

HS/ 23.07.10

# Innenstadt vor großen Herausforderungen

**HEILBRONN** Konkurrenzen im Handel haben sich drastisch gewandelt – Stimme-Forum zeigt auch Perspektiven auf

Von Franziska Feinäugle

Die Herausforderung für die Innenstädte sind gewaltig. Etwas ungemütlich klingt das Wort, in dem Experten und Aktive die Bedrohungen beschreiben, wenn sich die Heilbronner Innenstadt gegenüber sieht. „Kampf und Konkurrenz nehmen drastisch zu“, analysiert der Freiburger Stadtplaner und Innenstadtextperte Bernd Fahle am Mittwochabend beim Stimme-Forum in der Heilbronner Experimenta. Der rasante Wandel, dem der Handel unterliegt, „hat an Radikalität und Tempo zugenommen“.

Was diese allgemeine Entwicklung konkret für die Heilbronner Innenstadt bedeutet, skizziert Thomas Gauß, Vorsitzender der Händlervereinigung Stadtinitiative: „Die

*„Wenn wir kleiner werden, werden die anderen immer größer.“*

Thomas Gauß, Stadtinitiative

Situation ist nicht mehr vergleichbar wie vor einigen Jahren.“ Spielte sich früher der Wettbewerb noch zwischen Kollegen und einzelnen Händlern einer Stadt ab, so „konkurrieren wir heute in völlig anderen Dimensionen“: Nicht mehr innerhalb einer Stadt wird um Kundschaft gekämpft, ganze Regionen versuchen einander Kaufkraft abzuwerben.

**Bedrohung aus dem Umland** „Die Region rüstet auf“, warnt Gauß und listet auf, was für Einzelhandelszuwächse die nähere und weitere Umgebung Heilbronns verzeichnet: In Mannheim und Karlsruhe, in



Sorgenkind nördliche Innenstadt: Die Zahl der Passanten in der Sülmer City hat innerhalb weniger Jahre dramatisch abgenommen.

Foto: Dittmar Dirks

Schwäbisch Hall und Stuttgart entstanden jüngst oder entstehen in Kürze neue Handelsflächen, das Breuningerland Ludwigsburg will um 9800 Quadratmeter erweitern, das Fabrikverkaufszentrum Wertheim Village „wirbt ganz gezielt in Heilbronn“, und das umstrittene Factory-Outlet-Center Sinsheim, von dem heute niemand weiß, ob es kommen wird, „hängt wie ein Damoklesschwert über uns“.

Nicht nur aus dem Umland drohen Gefahren, so Gauß: „Wir haben die Probleme schon in der Stadt.“ Er zeigt einen Innenstadtplan, übersät von roten Punkten: 28 Leerstände.

Leerstände im Wollhaus, Leerstände wie das 600 Quadratmeter große ehemalige Textilhaus Buck, Leerstände wie Haushalt-Kachel. Hinzu kommen Frequenzrückgänge in der nördlichen Innenstadt, wie etwa jener, unter dem die Hafemarktpassage seit der Schließung von Drogeriemarkt Müller leidet: Von 40 Prozent ist hier die Rede.

**Antworten** Was tun? Die Antworten stehen im Masterplan Innenstadt, der Ende 2008 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. „Wir haben diesen Masterplan nicht aufgestellt und dann in die Schublade gelegt“, be-

tont Heilbronns Erste Bürgermeisterin Margarete Krug. Was aus dem umfassenden Papier bislang verwirklicht wurde, beschränkt sich allerdings auf eher kleine Erfolge wie Fahrradständer und Papierkörbe.

„Wenn man einmal eine Arbeit gemacht hat wie Ihren Masterplan, muss man daran anknüpfen – zeitnah“, legt Innenstadtextperte Bernd Fahle den Heilbronnern ans Herz. Im Ansatz, analysiert er, „haben Sie alles sehr gut hinbekommen. Das muss jetzt aber in einer hohen Schlagzahl abgearbeitet werden.“ Zu tun gibt es genug.

**Kommentar** „Bitte handeln“

## Hintergrund

### Heilbronns Marktgebiet

Der Heilbronner Handel ist auf Kundschaft aus der Region angewiesen: Rein rechnerisch muss ein Drittel der Umsätze mit Menschen von außerhalb gemacht werden. Gemäß dem Märkte- und Zentrenkonzept Heilbronn von 2004 reicht das erweiterte Einzugsgebiet des Heilbronner Einzelhandels im Süden bis Ludwigsburg, im Westen bis Sinsheim, im Nordosten bis Bad Mergentheim und im Osten bis Schwäbisch Hall. In diesem Marktgebiet leben 1,1 Millionen Menschen. ff

## Kommentar

In der Innenstadt geht es um komplexe Aufgaben. Man sollte den Mut haben, sie anzugehen.

Von Franziska Feinäugle

### Bitte handeln

In Heilbronn schlummern große Potenziale. In Heilbronn schlummert auch, so muss man vermuten, der Masterplan Innenstadt. Die vielleicht verblüffendste Erkenntnis beim Innenstadt-Forum am Mittwochabend war diese: Sämtliche Antworten auf die drängende Frage, was nun für die Innenstadt zu tun sei, gibt es bereits. Man kennt sie. Sie stehen schwarz auf weiß nachzulesen in einem Papier, das unter dem Namen Masterplan Innenstadt bereits vor eineinhalb Jahren der Öffentlichkeit vorgestellt worden ist.

Es sind große Ziele: City-Marketing bündeln, attraktivere Nutzung der Innenstadt voranbringen, qualitativ Wohnen in der Innenstadt fördern, um nur drei von sieben zu nennen. Aufgaben, die ebenso schwer zu greifen wie komplex sind.

Hat es deshalb den Anschein, dass das Einzige, was aus dem Masterplan bisher verwirklicht worden ist, Fahrradständer und einheitliche Papierkörbe sind, wie böse Zungen zusammenfassend analysieren? Widmet man sich bei der Stadtverwaltung lieber den kleinen, überschaubaren Aufgaben, weil es am Mut mangelt, die großen, komplexen anzugehen? Fragen, die sich angesichts der Lage aufdrängen.

Wer mit wachen Augen durch die Stadt geht, sieht andererseits, wie viel Gutes gerade im Werden ist, das Heilbronn attraktiver macht: Rund um die neue Experimenta sind einladende Stellen am Fluss entstanden, an der Harmonie wird die Kunsthalde gebaut. Entwicklungen, die Mut machen können, auch anderes Notwendige kreativ anzupacken.