insbesondere Informationen über die Anzahl bzw. die Lage der Parkplätze und über die Parkkosten/ bzw. -zeiten enthalten. Beispiel:			
<ul style="list-style-type: none"> • Tauberbischofsheim 			

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Veranstaltungen zur Vermarktung	mittel	kurz/ mittel	Stadt/ Vereine/ WIP
Mit verschiedenen Veranstaltungen, wie z.B. einer Parkhausparty, kann der Bekanntheitsgrad und das Image des Parkhauses verbessert werden. Über Teile des Eintrittspreises könnten Gestaltungsmaßnahmen finanziell unterstützt werden.			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Parkscheinautomaten im Parkhaus statt Schrankanlage	mittel	kurz/ mittel	Stadt
Durch die Architektur des Parkhauses ist der Zu- und Ausfahrtsbereich relativ eng gestaltet. Mit dem Abbau der Schrankanlage wirkt das Parkhaus offener und leichter zugänglich (Wegfall der psychologischen Hemmschwelle). Die Schrankanlage und die dazugehörigen Kassenautomaten können durch Parkscheinautomaten auf den einzelnen Ebenen, bzw. bei der Aufteilung der Parkebenen auf den „Kundenebenen“, ersetzt werden. Alternativ kann für die Kundenebene auch eine Parkscheibenregelung erfolgen und der „gefühlte“ Zahlzwang abgebaut werden.			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Ausschilderung des Parkhauses in der Fußgängerzone	mittel	kurz/ mittel	Stadt
Der Zugang zum Parkhaus in der Hauptstraße ist eher unauffällig ausgeschildert. Durch ein deutlicheres Hinweisschild wird zum einen die zentrale Lage in der Innenstadt unterstrichen. Zum anderen können Passanten darauf aufmerksam gemacht werden, die zwar zum Einkaufen in die Innenstadt gekommen sind, jedoch nicht das Parkhaus genutzt haben (insb. von der Umlandbevölkerung wird das Parkhaus nur wenig genutzt, was auch am zu geringen Bekanntheitsgrad liegen kann).			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Barriereüberwindung (obere Ebene)	gering	mittel/ lang	Stadt
Der Zugang zur Innenstadt von der oberen Ebene des Parkhauses ist nicht barrierefrei angelegt. Gerade für Mütter mit Kinderwagen/Rollstuhlfahrer sollten die Treppen um Rampen zur Überwindung des Höhenunterschiedes erweitert werden.			

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Nutzung des Obergeschosses durch Einzelhandel oder Gastronomie	gering	lang	Stadt/ggf. private Investoren
Mit einer Aufstockung/Bebauung des Parkhausobergeschosses können in zentraler Lage in der Altstadt zusätzliche Flächen für Einzelhandel und Gastronomie (z.B. mit einem kleinen Ladenzentrum) geschaffen werden. Ggf. ist die Belegung durch einen „größerflächigen“ Betrieb als Kundenmagnet zu prüfen.			

2.2. Weitere Maßnahmen

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Überprüfung der Parkdauer im Bereich der unteren Hauptstraße	hoch/ mittel	kurz	Stadt
Die gegenwärtige Regelung mit einer halben Stunde Parkzeit wird selbst für schnelle Erledigungen als sehr kurz empfunden. Nach den Ergebnissen der Haushaltsbefragung halten sich 44 % der Befragten zwischen 30 bis 60 Minuten in der Pfullendorfer Innenstadt auf.			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Offensive Vermarktung der 1,5 Std. „Freies Parken“	mittel	kurz/ mittel	Stadt/WIP
Auf den der Innenstadt zugeordneten Parkplätzen (außer in der unteren Hauptstraße) wird eine kostenlose Parkdauer von 1,5 Stunden gewährt. Dies ist verstärkt nach außen zu kommunizieren (z.B. als Bannerwerbung/ Flyer). Beispiel: <ul style="list-style-type: none"> Innsbruck 			

