

## Zeichen setzen! Aufwertung innerstädtischer Geschäftsbereiche

von Dipl.-Geogr. Stefan Wolf, GMA

**Häufiger stellt die GMA bei ihrer Tätigkeit Defizite im Außenauftritt innerstädtischer Geschäftsbereiche fest. Anhand von drei Beispielen wird aufgezeigt, wie man diesen Mängeln mit gestalterischen Maßnahmen im öffentlichen Raum begegnen kann.**

Nicht nur fehlendes Angebot kann innerstädtischen Geschäftslagen das Leben schwermachen, auch „Wahrnehmungsdefizite“ tragen vielerorts ihren Teil dazu bei. Dieser Begriff beschreibt nichts anderes als einen Zustand, bei dem Umfang und Qualität des vorhandenen Angebots an Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen von den Konsumenten nicht angemessen registriert werden. Als Folge suchen diese häufig konkurrierende Versorgungsstandorte auf. Die Symptome in den betroffenen Lagen sind dagegen ein geringer und ggf. weiter rückläufiger Passantenstrom und, damit verbunden, auch schwache Umsätze bei Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben.

Auch wenn das Problem schnell beschrieben ist, muss eine Lösung

mehrstufig aussehen: der unzureichenden Wahrnehmung kann durch Werbemaßnahmen begegnet werden, die den Blick der potenziellen Kundschaft gezielt auf die Innenstadt oder einzelne Teilbereiche lenken – das sind die wesentlichen Aufgaben. Veranstaltungen und Anzeigen in der Lokalpresse sind daher nur ein Mittel, ein anderes großes Potenzial bleibt oft ungenutzt; der öffentliche Raum bietet vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten für die Standortwerbung im Stadtbild.

Nachfolgend werden einige Maßnahmen, die auf eine Steigerung der Wahrnehmung abzielen, vorgestellt. Und wenngleich es sich dabei nicht um grundlegend neue Ansätze handelt, so überzeugen sie durch eine gelungene Umsetzung bei gleichzeitig relativ geringem Aufwand.

### Inhalt

Zeichen setzen! Aufwertung innerstädtischer Geschäftsbereiche . . . . .	1
Stadt-(statt) Gestaltung . . . . .	4
Werkstattbericht Bad Goisern . . . . .	5
Einzelhandelskonzept Oberhausen . . . . .	6
Einzelhandel: Agglomerationsüberlegungen auf der Planungsebene . . . . .	9
Erfordernisse einer integrierten Baulandentwicklung . . . . .	10
Mobilität erhalten! . . . . .	12
In letzter Minute . . . . .	12



Innenstadt von Dublin und Werbebanner in der Henry Street



Foto: GMA



Altstadt von Genua und Leitsystem

Fotos: GMA

### Dublin – eine Innenstadt zeigt Flage(n)

Konkurrenz durch Einkaufszentren in dezentralen Standortlagen, „Trading-down“-Tendenzen in den Nebenlagen, zu weit ausgedehnte Einkaufsbereiche und ein schwacher Anblick der Innenstadt. Was wie die typische Problembeschreibung einer deutschen Innenstadt klingt, trifft in exakt derselben Weise auch auf Dublins Haupteinkaufslagen Henry Street und Mary Street zu. Insbesondere dem Aspekt Wahrnehmung kommt dabei in Irlands Hauptstadt eine besondere Bedeutung zu. So sind die nördlich des River Liffey gelegenen Stadtbereiche, in denen sich auch Henry Street und Mary Street befinden, den Bewohnern der „Southside“ generell suspekt und werden nach Möglichkeit gemieden.

Doch von Resignation angesichts dieser Ausgangslage keine Spur. Eine umfassende Werbekampagne der „Dublin City Business Association“ vermittelt Stärken und Alleinstellungsmerkmale von Henry Street und Mary Street. Als Kommunikationsmedium wird dabei neben TV-Werbepots auf Banner an Fahnenmasten direkt in den Haupteinkaufsbereichen gesetzt. Zu lesen sind dort diverse „claims“, die sowohl das Angebot als auch die Rahmenbedingungen thematisieren, beispielsweise:

- “Henry Street ... Mary Street – has it all, the a-z shopping”
- “Henry Street, Mary Street – for choice, atmosphere, accessibility and much more”
- “10,000 places to park your car”.

