

Positionspapier der Erzgebirgs-GRÜNEN zur Innenstadtentwicklung

"Für lebendige Innenstädte in unserer Heimat"

Das gesellschaftliche und wirtschaftliche Treiben in vielen Innenstädten des Erzgebirges erlahmt seit Jahren immer mehr.

Zuerst als schleichender Prozess und seit einiger Zeit immer unübersehbarer, schreitet die Verödung der einst vielfältigen und belebten Zentren der Städte unserer Region voran.

In immer mehr Kommunen ist das Ortsbild geprägt von Immobilienleerstand, immer weniger Einzelhandelsläden, kargen Wochenmärkten und der Abnahme von Passanten. Die wachsende Anzahl un belebter Stadtkerne macht auf Einheimische, besonders jedoch auf Auswärtige und Touristen den Eindruck, als seien die Bürgersteige auch tagsüber „hochgeklappt“.

Dabei sollten gerade die Innenstädte das positive Aushängeschild einer Stadt sein. Stattdessen spiegeln sie die Probleme der Region in ihrer vollen Bandbreite wider: Die Überalterung der Gesellschaft, verstärkt durch die Abwanderung junger Leute schlägt sich auch im Stadtbild nieder. Der Einzelhandel leidet unter massiven Fehlern in der Stadtentwicklung, dem niedrigen Lohnniveau in der Region und Umsatzrückgang. Mit in den letzten 20 Jahren in großer Anzahl entstandenen Supermärkten auf der grünen Wiese wurden die Käuferströme langsam, aber wirksam aus den Innenstädten abgezogen und in die Einkaufszentren der Peripherie verlagert.

Bei den Menschen stehen kurze Wege an erster Priorität: wohnungsnah arbeiten, um die Ecke einkaufen, zentral wohnen und sich im städtischen Grün erholen. Der Gang in die Innenstadt wird teils schon als zu unbequem empfunden.

Die Erzgebirgs-GRÜNEN bringen deshalb folgende Thesen in die Diskussion um wirksame Mittel für lebendige Innenstädte ein:

1. Innenstädte als attraktive Wohnquartiere entwickeln

Ein Grundproblem innerstädtischer Entwicklung stellt heute der Mangel an Bewohnern der historischen Stadtzentren dar. Menschen, die nicht im Zentrum leben, fehlen nicht nur als Kunden des Einzelhandels und als Nutzer von sozialen und kulturellen Angeboten, sondern sie fehlen auch als sichtbares Zeichen für eine lebendige, lebens- und liebenswerte Stadt.

Dieser Zustand ist oftmals auf falsche Entscheidungen und Entwicklungen der vergangenen Jahrzehnte zurückzuführen, in denen sich Stadtentwicklung und -sanierung auf Eigenheim- und Neubausiedlungen am Rande der Städte konzentrierte und die Entwicklung der Innenstädte als Wohnquartiere sträflich vernachlässigt wurde. Dieser Zustand bedarf einer dringenden Korrektur, denn unsere Städte leben nicht von Einkaufszentren und Siedlungen auf der grünen Wiese, sondern von den Menschen, die in ihrer Stadt unterwegs sind. Die Aufgabe der nächsten zwanzig Jahre wird es sein, die Innenstädte so zu entwickeln, dass sie wieder zu einem attraktiven Wohnort werden. Hierzu bedarf es vorausschauender Konzepte in der Bauplanungspolitik, ebenso wie einer Neujustierung der Städtebauförderung.

2. Öffentliche Stellen/Ämter als Frequenzbringer

Nach Möglichkeit sollten öffentliche Behörden im Zentrum der Stadt eine Bürgerservicestelle einrichten, um jene Bürgerinnen und Bürger in die Innenstadt zu locken, die den Kontakt mit einer Behörde suchen. Dies erhöht die Besucherfrequenz und nützt damit auch den nahege-

legenen Einzelhändlern. Als ebensolche Frequenzbringer sind auch Banken, Ärzte und Postagenturen anzusehen.

3. Gewerbefreundliche Mietpreispolitik

In Hinblick auf leerstehende Gewerbeimmobilien sollten seitens der Vermieter auch innovative Vermietungsmodelle in Betracht gezogen werden. Für viele Einzelhändler ist die monatlich zu zahlende Miete gerade bei einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld ein Kostenfaktor, der das Gelingen eines Gewerbes mit noch mehr Risiko behaftet. Gerade bei Immobilien in kommunaler Trägerschaft sollte daher erwogen werden, ob geringere Monatsmieten in der Startphase einer Geschäftsneuan siedlung nicht besser sind, als das Stadtbild prägender Leerstand.