Maßnahme „Für Sie haben wir immer Platz!“	Priorität mittel	Fristigkeit mittel	Zuständigkeit Stadt/ WIP
<p>Mit Slogans wie „Für Sie haben wir immer Platz“ kann das sehr gute Parkplatzangebot in und um die Innenstadt stärker vermarktet werden. Eine werbliche Darstellung könnte z.B. über Banner bereits am Stadteingang erfolgen.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rheydt in Österreich 			
Maßnahme Kulantere Parkraumüberwachung	Priorität mittel	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit Stadt
<p>Bei geringfügigen Parkzeitüberschreitungen kann ein Hinweis auf die Überschreitung in Form z.B. einer Rose an der Windschutzscheibe (Sympathiewerbung) erfolgen. Zusätzlich könnte auch der Parkflyer als Werbung für das Parkhaus angebracht werden.</p>			

3. Themenbereich Stadtgestaltung und Einkaufsatmosphäre

3.1. Schlüsselprojekt: Stadtmöblierung/ -dekoration

Maßnahme Ansprechende Stadtmöblierung/ Blumendekoration	Priorität hoch	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit AK IS/ Stadt/ WIP
<p>Eine ansprechende Stadtmöblierung sorgt nicht nur für ein ordentliches Erscheinungsbild der Stadt, sondern auch für Atmosphäre und lädt zum längeren Verweilen in der Stadt ein. Durch Blumen wirkt das Stadtbild freundlicher und kann bei einheitlicher Gestaltung den individuellen Charakter der Stadt betonen (vgl. Maßnahme Blumenpflanzwettbewerbe). Die Stadtbegrünung kann auch funktional wirksam werden: eine Baumreihe als Trennung zur Straße und damit als Abgrenzung der Innenstadt oder als Parkraumbegrenzung der innerstädtischen Parkplätze.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nationaler Radverkehrsplan Ökoinstitut Südtirol/Alto Adige (linkes Bild) • Sinsheim; Sinsheimer „S“ mit Werbefläche (rechtes Bild) • Tübingen (unteres Bild) 			



Maßnahme Spielgeräte, Wasserspiele	Priorität mittel	Fristigkeit mittel/ lang	Zuständigkeit Stadt
<p>Kinder beleben das Stadtbild. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Innenstadt auch kindgerecht zu gestalten – mit einer kleinen Spielplatzanlage oder einem Wasserspiel.</p> <p>Als positiver Nebeneffekt der Installierung von Spielgeräten o. ä. ist die Möglichkeit eines stressfreien Einkaufs für die Mütter, deren Kinder sich auf den Spielgeräten austoben können.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktbeispiel 			
Maßnahme Infosäule am Marktplatz/ vor dem Bürgerbüro	Priorität mittel	Fristigkeit kurz/ mittel	Zuständigkeit Stadt
<p>Eine Infosäule am Markplatz bzw. am Bürgerbüro/ Touristeninformation kann neben der Information für Bürger über Veranstaltungen etc. auch für Touristen als Informationstafel mit Stadtplan, Angeboten in den Bereichen Gastronomie etc. dienen. Eine kontrollierte Plakatierung sollte dabei gewährleistet sein.</p> <p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wien, Jüdisches Museum (linkes Bild) • Produktbeispiel (rechtes Bild) 			