Hohe Ansprüche also, wenngleich insbesondere die Hinweise auf Erreichbarkeit und Parkplatzsituation in Anbetracht der realen Gegebenheiten vielfach Verwunderung hervorrufen dürften. Auch auf die gastronomische Komponente wird Bezug genommen („your favourite coffee“), während die Feststellung „There is only one city centre“ mutmaßlich auf eine Solidarisierung der Kundschaft mit der Innenstadt im Kampf gegen die dezentral gelegenen Einkaufszentren abzielt.

Verbunden sind die lobenden Worte über Dublins Haupteinkaufslagen übrigens mit einer Aufforderung: „Dublin – make the city yours.“ Vermittelt werden soll also schlussendlich nicht nur die reine Konsumfreude, sondern die Wahrnehmung der Innenstadt als Gesamterlebnis.

### Genua – Partizipation durch Leitsystem

Durch die engen und verwinkelten Gassen der Altstadt von Genua bewe-

gen sich Jahr für Jahr Heerscharen von Touristen; dabei stellt für manchen schon das Auffinden der touristischen Highlights eine Herausforderung dar.

Doch auch abseits der Hauptattraktionen gelegene Handelseinrichtungen und Gastronomiebetriebe sollen an der touristischen Kaufkraft partizipieren können. Hierzu ist es zunächst erforderlich, bei den Passanten eine Wahrnehmung für diese Nebenlagen zu erzeugen und gleichzeitig Interesse zu wecken. Zu diesem Zweck wurde ein modernes Beschilderungssystem installiert. Übersichtlich, eindeutig, zweisprachig und bebildert – das sind die wesentlichen Eigenschaften, die dabei verwirklicht wurden:

- die einzelnen Themenbereiche sind vertikal klar voneinander getrennt; die schwarze Beschriftung auf weißem Hintergrund bietet dabei auch in den dunklen Gassen ausreichend Kontrast
- kräftige farbige Pfeile sorgen für klare Richtungsangaben und minimieren den Deutungsspielraum
- eine englische Übersetzung erleichtert dem internationalen Publikum die Orientierung
- kleine fotografische Abbildungen füllen die Begriffe mit Leben und wecken zusätzliches Interesse.



Stadthafen von Ueckermünde und Eingangsbereich zur Altstadt

Fotos: GMA

Um den Informationsgehalt pro Schildermast in Grenzen zu halten, ist das System vom eigentlichen Tourismussteilsystem abgekoppelt. Während schwarz-weiß gestaltete Beschilderung zu Genuas touristischen Sehenswürdigkeiten führt, sind die farbigen Wegweiser Gastronomie und Handel vorbehalten.

Neben der Gestaltung ist übrigens auch die Auswahl der Standorte bemerkenswert. So zeigt die Mehrzahl der Pfeile immer in eine Richtung und schickt die Besucher auf eine Art Rundgang. Mit umständlicher Wegeführung und damit längerer Verweildauer steigen schließlich auch die Chancen auf zusätzlichen Umsatz bei Handel und Gastronomie.

**Ueckermünde – Eingangsbereiche als Visitenkarte**

Dublin, Genua ... Ueckermünde? Wenngleich die im äußersten Nordosten Deutschlands am Stettiner Haff gelegene Stadt mit ihren 10.400 Einwohnern den beiden vorangegangenen in Sachen Größe nicht das Wasser reichen kann, findet sich auch hier ein bemerkenswerter gestalterischer Ansatz zur besseren Wahrnehmung der Innenstadt.

An den Eingangsbereichen entstehen bei Besuchern der erste und der letzte Eindruck einer Innenstadt. Daher kommt ihnen eine besondere Bedeutung zu, auch weil bei fehlender

Gestaltung oder gar städtebaulichen Defiziten eben auch negative Assoziationen hervorgerufen werden können. Nicht umsonst spricht man im Zusammenhang mit Eingangsbereichen – ob von Gebäuden, Geschäften, Stadteingängen oder Einkaufslagen – häufig von einer „Visitenkarte“.

