

Lebhafte Diskussionen um das künftige Bild der Stadt

In vier Workshops sollte gestern Nachmittag im Rathaus über die Zukunft der Innenstadt im Allgemeinen und der Alleestraße im Besonderen geredet werden. So hatten es Stadtplaner Hans Gerd Sonnenschein und seine Mitarbeiter organisiert. Doch bei nur 25 Bürger/innen, die um 14 Uhr der Einladung gefolgt waren, machte – nach Impulsreferaten (Städtebau: Rolf Junker; Einzelhandel: Uwe Seidel/Sandra Emmerling; Verkehr: Frank Weiser; Immobilien- und Standortgemeinschaften: Frank Heinze) im Großen Sitzungssaal - nur eine Aufteilung in zwei Gruppen wirklich Sinn. In diesen wurde dann allerdings lebhaft und sachlich diskutiert. Dass dabei die Zielsetzung (Wunschvorstellung) nicht immer die gleiche war, machte es den Experten nicht einfach, gegen 18.30 Uhr ein Fazit zu ziehen.

„Das Verbraucherverhalten, die Veränderung der Angebotsformen und Investorenwünsche sind Auslöser eines fortdauernden Strukturwandels im Einzelhandel und damit der Innenstädte. Aktuell wirft vor allem der demografisch bedingte Schrumpfungsprozess in der Stadt Remscheid einen Schatten auf die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt. Neben den genannten Rahmenbedingungen haben Konzernentscheidungen in den letzten Jahren zu einer augenfälligen Fluktuation und zu Einzelhandelsleerständen beigetragen. Die Innenstadt ist das Aushängeschild Remscheids. Daher hat die Stadt in der Vergangenheit immer wieder gemeinsam mit den örtlichen Akteuren Planungen für die Innenstadt aufgestellt und Maßnahmen für die Steigerung der Attraktivität umgesetzt. Innenstadtentwicklung müssen wir also als eine ständige Aufgabe verstehen“, schreibt Oberbürgermeisterin Beate Wilding in dem Grußwort zu einer Broschüre, die gestern an alle Workshop-Teilnehmer verteilt wurde und die auf der Titelseite die Schlagworte „Innenstadtkonzept“, „Planungswerkstatt Innenstadt“ und „Offene Bürgerwerkstatt“ nennt. Hintergrund: Am 29. März hatte der Haupt- und Finanzausschuss auf der Grundlage eines Antrages (»Attraktives Einkaufen und Wohnen in der City«) die Verwaltung beauftragt, eine „integrierte und umsetzungsorientierte Konzeption für die Innenstadt“ zu erarbeiten, „die neben ... der künftigen Funktion der Innenstadt Aspekte der Gestaltqualität, des städtebaulichen Umfeldes, der verkehrlichen Anbindung und der Versorgung mit Grün- und Freiflächen berücksichtigen soll“. In diesem Zusammenhang, so Wilding, sei die Kooperation von Stadt, Immobilien- und Standortgemeinschaft, Marketingrat und Einzelhändlern „eine wichtige Voraussetzung einerseits für eine zielgerichtete Entwicklung auch des privaten Immobilienbestandes und andererseits für die Umsetzbarkeit von Maßnahmen“. Und am Anfang stehe das „Werkstattverfahren“, das den Beteiligten einen Überblick über die Situation in der Innenstadt und die bisherigen Planungen geben solle. Anschließend komme es darauf an, „alle sektoralen Teilplanungen und Vorschläge zu einer schlüssigen und umsetzbaren Gesamtkonzeption“ zusammenzuführen und mit den Beteiligten in einem weiteren Werkstattverfahren abzustimmen. „Die Mitwirkung und Teilhabe der Immobilieneigentümer, der Einzelhändler und sonstigen Gewerbetreibenden und der Bewohner soll dazu beitragen, dass die vorgeschlagenen Einzelprojekte und Maßnahmen künftig als gemeinsame Strategie angesehen werden“, heißt es in der Broschüre an anderer Stelle. Und der letzte Absatz des Grußwortes der OB deutet an, wohin die Reise gehen soll: „Der Strukturwandel der Stadt Remscheid, der sich in einem vielfältigen Schrumpfungsprozess ausdrückt, lässt bei abnehmender Dichte auch neue Freiräume in der Innenstadt entstehen.“