3.2. Schlüsselprojekt: Beleuchtung

Maßnahme Beleuchtung historischer Gebäude	Priorität hoch/ mittel	Fristigkeit mittel/ lang	Zuständigkeit Stadt/ Eigentümer
<p>Beleuchtungskonzepte können die Aufenthaltsqualität sowie die Attraktivität von Sehenswürdigkeiten stark erhöhen. Bei bereits vorhandener Beleuchtung sollte das Beleuchtungskonzept im Sinne der Verbesserung der gesamtstädtischen Wirkung vereinheitlicht werden.</p> <p>Dabei stehen v. a. folgende Aspekte im Vordergrund:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attraktivierung des Stadtbildes in der Nacht • Hervorhebung der architektonischen Potentiale/ Silhouette der Altstadt Pfullendorfs • Im Einzelfall auch die Steigerung der subjektiven Sicherheit durch bessere Ausleuchtung von Plätzen und Gassen <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nagold: Lichtinstallationen für den Gewinn des Stadtmarketingpreises 2007; Photograph: Gerhard Bäuerle 			
Maßnahme Verlängerung der Beleuchtungszeit der Schaufenster/ Geschäftsräume	Priorität hoch/ mittel	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit AK IS/ WIP
<p>Nach Geschäftsschluss beleuchtete Schaufenster und Geschäftsräume bieten Kunden die Möglichkeit zum Schaufensterbummel am Abend. Durch ein attraktives Beleuchtungskonzept und eine originelle Gestaltung des Schaufensters werden die Kunden angezogen und können sich über die jeweiligen Angebote des Geschäftes informieren. „Licht lockt Leute“.</p>			

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Beseitigung von Angsträumen	mittel	mittel/ lang	Stadt
Das Ausleuchten dunkler Ecken und Gassen (sog. Angsträumen) ist notwendig, um den Innenstadtbesuchern ein Gefühl von Sicherheit zu vermitteln.			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Beleuchtung des Stadtsees	mittel	mittel/ lang	Stadt
Der Stadtsee und die kleine Parkanlage können durch eine entsprechende Beleuchtung an Attraktivität gewinnen. Warme Farbtöne bei der Beleuchtung des Weges und eine evtl. farbige Beleuchtung des Sees wirken neben der historischen Altstadt als optisches Highlight.			

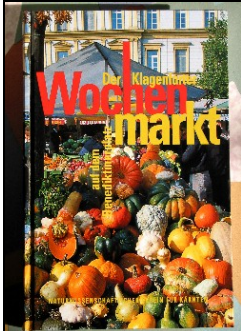

3.3. weitere Maßnahmen

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Blumenpflanzwettbewerb unter dem Motto: „Pfullendorf blüht auf“	mittel	mittel/ hoch	Stadt/ WIP
<p>Mit dem Bundeswettbewerb „Entente Florale“ ist das Ziel verbunden, durch eine nachhaltige Stadtbegrünung die Lebensqualität sowohl in der Wohn- als auch in der Arbeitsumgebung zu verbessern. In einer Gemeinschaftsaktion der Verwaltung, Politik, Wirtschaft und Bürgerschaft sollen Ideenbeiträge zur Stadtgestaltung gefördert und umgesetzt werden.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arnstadt: Entente Florale (http://www.entente-florale.de) 	 		


Maßnahme Ortseingangsschilder	Priorität mittel/ gering	Fristigkeit mittel/ lang	Zuständigkeit Stadt
<p>Ein attraktiv gestaltetes Ortseingangsschild soll das Gefühl des „Willkommenseins“ vermitteln. Ziel ist es, ein einheitliches Ortseingangsbild mit Wiedererkennungseffekt für die Gesamtstadt Pfullendorf zu schaffen. Die Gestaltung von Ortseingängen kann auf unterschiedliche Art erfolgen. Möglich wären z.B. das Logo der Stadt, auffällige Schriftzüge oder einheitliche Ortseingangstafeln, die sowohl den Namen der Stadt, als auch den Namen des Stadtteiles beinhalten.</p> <p>Beispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hattenhofen 			

