

## „Stadtretter“ möchten Transformation begleiten

Wie kann Wiesbaden gegen Verödung ankämpfen? Experte rät zur schnellen Umsetzung von Ideen

Von Julia Anderton

**WIESBADEN.** Nicht nur Wiesbaden kämpft gegen die Verödung der Innenstadt an. So ziemlich jede Kommune sieht sich bundesweit mit dieser Herausforderung konfrontiert. „Die Probleme sind identisch“, konstatiert Stefan Müller-Schleipen. Er ist einer der Initiatoren von „Die Stadtretter“, einer in Hanau beheimateten Plattform, der über 1300 Kommunen, Verbände und Unternehmen angehören.

### Die Konzepte liegen zu lange in der Schublade

Im Januar stellte er den Tätigkeitsbereich im Wirtschaftsausschuss vor. Ob Wiesbaden „Die Stadtretter“ mit einem zweitägigen Analyse-Check inklusive Optimierungsimpulsen zur Situation des Einzelhandels, der Aufenthaltsqualität und der Verkehrssituation beauftragen wird, steht bei der nächsten Sitzung des Ausschusses am 12. März auf der Agenda. „Wir wären noch in der ersten Jahreshälfte handlungsfähig. Schließlich handelt es sich um die hessische Landeshauptstadt“, verspricht Müller-Schleipen eine zeitnahe Ausführung für diesen Fall.

Komme es zu dem Termin, stehe jedoch nicht Kritik im Fokus. „Wir kommen erst mal, um zu loben, weil in jeder Stadt ein verdammte guter Job gemacht wird, was oft von den Bürgern nicht gesehen wird.

Dann geht es darum, das Positive zu verstärken – und für das Negative wollen wir nicht nur Konzepte zeigen, sondern Lösungen umsetzen.“ Ein Beispiel für die positive Verstärkung sei der Fall, wenn in einer Stadt inhabergeführte Geschäfte ihren Außenbereich etwa durch Blumen besonders dekorativ schmückten. Diesen Trend könne man verstärken und damit die Gesamtattraktivität steigern, indem etwa ein Preis für den am ansehnlichsten gestalteten Eingangsbereich ausgelobt wird.

Gegen Konzepte zur Behebung drängender Probleme wie Leerstand hat Müller-Schleipen generell nichts. Aber Beispiele aus anderen Städten hätten wiederholt das grundsätzliche Dilemma gezeigt: Diese Konzepte blieben zu lange in den Schub-

laden liegen, weil es an Personal für die Umsetzung fehle. „Das bedeutet, man hat die Expertise – aber keiner macht es.“ Dies liege auch daran, dass die Struktur einer Kommune nicht auf kurzfristige Ereignisse eingestellt sei: „Da haben wir dann eine Verwaltung, die gerne will, aber nicht kann, weil das Personal verplant ist und keine Budgets zur Verfügung stehen“, beobachtet Müller-Schleipen.

### Wiesbadens City-Manager muss agieren können

Wie lässt sich ein solches Dilemma lösen? „Indem man Hemmnisse auf kreative Weise entfernt. Es gibt kein Patentrezept für alle, aber wir schauen in jeder Innenstadt genau hin: Vielleicht gibt es ja einen Lösungsweg, den wir noch gar

nicht kennen! Wir sind also Wegbegleiter der Transformation.“

Ein Vorteil für Wiesbaden sei es, dass es nun wieder einen City-Manager gebe. Allerdings müsse dieser einigermaßen eigenständig agieren können – andere Städte wie etwa Hanau hätten daher die Wirtschaftsförderung als externe Gesellschaft ausgelagert. „Ein City-Manager braucht Handlungskompetenz, weil er sonst nichts bewegen kann. Ohne Budget und eine gewisse Prokura ist er wie ein Arzt im Krankenhaus, der eine Krankheit erkennt, aber nicht operieren darf.“

Vorab-Lob gibt es für die Überlegung der Stadt, auf dem Dach der leeren „Galeria“-Filiale eine „Rooftop-Bar“ auf der obersten Ebene des Parkhauses zu installieren. „Das wäre bestimmt sen-

sationell nachgefragt, allein schon wegen des grandiosen Blicks.“ Ausruhen dürfe man sich darauf aber nicht. Denn Müller-Schleipen ist überzeugt, dass auch „Karstadt“ am Mauritiusplatz vor dem Aus steht – und zwar unabhängig davon, ob der Konzern sich im April bis auf Weiteres für den Standort entscheidet oder nicht. „Wiesbaden muss sich schon jetzt Gedanken um eine Nachnutzung machen, denn der ‚Karstadt‘ wird früher oder später wegfallen. Das klassische Warenhaus ist tot.“ Mit dann massiven Konsequenzen weist er auf das Beispiel des leer stehenden „Karstadt“ in Hannover hin: „Das ist seit drei Jahren ein großes schwarzes Loch und zeigt, was so was mit einer Einkaufsstraße anrichten kann: Leerstand zieht Leerstand nach sich.“

Groß-Immobilien müssten daher schon jetzt neu gedacht werden, zumal er dem Wiesbadener „Karstadt“ keine fünf Jahre mehr gibt. „Da darf man keine Zeit verlieren. Wir sollten aber aufhören, immer negativ zu denken. Es ist eine Riesenchance, mit zentral liegenden Immobilien neue Funktionen in die Innenstadt zu bringen!“ Den weitverbreiteten Mixed-Use-Gedanken als Patentrezept lehnt er dabei ab: „Unten Handel, oben wohnen – davon bin ich kein Fan.“ Statt auf das Gebäude solle man auf das Umfeld schauen: „Was braucht das Quartier? Welche Alters- und Bevölkerungsstruktur gibt es hier? Welche Angebote fehlen?“



Die Wiesbadener „Galeria“-Filiale in der Kirchgasse steht seit vergangenem Juni leer. Foto: Lukas Görlach