Die Notwendigkeit zur Kennzeichnung des „Entrees“ ist vor diesem Hintergrund auch vielerorts bereits seit langem als Thema präsent. Häufig scheitern die Ambitionen der beteiligten Akteure jedoch – neben der üblichen Finanzierungsproblematik – an utopischen Vorstellungen, nach denen nur Maßnahmen mit größtmöglichem Aufwand den Ansprüchen an die Gestaltung der eigenen Innenstadt gerecht werden.

Der Ueckermünder Ansatz zeichnet sich hingegen gerade durch seine Einfachheit und das harmonische Zusammenspiel verschiedener Gestaltungselemente aus:

- zwei Fahnenmasten tragen einen Banner, auf dem die historische Altstadt thematisiert wird und das Stadtmaskottchen „Ueckerich“ die Gäste persönlich begrüßt
- die Torwirkung wird durch gemauerte Elemente unterstützt, die aber schlank genug sind, um nicht abweisend zu wirken
- der Bodenbelag wechselt; gleichzeitig ist die Niveaugleichheit zwischen

Fahrbahn und Gehwegen dem Bereich innerhalb der Innenstadt vorbehalten

- moderne Straßenlaternen flankieren den Bereich, um die Wirkung in den Abendstunden zu unterstützen.

Wenngleich durch die Verwendung eines aufgespannten Banners ein leicht provisorischer Charakter entsteht, bietet dies doch gleichzeitig auch einen großen Vorteil. So ist ein unkomplizierter Wechsel des Werbeträgers gewährleistet, jahreszeit- oder veranstaltungsbezogene Themenbanner lassen sich schnell anbringen. Dadurch kann auch bei der Stammkundschaft regelmäßig neues Interesse an der eigenen Innenstadt erweckt werden.

IMPRESSUM

Fakten – Analysen – Trends zu Gewerbe- und Stadtentwicklung  
 Herausgeber: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hohenzollernstraße 14, 71638 Ludwigsburg  
 Telefon: 071 41/93 60-0  
 Telefax: 071 41/93 60-10  
 e-Mail: info@gma.biz  
 Internet: http://www.gma.biz  
 ISSN 1610-4714  
 Schriftleitung: Dr. Stefan Holl  
 Gesamtverantwortung: Dr. Manfred Bauer  
 Dr. Stefan Holl  
 Druck: Ungeheuer + Ulmer, Ludwigsburg



## Stadt-(statt) Gestaltung

### Blumen pflanzen! Grün- und Pflanzenschmuck als Profilierungselement der Innenstädte



Die viel beklagte „Unwirtlichkeit“ unserer Städte und Gemeinden hat Ursachen: Zu nennen sind die kriegsbedingte Vernichtung historischer Gebäude bzw. des Stadtgrundrisses und der daraus resultierende Verlust der Maßstäblichkeit, die Zerstörung der städtebaulichen Identität durch die Abriss-Euphorie der Wiederaufbauphase der 1960er und 1970er Jahre, aber auch der Mangel an städtebaulicher Sensibilität von Bauherren und Planern bei der Neu- oder Umgestaltung innerstädtischer Gebäude, Straßen und Plätze.

Die städtebaulichen Sünden aus der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts können in unseren Innenstädten/Ortskernen nicht kurzfristig ausgeglichen werden, da Wohn-/Geschäftsgebäude statistisch betrachtet durchschnittlich mehr als hundert Jahre überdauern. Stadtbildmängel

können jedoch teilweise mit einfachen Mitteln der Grüngestaltung kompensiert werden. Als Maßnahmen einer milieuverbessernden Grüngestaltung für städtische Erlebnisräume können folgende Elemente eingesetzt werden:

- **Baumpflanzungen** zur Gliederung und Auflockerung von Straßen/Plätzen (Alleen, Bauminseln, Baumtore, Solitäräume) und zur Verbesserung des Kleinklimas
- **Pflanzbeete/-inseln** zur Gestaltung von Trennbereichen zwischen der Fahrbahn und der Fußgängerfläche und zur Platzgestaltung (Ruhezonen)
- **Fassadenbegrünung** zur Aufwertung von Gebäuden, Baulücken etc.
- **Blumenschmuck** in Beeten, Pflanzkübeln, -töpfen, -kästen (an Fassaden, vor Haus- und Ladeneingängen, in Hofeinfahrten etc.).