4. Themenbereich Einzelhandel und Kundenbindung

4.1. Schlüsselprojekt: Attraktivierung des Wochenmarktes


Maßnahme Bewerbung des Wochenmarktes, z.B. mit Flyern	Priorität hoch	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit Stadt/ Marktbesucher
<p>Mit dem qualitativen und quantitativen Ausbau des Wochenmarktes erhalten der Marktplatz und damit die Altstadt eine stärkere Magnetfunktion. Gleichzeitig wird die Einkaufsattraktivität Pfullendorfs und die Profilierung als Versorgungsstandort mit Frischewaren und qualitativ hochwertigen Waren erweitert. Damit der Marktcharakter deutlich wird, sollte die optische Aufmachung der Stände des Wochenmarktes von Bedeutung sein und das Angebot vielseitiger gestaltet werden.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klagenfurt, Österreich (linkes Bild) • Oyten (rechtes Bild) 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		
Maßnahme Bündelung der Wochenmärkte (Aach-Linz und Pfullendorf)	Priorität hoch/ mittel	Fristigkeit mittel/ lang	Zuständigkeit Stadt/ Marktbesucher
<p>Um die Effektivität der beiden bestehenden Wochenmärkte in der Kernstadt und in Aach-Linz zu steigern, können verschiedene Varianten vorgeschlagen werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variante I: Zusammenlegung der beiden Wochenmärkte mit alternierendem Standort (z.B. Dienstag: Aach-Linz und Samstag: Kernstadt); Ziel: Erhöhung der Zahl der Marktbesucher zur Ausweitung des Angebotes auf beiden Märkten • Variante II: Konzentration der Wochenmärkte auf einen Standort und einen Markttag (z.B. Samstag in der Kernstadt) 			

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Erlass der Standgebühren im ersten halben Jahr oder generelle Rabatte	hoch/ mittel	kurz/ mittel	Stadt
<p>Um den Wochenmarkt auch für die Marktbesucher interessant zu machen, kann ihnen eine Art Rabatt angeboten werden, z.B. in Form eines Erlasses der Standgebühren im ersten halben Jahr. Somit könnte sich die Anzahl der Marktbesucher erhöhen und der Wochenmarkt aufgrund der größeren Auswahl an Attraktivität gewinnen.</p> <p>Als ständige Rabatte könnte ein sog. „Regenmeter“ eingeführt werden – bei schlechtem Wetter werden ein oder zwei Meter der Standlänge für die Gebühr nicht berechnet. Bei Kleinstherzeugern und Direktvermarktern kann man die Gebühren erlassen oder verbilligen.</p>			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Themen: „total regional“ und „alles Bio“	mittel	mittel	Marktbesucher
<p>Es ist wichtig den Wochenmarkt möglichst aktuell zu gestalten, d.h. das Angebot der Nachfrage anzupassen. In den letzten Jahren hat der Bereich Bio-Produkte einen Aufschwung erfahren, der viele Menschen wieder zurück auf den Markt bringt. Der Verbraucher sollte ein Angebot mit frischen Produkten aus dem regionalen Umfeld vorfinden. Auf dem Markt kann der Kunde die Herkunft der Produkte besser nachvollziehen. Dies ist ein Wettbewerbsvorteil des Wochenmarktes gegenüber dem Lebensmitteldiscounter bzw. -supermarkt und sollte deutlich hervorgehoben werden.</p>			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Erweiterung des Angebots durch Imbissstände	mittel/ gering	mittel	Gastronomie/ Lebensmittel- handwerk
<p>Neben den klassischen Markthändlern sind oftmals weitere Angebote auf dem Wochenmarkt vorhanden. Der bestehende und perspektivisch vergrößerte Wochenmarkt könnte durch die Erweiterung des Angebotes um kleinere Imbissstände eine Aufwertung erfahren.</p>			


Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Angepasste Öffnungszeiten des Wochenmarktes	mittel/ gering	kurz	Marktbeschicker
Für viele Menschen findet der Wochenmarkt im Tagesverlauf zu zeitig statt. Eine Verlängerung bzw. Verlagerung der „Marktzeit“ könnte die Menge der möglichen Verbraucher vergrößern und würde somit den Marktumsatz und dessen Attraktivität fördern. Wenn Markttag und Öffnungszeiten verlässlich festgelegt sind, ist der Wochenmarkt womöglich auch für potenzielle Kunden von außerhalb eine berechenbare Größe. Dann können die Veranstalter ihren Wochenmarkt auch entsprechend bewerben (vgl. Maßnahme Werbung für den Wochenmarkt).			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Veranstaltungen mit Musik/ Theater als Rahmenprogramm	mittel/ gering	mittel	Stadt/ WIP/ Vereine
Ein Rahmenprogramm mit Musik oder kleineren Theateraufführungen macht den Wochenmarkt zum Erlebnis und kann sich eine eigene Tradition schaffen. Diesbezüglich ist eine Einbindung der Vereine notwendig bzw. sinnvoll. Beispiel: <ul style="list-style-type: none"> Marbach am Neckar: „Wochenmarkt [Punkt] 11“ – Beginn von Veranstaltungen auf dem Wochenmarkt 			