4. Vielfalt der Wochenmärkte fördern

Wochenmärkte sind als regelmäßig wiederkehrende Ereignisse maßgebliche Faktoren, um eine Innenstadt zu beleben. Oftmals werden interessierte Händler aber durch zu hohe Standgebühren abgeschreckt, die sich aufgrund der erwartbaren Einnahmen für sie nicht lohnen. Weil sie deshalb den Märkten fern bleiben, leidet darunter die Attraktivität des gesamten Marktes und dessen Vielfalt. Diese Abwärtsspirale kann beispielsweise durchbrochen werden, indem die Kommunen die Standgebühren absenken. Die Wochenmärkte sollten weniger als Einnahmequelle einer Kommune, sondern vielmehr als Maßnahme zur Innenstadtbelebung angesehen werden. Zudem ist es unabdingbar, dass sich Kommunen aktiv in die Händlerakquise für ihre Wochenmärkte einbringen. Denn eine Zurschaustellung regional produzierter Verbrauchsgüter ist auch ein Aushängeschild für die Vielfalt des örtlichen Handwerks und der Produktionskultur.

Gleiches gilt für Stadtfeste und Weihnachtsmärkte, bei welchen in den letzten Jahren eine Verengung des Angebots auf Speisen und Getränke zu beobachten ist. Auch hier sind verstärkte Bemühungen der Kommunen und innovative Gebührenmodelle erforderlich, um den Be-

suchen wieder mehr regionale Produkte jenseits von Bratwurst, Bier und Glühwein offerieren zu können.

5. Bewahrung von Baudenkmalen

Immer wieder wird in den Städten über den Erhalt oder Abriss historischer Bausubstanz diskutiert. Zuletzt entzündete sich die Debatte in der Stadt Aue an dem geplanten Abriss stadtdenkmälerbedeutender Baudenkmale. Allerdings geht mit dem Abriss eines jeden Denkmals auch ein Stück Kulturerbe unserer Heimat verloren. Eine nachhaltige Stadtentwicklungspolitik muss daher auch innovative Lösungen für den Umgang mit Baukultur im Auge haben, ebenso bedarf es hier eines höheren Engagements der Bürgerschaft. In Chemnitz machen Bürgerinnen und Bürger vor, wie es gelingen kann, durch den Zusammenschluss zu einem „Stadtforum“ kreative Lösungsansätze für den Stadtbau in die Stadtentwicklungspolitik einzubringen. Sei es in Bezug auf Verkehrsplanung, Stadtplanung, Denkmalschutz oder Gewerbeansiedlungen. Die Bürgerschaft muss die Stadt als die ihre begreifen und sich aktiv in die Diskussion um deren Belange einsetzen.

6. Offenes WLAN

Eine flächendeckende Verfügbarkeit von Breitbandinternet ist heutzutage von Einheimischen wie Touristen eine selbstverständliche Anforderung an das alltägliche Leben. Ein offenes Datennetzwerk, auf welches man als Durchreisender auch auf Plätzen und in Cafés zugreifen kann, gehört in Großstädten mittlerweile zum Standard und gilt als Zeichen der Gastfreundschaft. Mit Stollberg hat dies vor zwei Jahren die erste Kommune im Landkreis vorgemacht. Diesem Beispiel sollten auch andere Städte folgen.

7. Zentrales und vielfältiges Einzelhandelsangebot

Ein zentrales und vielfältiges Einzelhandelsangebot ist das wesentlichste Element einer belebten Innenstadt. Eine attraktive und breite Geschäftslandschaft sorgt für eine höhere Kundenfrequenz.

Auch noch heute wird in einigen Städten über die Neuansiedlung von Einkaufszentren und Supermärkten diskutiert. Dabei dürfen die Belange einer nachhaltigen Stadtentwicklung aber nicht unberücksichtigt bleiben: Große Einkaufszentren an der Peripherie der Städte führen langfristig dazu, dass die Einzelhändler in den Innenstädten weniger frequentiert werden. Nur selten können sie einem solchen Verdrängungswettbewerb auf Dauer standhalten. Daher muss es Ziel der Stadtentwicklungspolitik sein, den Handel in die Innenstädte zurückzuholen, um dadurch die örtlichen Einzelhändler zu stärken.

8. Mobilität/ÖPNV

Eine gute Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr ist für jedes belebte Stadtzentrum eine Grundvoraussetzung. Die einfache Erreichbarkeit ist Voraussetzung dafür, dass sich Bürger für den Einkauf beim Einzelhändler im Zentrum, anstatt im Supermarkt entscheiden.