„In der Remscheider Innenstadt fehlen Grünflächen“, begann die Situationsbeschreibung von Stadtplaner Hans Gerd Sonnenschein. Die Wohnungsleerstände seien im unteren Bereich der Alleestraße größer als im oberen. Dies aber sei „logisch, weil im unteren auch mehr Wohnungen sind“. In Häusern, die moderne energetische Standards teilweise nicht erfüllen. Auffällig sei auch, dass sich die meisten Wohnungen eher im nördlichen als im südlichen Teil der Alleestraße befänden, also ohne den schönen weiten Blick bis in die Rheinebene. Anhand von Plänen zeigte Sonnenschein nicht nur die Leerstände im Einzelhandel (Quelle, Mein Platz, Sinn/Leffers, Schlecker, Betten Gebers) und bei den Wohnungen auf, sondern auch die kleinteiligen Eigentumsverhältnisse an der Alleestraße: „Wir werden mit vielen Eigentümern reden müssen, darunter auch mit auswärtigen Investmentgesellschaften, die mit Remscheid nicht viel im Sinn haben. Und einige davon sind auch noch pleite; da müssen wir dann mit Insolvenzverwaltern sprechen!“

„Im Handel müssen sich die Ärsche reiben“, zitierte Rolf Junker in seinem Vortrag den Kaufhaus-Magnaten Bruno Tietz. Auf die Geschäfte in der Remscheider Innenstadt bezogen bedeute dies: Ein Fußweg von 1.500 Metern vom entferntesten Ende des Alleecenters bis zum Markt sind einfach zuviel. Niemand, der am Rathaus parkt, geht für den letzten Einkauf bis zum anderen Ende der ‚Allee. Über 800 Meter geht nichts mehr!“ Hinzu komme, dass sich das Einkaufsverhalten gewandelt habe. Früher habe es überwiegend den Bedarfskauf gegeben („Loch in der Hose“), heute dagegen gebe es den Kauf aus Langeweile, Frust, Prestige und dem Wunsch, etwas zu erleben. Letzterer stehe inzwischen im Vordergrund. Und das gelte es bei den Planungen zu berücksichtigen. Der Handlungsbedarf sei unübersehbar: „Die privaten Gebäude an der Alleestraße haben ‚begrenzten Charme‘. Nun kann eine Stadt zwar nicht immer und überall schön sein; sie hat auch Ecken und Kanten, die zu Reibung und Widerspruch führen. Es kommt eben darauf an, dass das Hässliche das Schöne überstrahlt!“ Seine Empfehlung: „Der Einzelhandel muss sich räumlich am oberen Ende der ‚Allee‘ konzentrieren!“

Uwe Seidel und Sandra Emmerling erläuterten sodann – ruhig der eine, zu hastig leider die andere – dass Remscheid über zu viel Verkaufsfläche verfüge - angesichts einer rückläufigen Einwohnerzahl (auf 106.000 bis zum Jahr 2020) und eines veränderten Käuferverhaltens. Bundesweit entfielen derzeit von den 400 Milliarden Euro Umsatz des Einzelhandels 25 Milliarden auf den Online-Handel im Internet. In acht Jahren dürften es aber wohl schon 80 bis 100 Milliarden sein. Seidel: „Der örtliche Handel muss darauf reagieren und künftig zweigleisig fahren.“ (Einige Händler haben das bereits erkannt, so etwa Optiker Frank Berghoff mit seinen **Sportbrillen**). Ohne die 11.000 Quadratmeter Leerstände summiere sich die Verkaufsfläche in Remscheid derzeit auf 181.000 Quadratmeter (163.000 qm bis zur Eröffnung des Brücken-Centers am Bahnhof), davon 45.000 in der Innenstadt insgesamt und davon wiederum 20.000 auf das Allee-Center. Mit 190 Millionen Euro liege der Jahresumsatz des Einzelhandels in der Innenstadt noch über dem Bundesdurchschnitt (hohe Kaufkraft der Kunden). Aber „die Sogkraft des Einzelhandels muss in den nächsten Jahren größer werden, um die gegenwärtigen Umsätze halten zu können!“, betonte Sandra Emmerling. Das gelte in der Innenstadt speziell für den „Erlebnis- und Serviceeinkauf in den Bereichen Mode, Elektro und Haushalt“. Dabei komme es auf eine „nachhaltige Nutzung“ an. Die kurzfristige – mit schnellen Mieterwechseln – in den so genannten Ein-Euro-Shops könne den gewünschten Sogeffekt nicht erzielen.