4.2. weitere Maßnahmen

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
<p>Unternehmensqualifizierung und „WIP-Zertifikat“ für die Attraktivierung der Geschäfte</p> <p>Einführung eines Qualitätssiegels für den Einzelhandel in der Innenstadt bzw. auch für die Gesamtstadt Pfullendorf (z.B. Betriebe mit besonderem Service, kundenfreundlicher Öffnungszeitenregelung, attraktiver Außendarstellung)</p> <p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> • WIP-zertifiziert (Eigene Darstellung) • „König Kunde“-Zertifikat vom EHV Südbaden 	hoch	kurz/mittel	AK IS/ Stadt/ WIP
<p>Maßnahme</p> <p>Entwicklung eines CI-/CD-Konzeptes (Corporate Identity/ Corporate Design)</p>	hoch	kurz/ mittel	Stadt/ WIP
<p>Ziel der Maßnahme ist die Erstellung eines gemeinsamen Dachmarken- und Kommunikationskonzeptes für Pfullendorf, in welches alle wesentlichen Leistungsträger der Stadt integriert sind sowie die Schaffung einer optisch ansprechenden und funktionalen CI-/CD-Linie (Logo, Slogan, Farben, Gestaltungsvorschriften für Printmedien und Internetdesign etc.).</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nagold 			


Maßnahme (Neu-)Nutzung/ Belegung der Leerstände und Ansiedlung eines Kundenmagneten in der Altstadt	Priorität hoch	Fristigkeit bereits in der Umsetzung	Zuständigkeit WIP/ Stadt/ Gewerbeimmobilienmakler
<p>Das Themenfeld „Flächenmanagement“ wird seit der Einsetzung des „Innenstadt-Beauftragten“ Herrn Baur sukzessive bearbeitet und hat in den letzten Jahren zu sichtbaren Erfolgen geführt (vgl. Leerstandssituation). Die Ansiedlung eines Kundenmagneten erscheint als wichtiges Ziel zur Belegung der Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt, jedoch stellen z.B. die Stadtgröße, die Flächenverfügbarkeit und –zuschnitte, die Eigentumsverhältnisse etc. zu beachtende und hemmende Standortfaktoren dar.</p>			
Maßnahme Verkaufsflächenzusammenlegung	Priorität hoch/ mittel	Fristigkeit mittel/ lang	Zuständigkeit WIP/ Eigentümer
<p>Auf Grund der überwiegend kleinflächigen Einzelhandelsstruktur wäre eine Zusammenlegung der Verkaufsflächen als geeignete Maßnahme zur Schaffung von branchenüblichen bzw. marktgängigen Verkaufsflächen von Vorteil. Dabei können sich jedoch Aspekte wie z.B. die Eigentümerverhältnisse, Denkmalschutz etc. als Hemmnisse herausstellen.</p>			
Maßnahme Harmonisierung der Öffnungszeiten in Einzelhandel und Dienstleistung	Priorität hoch/ mittel	Fristigkeit kurz	Zuständigkeit WIP
<p>Als dauerhaftes Ziel ist eine Harmonisierung der Ladenöffnungszeiten anzustreben.</p> <p>Angesichts der Struktur des überwiegend kleinflächigen Einzelhandels sollten als Mindestanforderung an eine stärkere Serviceorientierung zumindest Kernöffnungszeiten (z.B. wochentags 10 – 19 Uhr, samstags 10 – 16 Uhr) eingerichtet werden, in denen der Kunde sicher sein kann, alle Erledigungen durchführen zu können.</p> <p>Vorteile der Maßnahme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der Serviceorientierung • Verbesserung des Images als Einkaufsstadt • Verbreitung der Angebote des „Kaufhauses Innenstadt“ 			

