

Wo den Einzelhandel der Schuh drückt

Gemeinsam für eine attraktivere Innenstadt – das ist eine der Zielsetzungen, die sich das Bad Aiblinger Stadtmarketing auf die Fahne geschrieben hat. Bei einem runden Tisch im Rathaus sprachen lokale Unternehmer jetzt darüber, wo sie der Schuh drückt.

VON EVA LAGLER

Bad Aibling – Im Leerstand vieler Ladenflächen sehen Aiblinger Geschäftsleute neben der aktuellen Baustelle eines der größten Probleme der Innenstadt – auch wenn Stefan Müller-Schleipen, Geschäftsführer der Initiative „Die Stadttretter“, der Kur-stadt in seinem Impulsreferat zuvor bescheinigt hatte, dass er die Situation im Vergleich zu anderen Innenstädten als „gar nicht mal so schlecht“ einstufe.

Als einen möglichen Lösungsansatz empfahl der Experte die Online-Plattform „LeAn – für proaktives Ansiedlungsmanagement in Innenstädten“. Dieses digitale Angebot hat das Institut für Handelsforschung (IFH) Köln zusammen mit 14 deutschen Modellstädten unterschiedlicher Größe in dem Projekt „Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung“ erarbeitet.

Vernetzung auf Online-Plattform

Dort können unter anderem Leerstände erfasst und interessierten Nachnutzern präsentiert werden. In diesem Zusammenhang kritisierte der Referent die Homepage der Stadt: „Die holt mich als Bürger nicht richtig ab.“ Bürgermeister Stephan Schlier merkte an, dass eine neue Version derzeit in Arbeit sei und im Herbst online gehe.

„Die gesunde Stadt“ als Zielbild

Auch dafür legte Müller-Schleipen der Stadt dringend die Entwicklung eines Zielbildes ans Herz. Dieses sei wichtig, damit alle darauf hinarbeiten und dieses gemeinsam umsetzen können, beispielsweise die Weiterentwicklung unter dem Slogan „Die gesunde Stadt“, wie von Wirtschaftsreferent Thomas Geppert gefordert. „Nehmen Sie die Bürger mit ins Boot. Deren Kreativität wird oft unterschätzt“, gab der Redner den Versammelten mit auf den Weg: „Versuchen Sie, sie zum Mitmachen zu motivieren. Hier schlummert viel ungenutztes Potenzial.“

Fulda habe zum Beispiel versprochen, die drei besten Ideen für die Innenstadt umzusetzen. Ein über 40-Jähriger habe dort ein Tanzcafé gefordert, ein 80-Jähriger habe sich angeschlossen. Die Stadt habe ihr Versprechen gehalten. Das Tanzcafé kam ebenso wie eine Pop-Up-Konzertbühne. In Starnberg sei ein leerer Kirchplatz mit lauter blauen Liegestühlen bestückt worden, die bald zu wenig gewesen seien. In Wien wiederum seien auf Parkplätzen Grillplätze oder „Klassenzimmer“ errichtet worden.

Ein weiterer Finger in der Wunde ist das Thema Verkehr, wie sich unter anderem an der Kritik einer Geschäftsfrau am Marienplatz zeigte. Auch Müller-Schleipen war bei seinen Erkundungsgängen die „undefinierte Verkehrsführung“ aufgefallen. Je weniger Verkehrsaufkommen man habe, um so eher könne man den Bürgern anbieten: „Nehmt Platz und macht was draus.“ Eine autoärmere Stadt sei ein Gewinn für alle: „Machen Sie es als Probelauf“, empfahl er den Entscheidungsträgern.



Positive Beispiele für die Aufenthaltsqualität gibt es im Aiblinger Zentrum bereits. Damit es noch mehr werden, sind kreative Lösungen nötig, die im Zusammenspiel zwischen Stadtmarketing und Gewerbetreibenden entstehen sollen. FOTO HADERSBECK

Positiv-Beispiel aus Dänemark

Eine Aiblinger Unternehmerin berichtete aus ihren Urlaubserfahrungen von „extrem verkehrsberuhigten Zonen“ in Dänemark: „Da gab es zum Beispiel zwei riesige Sandkästen mitten in der Fußgängerzone, Treppen am Wasser, auf denen sich gefühlt 300 Jugendliche tummelten, da hat man sich gerne aufgehalten. Bei uns dagegen muss man aufpassen, dass man nicht zusammengefahren wird.“

Ein Unternehmer, der in Kürze ein Geschäft an der Kirchzeile aufmachen wird, hat diese Beobachtung auch bereits gemacht. „Mindestens zehnmal habe ich Menschen mit Rollator oder schwerer Behinderung gesehen, die nicht mal auf die andere Straßenseite kamen. Hier herrscht aktiver Bedarf, etwas zu ändern.“

Ein Weiterer pflichtete ihm bei: „Wir sprechen immer wieder die gleichen Themen an. Es muss sich etwas tun.“ Ein anderer meinte: „Wozu haben wir Tempo 20 im Zentrum? Ich habe noch nie einen Blitzer in der Rosenheimer Straße gesehen. Ich habe schon überlegt, selber einen Zebrastreifen aufzumalen.“

Zur Anregung einer weiteren Rednerin, im Zentrum nur noch Ziel- und Quellverkehr zuzulassen, erklärte wiederum Bürgermeister Schlier: „Zumachen ist rechtlich nicht möglich, weil wir noch keine Umfahrung haben.“ Müller-Schleipen merkte an: „Die letzten 40 Jahre wurde Stadtplanung für Autos gemacht.“ Er zeigte sich überzeugt, dass man vieles neu werden denken müssen, gerade auch für Menschen mit Rollator und jene, die das Auto zu Hause stehen lassen würden, wenn sich die Verhältnisse änderten.

Gedanken an lokalen Lieferdienst

Dazu gehöre die Digitalisierung und somit Einsehbarkeit des Warenangebots in der Stadt und auch die Frage, ob die Kommune vielleicht einen eigenen lokalen Lieferdienst brauche.

Einige Gewerbetreibende wünschten sich mehr Aktivität und Sichtbarkeit des Stadtmarketings, monierten, dass eine ganze Reihe gar nichts von der Einladung zum runden Tisch gewusst hätten. Schlier betonte, die an diesem Abend aus dringendem Grund kurzfristig verhinderte Stadtmarketing-Chefin Teresa Jancso habe ihr Amt im Oktober angetreten und habe den Auftrag gehabt, sich zunächst nur auf den neuen Christkindlmarkt am Irlachweiher zu konzentrieren. Für das Innenstadtleben habe Jancso bereits eine ganze Reihe an kreativen Ideen, die mit den Gewerbetreibenden beratschlagt werden sollten. Dies soll bei einem zweiten Termin stattfinden. Müller-Schleipen bekräftigte: „Ein ‚Innenstadt-Kümmerer‘ ist essenziell. Ohne geht es nicht. Aber dieser benötigt Vorlauf. Innenstadtveränderung ist kein Prozess, der sich von heute auf morgen vollzieht.“

Bürger vermissen Postdienstleistungen in der Innenstadt