Auf das Spannungsfeld von guter Erreichbarkeit und hoher Aufenthaltsqualität wies in seinem Vortrag Dr. Frank Weiser hin. Auf die Frage aus dem Plenum, was er von einer Öffnung der unteren Alleestraße für den Fahrzeugverkehr halte, fiel die Antwort verhalten aus: „Die positiven Wirkungen schätze ich eher zurückhaltend ein. Wenn, dann müsste die Straße auch städtebaulich angepasst werden. Eine ständige Umfahrung des unteren Brunnens auf der Straßenmitte ginge gar nicht!“

Frank Heinze, auch Berater der neuen **ISG Alleestraße e.V.** mit Jochen Rohr als Vorsitzenden und Ralf Wieber als Geschäftsführer (beide nahmen gestern teil), hatte sich für einen Lichtbildervortrag der abschreckenden Art entschieden, um so Werbung für die ISG („Gemeinsam Verantwortung für den Standort übernehmen!“) zu machen. Er zeigte nicht nur die „verschiedenen Generation von Sitzbänken und Mülleimern“, die ihm bei einem Gang über die Alleestraße aufgefallen waren, sondern auch die „hilflos wirkenden Versuche Einzelner, Baumscheiben zu begrünen“. Aufgefallen war ihm auch das „Campingvorzelt einer Imbissbude“ (Foto oben links), „zu große, zu laute Firmenschilder“ und das „aparte Ambiente von Stapelstühlen und leeren Obstkisten“ neben einem der beiden Pavillons auf der Alleestraße (Foto rechts) und eine Palette mit Toilettenpapier am Eingang eines anderen Geschäftes „mit Schaufenstern wie zu DDR-Zeiten; oder sollte es Retro-Look sein?“, wurde Heinze ironisch. Die Engelspassage: für ihn ein „schmaler Schlauch mit Licht am Ende des Tunnels“. Center-Managerin Sophie Dukat sprach er direkt an: „Der Schriftzug ‚Allee-Center‘ über dem Eingang reicht völlig. Der an der Säule des Brunnens ist des Guten zuviel!“

Apropos Pavillons. Sie wurden in einem der anschließend tagenden Workshops als „künstliche Teilung der Alleestraße“ bezeichnet, die aufgehoben werden müsse. Was nichts anderes hieß als „Abriss!“ Dahinter stand offenbar nicht nur die Idee, wieder einen freien Blick von einem Ende der Fußgängerzone bis zum anderen zu bekommen, sondern auch den Autofahrern die Fahrt auf dem unteren Teilstück zu erleichtern. In dieser Frage zeigte sich übrigens der Marketingrat Innenstadt neutral. Wenn überhaupt, dann käme eine Öffnung der „Allee“ nur in Verbindung mit einem neuen städtebaulichen Innenstadtkonzept in Frage. Konkret: Ließe sich der Bustunnel der Konrad-Adenauer-Straße nicht für den Gesamtverkehr öffnen, um diese Straße dann für die bessere äußere Erschließung der ‚Allee‘ nutzen zu können?

Eine zweigeteilte Alleestraße konnte sich gestern Jochen Rohr gut vorstellen. Oben der größere Einzelhandel mit den Markennamen, unten der kleinere mit Boutiquen und Gastronomen („Kiez-Charakter im positiven Sinne“). Zumal auch Stadtplaner Sonnenschein nicht daran denkt, die Erdgeschosse der Gebäude im unteren Teil der Straße könnten zu Wohnungen umgewandelt werden. Bernhard Grunau, lange Jahre Vorsitzender des Marketingrates, erinnerte das an eine Weihnachtswunschliste. Er blieb skeptisch: „Der Niedergang der Alleestraße hat mit der Eröffnung des Allee-Centers begonnen. Der Kaufmann geht da hin, wo er Geld verdienen kann.“ Und da habe dann der Markt keine großen Chancen mehr...