Auch wenn die Wirkung der Begrünung bzw. des Blumenschmucks in

der Regel auf die Vegetationsphase beschränkt ist, zeigt sie positive Wirkung auf das Stadtbild und die Verweilqualität der Innenstädte und Ortskerne.

Eine beispielhafte Initiative wird in Frankreich seit vielen Jahren mit großem Erfolg praktiziert: Der landesweite **Wettbewerb „Ville fleurie“** hat zur Teilnahme vieler Städte und Gemeinden am Wettbewerb um die begehrte Prämierung der Kommunen mit dem schönsten Blumenschmuck geführt.

Unser Fazit: Dem französischen Beispiel sollten noch mehr Städte und Gemeinden in Deutschland folgen, um die Stadt- und Ortskerne als „gute Stube“ zu profilieren, getreu dem bekannten Floristenmotto: „Lasst Blumen sprechen.“ Diese Sprache versteht auch jeder ausländische Besucher und Gast der Innenstädte!



von Dipl.-Ing. Peter U. Berger, GMA-Büro Köln, Quellen: GMA

# Werkstattbericht Bad Goisern am Hallstättersee

Von Dr. Matthias Zürker, GMA

Die GMA setzt ihre langjährigen Aktivitäten in Österreich mit einer Untersuchung in Bad Goisern am Hallstättersee fort. Dort führt sie im Auftrag der Marktgemeinde und eines privaten Investors eine wirtschaftlich-städtebauliche Potenzialuntersuchung mit begleitendem Arbeitskreis zur Entwicklung der Ortsmitte der Marktgemeinde durch. Das traditionelle Straßendorf befindet sich gegenwärtig im Umbruch. Ihm bietet sich aufgrund geänderter verkehrlicher Rahmenbedingungen die große Chance, eine neue, durch Einzelhandel geprägte Ortsmitte zu entwickeln.



Stephaneum und Kirche Bad Goiserns



Marktplatz und Eingang zur unteren Marktstraße

Quelle: GMA

Die Marktgemeinde Bad Goisern am Hallstättersee liegt im Inneren Salzkammergut im Bundesland Oberösterreich (Bezirk Gmunden). In den mehr als 30 Ortsteilen der Marktgemeinde leben ca. 7.600 Einwohner. Der Großteil der Bevölkerung konzentriert sich auf den im Tal liegenden Hauptort Goisern. Prägend für die Goiserer Wirtschaft ist das Wasserkraftwerk an der Traun, das einen Hauptarbeitgeber der Marktgemeinde darstellt. Daneben prägt besonders der Bildungsbereich mit seinen sieben öffentlichen und privaten Einrichtungen die Marktgemeinde. 2008 war Bad Goisern am Hallstättersee Standort der Landesausstellung des Bundeslandes Oberösterreich.

Der Hauptort Goisern ist, aufgrund der Lage im Tal, ein sich in nord-südlicher Ausrichtung erstreckendes traditionelles Straßendorf entlang der unteren und oberen Marktstraße. Die westliche Grenze des Hauptorts bildet die Traun; im Osten grenzt der Ort an die Bundesstraße B 145, die ihm eine gute überregionale Anbindung einbringt. Das Straßendorf bestimmt auch die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Bad

Goisern am Hallstättersee. So bildet die untere Marktstraße den traditionellen Einzelhandelsschwerpunkt des Hauptortes. Eine wie in anderen Gemeinden dieser Größe gewachsene Ortsmitte mit einem dichten Einzelhandelsbesatz konnte sich nicht entwickeln. Hingegen haben sich in der jüngeren Vergangenheit Anbieter des Lebensmittel- und Drogerie-einzelhandels an der Bundesstraße angesiedelt.

