

City braucht mehr als Handel und Gastronomie

Strategien Ein sympathisches Image ist so wichtig wie der Erlebniswert, sagen Experten. Aber auch Behörden und andere Einrichtungen bringen Menschen ins Zentrum der Stadt. Und da hat Augsburg ein Problem

VON ALFRED SCHMIDT

Könnte in der Augsburger Innenstadt wieder alles so werden wie früher – trotz autofreundlicher Einkaufszentren draußen in den Gewerbegebieten und des Internets? Markus Hilpert von der Universität Augsburg warnt davor, sich dieser Illusion hinzugeben. Die Belebung des Stadtzentrums könne auf Dauer nicht nur durch Handel und Gastronomie erzielt werden. Es sei zu wenig Anreiz, um nur deshalb in die Stadt zu kommen. Die Konkurrenz „draußen“ ist groß.

Was wäre außer attraktiven Läden und angesagter Gastro also noch nötig? Unverwechselbare Erlebnisqualität, ein sympathisches Image und stark frequentierte Institutionen wie Polizei, Gericht oder Wirtschaftskammern, sagt der Experte für Stadtentwicklung, Standortmarketing und Freizeitforschung. Wenn solche Einrichtungen aus dem Zentrum verschwinden, wie in Augsburg der Fall, sinke automatisch die Besucherfrequenz. Dies spüre dann auch der Handel, dem Hilpert zur Kundengewinnung gemeinsame und regional abgestimmte Strategien und Konzepte empfiehlt.

Gemeinsames Handeln ist im Augsburger Handel eher noch die Ausnahme, weiß Ulrich Mayer vom Gewerbebeirat der Innenstadt. Es gebe noch zu viele Einzelkämpfer. Der Chef des Fachgeschäfts No 7 in der Steingasse wünscht sich mehr Abstimmung unter den Händlern bei den Maßnahmen, Kunden in die City zu locken. Dass der „Mobilo“, mit dem diese Parkplatzgebühren sparen, nicht funktioniert, das macht ihn richtig unglücklich. Er fragt sich, warum die Aktion vom Handel nicht stärker unterstützt wird. Vielleicht, weil Geschäften bei starker Kundennachfrage die Kosten zu hoch werden? Auch Wirt-



Mit einem großen Fest hat Augsburg auf sich aufmerksam gemacht. Eine lebendige Innenstadt braucht jedoch noch mehr als Läden und Cafés.

Foto: Anne Wall

schaftsreferentin Eva Weber (CSU) wünscht sich mehr gemeinsames Engagement vom Einzelhandel, der sich einem weiteren Veränderungsprozess zu stellen habe. Beim Mobilo stimmt sie Ulrich Mayer zu. Er sei eine gute Sache, meinte sie am Mittwochabend bei einem vom stellvertretenden AZ-Chefredakteur Jürgen Marks moderierten Podiumsgespräch im Augsburger Presseclub.

Dass sich ein gemeinsames Handeln lohnen kann, hat laut Weber das Cityfest am vorigen Sonntag ge-

zeigt. Trotz schlechten Wetters kamen viele Besucher aus dem Umland in die Stadt, die nach dem Innenstadttumbau mit der Kampagne „Und jetzt kommst Du“ wirbt. Vor Parkhäusern habe es Warteschlangen gegeben. Das kommt nicht so häufig vor. Und wenn, dann meist nur an den Samstagen vor Weihnachten.

Die bequeme Erreichbarkeit der City dürfe auf gar keinen Fall unterschätzt werden, sagt der Wissenschaftler Markus Hilpert. „Im

Stadtzentrum zählen da besonders die letzten 200, 300 Meter.“ Deshalb arbeitet die Stadt auch an einem neuen, modernen Parkleitsystem, versichert Wirtschaftsreferentin Weber. Dem Wunsch von Ladenbesitzer Mayer, am besten direkt unterm Rathausplatz eine große städtische Tiefgarage zu bauen, räumt sie aber keine Chancen auf Verwirklichung ein. Viele kostengünstige Parkplätze kann die City-Galerie am Rand der Altstadt bieten. Gerade bei Besuchern aus dem Umland sind

sie sehr beliebt. Bleibt die City-Galerie der große Konkurrent des Innenstadthandels und ihre Ansiedlung der große Sündenfall der Politik? Händler Mayer winkt ab und sagt: „Das Einkaufszentrum gehört zur Attraktivität der Innenstadt. Wenn es hier nicht gebaut worden wäre, stünde es jetzt am Stadtrand oder im nahen Umland.“ Wichtig ist ihm aber auch festzustellen: „Im Handel machen vor allem inhabergeführte Geschäfte den Reiz aus. Sie gilt es zu erhalten.“