Die Lebensrealität in den erzgebirgischen Städten mit dem ländlich geprägten Umfeld - auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels, der Alterung unserer Gesellschaft - lässt sich derzeit ohne Individualverkehr mit Kraftfahrzeugen kaum denken und realisieren. In dieser Hinsicht gilt es den Umgang mit den öffentlichen Parkplätzen zu überdenken. Kostenlose Kurzzeitparkplätze sind an Stelle gebührenpflichtiger Parkplätze zu bevorzugen.

Die Fußgänger stellen mengenmäßig den größten Anteil der Stadtbesucher. Vielfach stehen aber dem Fußgänger nur noch Restflächen zur Verfügung. Ein komfortables und sicheres Wegenetz verbessert die Attraktivität der Innenstädte. Ebenso muss die Erreichbarkeit und Befahrbarkeit der Innenstädte mit dem Fahrrad und anderen Mobilitätshilfen gewährleistet werden, was auch eine ausreichende Verfügbarkeit von Fahrradparkplätzen bedeutet. In diesem Zusammenhang sollte auch über die Bereitstellung von Ladestationen für Elektrofahrzeuge nachgedacht werden.

9. Gastronomie stärken

Zu einer lebendigen Innenstadt gehört auch ein ausreichendes Angebot gastronomischer Einrichtungen. Dabei ist gerade diese Branche geprägt von einer hohen Zahl an Geschäftsaufgaben und Betreiberwechseln. Um dies zu verhindern, bedarf es einer Stärkung der örtlichen Kneipen- und Restaurantkultur. Allein von Touristen kann kaum ein Gastwirt leben.

Aufgabe der kommunalen Seite sollte es zudem sein, die Rast- und Erholungsmöglichkeiten im Zentrum insgesamt zu stärken.

10. Kulturelle Angebote ausbauen

Zu einer lebendigen Innenstadt gehört auch ein vielfältiges kulturelles Angebot. Dabei obliegt es nicht nur der Kommune, sondern auch Vereinen und Initiativen dafür zu sorgen, die Marktplätze der Region mit Leben zu füllen und zu einer Begegnungs- und Erlebnisstätte zu machen.

Zudem erweist es sich als sinnvoll, die Historie der Stadt für ihre Besucher erlebbar zu machen. Dafür, wie man Geschichte begehbar machen kann, ist die Stadt Schwarzenberg ein positives Beispiel.

Ebenso sollte mehr Engagement in vielfältige Ausstellungen und Kunstprojekte investiert werden, die den öffentlichen Raum bereichern und zur Begegnung anregen.

11. Standortmarketing

Zur Belebung der Innenstädte und des Einzelhandels sind ein selbstbewusster Auftritt und eine gemeinsame Vermarktungsstrategie der dortigen Akteure unabdingbar. Dazu gehört eine starke Vernetzung aller beteiligten Händler und Initiativen. Aber ebenso auch ein professionelles Standortmarketing, einschließlich gemeinsamer Werbeaktivitäten und einer umfänglichen Ausschilderung der Innenstädte. Auch die Einbeziehung technischer Innovationen, wie beispielsweise Info-Touchscreens, sollten als mögliche Marketinginstrumente Berücksichtigung finden.

12. Globales Prädikatsziel „Cittàslow – lebenswerte Stadt“

Um die Bemühungen für eine lebendige Innenstadt auch nach außen hin für Touristen zu verdeutlichen, kann es erstrebenswert sein, sich um entsprechende Prädikate zu bewerben. So vergibt beispielsweise das Netzwerk der Slow-City-Städte das weltweit anerkannte Prädikat „Cittàslow – lebenswerte Stadt“ an Kommunen mit max. 50 000 Einwohnern. Dahinter steht die globale Bewegung "Cittàslow" (langsame Stadt; ital. città = Stadt, engl. slow = langsam), die 1999 in Italien gegründet wurde. Inspiriert von der Philosophie einer Entschleunigung und Originalität im Zeitalter der Globalisierung und Vermassung liegen die Hauptziele in der Verbesserung der Lebensqualität, dem Aufwerten der einheimischen Erzeugnisse und dem Verhindern von Uniformität der Kleinstädte, in denen Großmärkte und Unternehmensketten das Stadtbild dominieren. Die Betonung von kultureller Vielfalt und eigenen, speziellen Werten der Stadt und ihres Umlandes sind ebenso zentrale Kriterien des Prädikats, wie Gastfreundschaft und nachhaltige Umweltpolitik, verbunden mit einer aktiven Bewusstseinsbildung der Bürgerinnen und Bürger der Stadt.

Für ein solch lebensfreundliches, regionaltypisches und gesundes Lebensumfeld erhalten die teilnehmenden Städte das besagte Cittàslow-Prädikat. Ein Beispiel dafür ist die 22 000 Einwohner zählende Baden-Württembergische Stadt Überlingen am Nordufer des Bodensees, die seit 2004 den begehrten Titel trägt.