

24.03.2012

Innenstadt verliert an Attraktivität

Experte: Investitionsfonds soll in Schüttorf Anreize schaffen



ad Schüttorf. „Trends, Handlungsfelder und Instrumente“ hatte der Hamburger Diplom-Geograph Klaus Mensing von der Beratungsagentur „Convent Mensing“, seinen Vortrag bei der Mitgliederversammlung des Schüttorfer Marketingvereins Pluspunkt am Dienstag überschrieben. Anhand von Daten der Industrie- und Handelskammer (IHK) und eines dreistündigen Rundgangs durch die Schüttorfer Innenstadt zeigte Berater Mensing auf, an welchen Stellen er dringenden Handlungsbedarf für die Innenstadt sieht. Eingeladen waren zu diesem Vortrag auch die Stadtverwaltung, der Wirtschafts- und

Tourismusausschuss, der Vorstand des Vereins Wirtschaftsstandort Schüttorf, die Bad Bentheimer Interessengemeinschaft (BBI) und die Gildehauser Werbegemeinschaft.

„Sie haben eine schöne Stadt, aber...“, leitete Mensing mehrfach ein und sprach dann auch weniger schöne Aspekte an. Die Stadt habe sehr viele schöne Gebäude, die hinsichtlich des Erhaltungszustandes aber recht unterschiedlich seien. Dem öffentlichen Raum würde eine „Aufhübschung“ gut tun, die Ausschilderung der Parkplätze sei unzureichend und die Eingangssituationen zur Innenstadt teilweise wenig attraktiv und zudem nicht ausgeschildert. Laut Zahlen der IHK ist die Umsatzentwicklung rückläufig, die Altersstruktur der Kunden wird sich verändern und auch die Anzahl der inhabergeführten Einzelhandelsgeschäfte wird abnehmen, analysierte Mensing.

Da man Hauseigentümer nicht zur Pflege ihrer Objekte verpflichten könne, regte der Hamburger einen Investitionsfond an, der Anreize zur Unterhaltung schaffen solle. Für die Instandhaltung der öffentlichen Flächen und Möbel solle der Pluspunkt die Stadt in die Pflicht nehmen oder notfalls selbst aktiv werden. Stadtdirektor Manfred Windhaus versprach noch während der Veranstaltung eine zeitnahe Ausschilderung der Innenstadt und der Parkflächen „Am Kloster“. Den Anstrich der Innenstadtmöblierung gab Windhaus am nächsten Vormittag in Auftrag.

Erschrocken waren die Teilnehmer und Gäste angesichts der Umsatzentwicklung. Lag 2006 der Umsatz pro Einwohner noch bei 3531 Euro und die kalkulierte Kaufkraft bei 4738 Euro – 74 Prozent der Kaufkraft blieben also in Schüttorf –, so war er 2011 auf 55 Prozent (4745 Euro Kaufkraft zu 2627 Euro Umsatz pro Einwohner) zurück gegangen. Mensing nahm die sinkenden Umsätze bei gleichbleibender Kaufkraft als Indikator für die abnehmende Attraktivität der Schüttorfer Innenstadt. Die Gründe hierfür liegen aber nicht nur in der Innenstadt, sondern können auch im Internethandel, der Sparquote und vielen anderen Ursachen liegen.

Dem demographischen Wandel in Bezug auf die Kunden müsse man hinsichtlich des Angebots ebenso

Rechnung tragen wie der Entwicklung in Bezug auf die Fortführung von Geschäften. Man solle ein Bestandskataster für die Geschäfte anlegen und zusammen mit Hauseigentümern und Geschäftsleuten eine Strategie und ein Besitzmanagement entwickeln, um Leerständen entgegen zu wirken und um eine Konzentration der Geschäfte in Marktplatznähe zu erreichen. „Hängen Sie kleine Erfolge groß auf und machen Sie mehr Werbung für ihre Innenstadt“, empfahl der Diplom-Geograph.

„Wann fangen wir an?“, versuchte Lars Kirchmann vom Pluspunkt-Vorstand in der anschließenden Diskussion Druck zu machen. Neu waren die angeführten Defizite für das Gros der Anwesenden schließlich nicht, der Handlungsbedarf ist bekannt. In Bezug auf Besitzmanagement und den eher administrativen Aufgaben sieht sich der „Pluspunkt“ aber überfordert und die Wirtschaftsförderung der Stadtverwaltung in der Pflicht. Dennoch wird der Pluspunkt-Vorstand überlegen, Klaus Mensing als externen Berater hinzu zu ziehen, um mehr Dynamik in die Umsetzung der angesprochenen Punkte zu bekommen.