Maßnahme Attraktivierung der Fassaden und Schaufenster	Priorität mittel	Fristigkeit mittel/ lang	Zuständigkeit WIP/ Eigentümer
<p>Das Schaufenster eines Ladens dient als „Visitenkarte“. Deshalb ist eine attraktive Schaufenstergestaltung ein „MUSS“, um bei Kunden Interesse zu wecken bzw. in Erinnerung zu bleiben. Je origineller und ausgefallener die Ideen, desto mehr Aufmerksamkeit für den Laden. Ein kleiner Wettbewerb zwischen den Pfullendorfer Einzelhändlern könnte als Motivation für neue Ideen dienen.</p> <p>Die Gestaltung der Fassaden dient ebenfalls zur Attraktivierung des gesamten äußeren Erscheinungsbildes eines Einzelhandelsbetriebes.</p> <p>Beispiel: Hagen, Karlsruhe, Bonn, Bielefeld u.v.m.</p> <p>http://www.fassadenwettbewerb.de/</p>			
			

Maßnahme Einkaufsflyer (evtl. kombiniert mit einem Parkflyer)	Priorität gering	Fristigkeit kurz/ mittel	Zuständigkeit WIP
<p>Ziel der Maßnahme ist die Zusammenfassung des Angebotsspektrums der Pfullendorfer Innenstadt sowie die gemeinsame Außendarstellung. Folgende Inhalte sollte das Faltblatt/ Flyer enthalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Namen und Anschrift aller Gewerbebetriebe und die Sortimentsschwerpunkte • Lageplan der Unternehmen • Öffnungszeiten • ggf. Parkplatzplan (vgl. mit Maßnahme Parkflyer) <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Korbach (Bild): Faltblatt mit Übersichtsplan mit Parkhinweisen und Kurzbezeichnung der Geschäfte und Hinweis auf einheitliche Öffnungszeiten 			
Maßnahme „Pfullendorf leuchtet“ – Midnight-Shopping	Priorität gering	Fristigkeit mittel/ lang	Zuständigkeit AK IS/ WIP
<p>Unter dem Motto „S-City leuchtet“ hatte die Stadt Stuttgart im Herbst diesen Jahres die Innenstadt beleuchtet und zum Mitternachtsshopping eingeladen. Die Illumination verschiedener Gebäude kombiniert mit verlängerten Ladenöffnungszeiten bis Mitternacht und einem Rahmenprogramm in den Einkaufsbereichen sorgten für eine volle Innenstadt und gute Umsätze bei den Einzelhändlern.</p> <p>Für „Pfullendorf leuchtet“ wären Illuminationen der historischen Gebäude auf Basis eines Beleuchtungskonzeptes vorstellbar, das den geschichtlichen Hintergrund/ Silhouette Pfullendorfs visualisiert. Dabei können die Geschäfte bis 22 Uhr bzw. 24 Uhr geöffnet haben und evtl. kleinere Aktionen (Gewinnspiele etc.) anbieten. In der Innenstadt selbst könnten die Vereine Darbietungen geben und somit die Gesamtveranstaltung abrunden.</p>			

5. Themenbereich Tourismus/ Veranstaltungen und Gastronomie/ Freizeit

5.1. Schlüsselprojekt: Anbindung des Linzgau Seeparks an die Innenstadt

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Verbesserte Busanbindung des Linzgau Seeparks an die Innenstadt	hoch/ mittel	kurz/ mittel	Stadt/ Tourismusstelle
Der Linzgau Seepark zieht Besucher aus der gesamten Region an. Mit einem Kombiticket (Eintritt Seepark und Fahrkarte zur Innenstadt) können diese auch die historische Altstadt Pfullendorfs preisgünstig besuchen (vgl. Maßnahme Touristenkarte).			
Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Bewerbung der historischen Altstadt am Seepark	hoch/ mittel	kurz/ mittel	Stadt/ Tourismusstelle
<p>Auf Grund der regionalen Anziehungskraft des Linzgau Seeparks sollte bereits am Seepark die Möglichkeit genutzt werden, auf die Highlights der Stadt Pfullendorf, insb. der historischen Altstadt hinzuweisen. Durch „Collagen“ der Sehenswürdigkeiten Pfullendorfs oder der Abbildung der Silhouette der Altstadt könnte die Aufmerksamkeit auf die Innenstadt gelenkt werden.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gochsheim (oberes Bild) • Salzwedel (unteres Bild) 			

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Touristenkarte	hoch/ mittel	mittel	Stadt/ Tourismusverband Nördlicher Bodensee
<p>Für einen geringen Preis sollen die Gäste in Pfullendorf mit nur einer Karte möglichst viel erleben können. Eckpunkte der Touristenkarte könnten u.a. sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenfreie Nutzung des ÖPNV (Innenstadt-Seepark) • Ermäßigungen/ Gutscheine im Einzelhandel, Gastronomie • Ermäßigungen bei touristischen Highlights <p>Diese sollen als Anreiz dienen, Pfullendorfs Besonderheiten und Angebote kennenzulernen und zu nutzen.</p>			

5.2. weitere Maßnahmen

Maßnahme	Priorität	Fristigkeit	Zuständigkeit
Öffnungszeiten des Tourismusinformationszentrums/ Bürgerbüro verlängern (Wochenende)	hoch/ mittel	kurz	Stadt/ Touristeninformation
<p>Eine Ausweitung der Öffnungszeiten der Touristeninformation am Marktplatz in Pfullendorf auf das Wochenende ermöglicht auch in diesem Zeitraum eine persönliche Kundenansprache.</p>			
Ausweitung des gastronomischen Angebots, insb. in der oberen Hauptstraße/ Marktplatz	mittel	bereits in der Umsetzung	Eigentümer/ Gastgewerbe
<p>Ein zusätzliches Bistro/ Café in der Innenstadt könnte das vorhandene gastronomische Angebot ergänzen und die Angebotsvielfalt sowie Aufenthaltsqualität in der Innenstadt Pfullendorf stärken. Dabei ist auf die bereits erfolgte Reaktivierung der ehemaligen Bäckerei im Bürgerzentrum durch eine Espresso-Bar hinzuweisen.</p>			
Initiierung von Themenwochen	mittel	kurz/mittel	AK IS/ Gastronomie
<p>Im Rahmen der Städtepartnerschaften ist die Initiierung von Französisch-Schweizerischen Themenwochen evtl. mit Gästen aus der Partnergemeinde vorstellbar. Ein Stadtfest mit kulinarischen und musikalischen Highlights aus der Partnerregion und eine in den jeweiligen Landesfarben dekorierte Stadt könnte als „überregionales“ Event im Pfullendorfer Veranstaltungskalender verankert werden.</p>			

Maßnahme Wegweiser/ Ausschilderung zur historischen Altstadt	Priorität mittel	Fristigkeit mittel	Zuständigkeit Stadt/ Tourismusverband Nördlicher Bodensee
<p>Das „Potential“ der historischen Vergangenheit der Stadt Pfullendorf als Freie Reichsstadt kann in der Altstadt noch stärker genutzt bzw. visualisiert werden. Mit Hinweisschildern kann auf einem historischen Weg durch die Stadt geführt werden und z.B. im Museum enden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beispielbild 			
Maßnahme Kommunales Kino	Priorität mittel	Fristigkeit mittel/ lang	Zuständigkeit WIP/ Stadt/ Vereine
<p>Ein Kino als „Wunsch“ der Bürger der Stadt Pfullendorf wurde in den Workshops diskutiert. Als Anregung soll das Beispiel der Stadt Gaildorf dienen, in der das Kino „Sonnenlichtspielhaus“ durch einen gemeinnützigen Verein geführt wird.</p>			