Im Zuge der Landesausstellung wurde nicht nur der Marktplatz der Gemeinde städtebaulich aufgewertet und hinsichtlich der Verkehrsführung optimiert, sondern es entstand auch eine neue Ortseinfahrt, die direkt in die Ortsmitte zum am Marktplatz gelegenen Gebäude der Landesausstellung führt. Hierdurch eröffnen sich für die allgemeine und besonders die Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde völlig neue Perspektiven. Zum ersten Mal in der langen Geschichte der Gemeinde besteht die Chance, eine echte Ortsmitte mit Einzelhandelsangeboten zu etablieren. In dieser Hinsicht diskutiert die Marktgemeinde gegenwärtig die in Kooperation mit

einem privaten Investor geplante Errichtung eines Wohn- und Geschäftshauses an einem direkt an die Ortsmitte angrenzenden Standort, der unmittelbar an die neue Ortseinfahrt angebunden ist und über eine Fußwegeverbindung zum Marktplatz verfügt.

Aufgabe der GMA ist in diesem Prozess der Ortsentwicklung die Durchführung einer wirtschaftlich-städtebaulichen Potenzialuntersuchung der Ortsmitte von Bad Goisern am Hallstättersee. Hauptgegenstand der Untersuchung ist dabei zum einen das Aufzeigen der Stärken und Schwächen des Ortsbildes/der Ortsgestalt durch eine Ortsbildanalyse und das darauf aufbauende Erarbeiten von Verbesserungsmöglichkeiten. Im Einzelnen werden Aussagen zur verkehrlichen Situation hinsichtlich des fließenden und ruhenden Verkehrs, zur stadträumlichen Qualität (u. a. Ortseingänge, Raumkanten, Aufenthaltsqualität und Möblierung des öffentlichen Raumes) und zur Gestaltung der Geschäftshäuser getätigt. Zum anderen werden im wirtschaftlichen und primär handelsorientierten Teil der Untersuchung der neue Stand-

ort in der Ortsmitte bewertet und potenzielle Einzelhandelsnutzungen vorgeschlagen und hinsichtlich der Machbarkeit diskutiert. In diesem Zusammenhang wurde eine Erhebung des kompletten Einzelhandelsbestands der Marktgemeinde durchgeführt und das Angebot hinsichtlich Stärken und Potenzialen bewertet. Zusätzlich zu diesen Bausteinen der Untersuchung entwickelt ein von der GMA moderierter Arbeitskreis aus Vertretern des Einzelhandels und der

Marktgemeinde einen Masterplan zur Ortsentwicklung von Bad Goisern am Hallstättersee. Ziel dieses Masterplans ist besonders die Etablierung einer echten Ortsmitte von Bad Goisern und dessen Verzahnung mit den etablierten Einzelhandelslagen der Marktgemeinde.

Die Untersuchung befindet sich derzeit in der Startphase. Neben der Erhebung des Einzelhandels wurde von den GMA-Mitarbeitern auch

die städtebauliche Situation vor Ort in Augenschein genommen sowie eine Vor-Ort-Begehung des Standortes des neuen Wohn- und Geschäftshauses durchgeführt. Darüber hinaus wurden in einer einführenden Sitzung des Arbeitskreises der weitere Fortgang der Untersuchung festgelegt und die nächsten Schritte zur Erarbeitung des Masterplans im Arbeitskreis geplant. Über den weiteren Fortgang des Projekts wird die GMA wieder berichten.

## Einzelhandelskonzept Oberhausen

von Dipl.-Geogr. Birgitt Wachs, Dipl.-Geogr. Stephan Köhler, GMA-Büro Köln

Die GMA hat 2007 für die Stadt Oberhausen das kommunale Einzelhandelskonzept erarbeitet. Die Ergebnisse des Gutachtens werden als Grundlage für ein Stadtentwicklungskonzept sowie die Bebauungspläne dienen und zudem als Beitrag Oberhausens für die Erstellung des regionalen Flächennutzungsplanes der Städteregion Ruhr (Bochum, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Mülheim a. d. R. und Oberhausen) herangezogen. Im Mai 2008 wurde auf Grundlage des GMA-Gutachtens das Einzelhandelskonzept vom Rat der Stadt Oberhausen beschlossen.

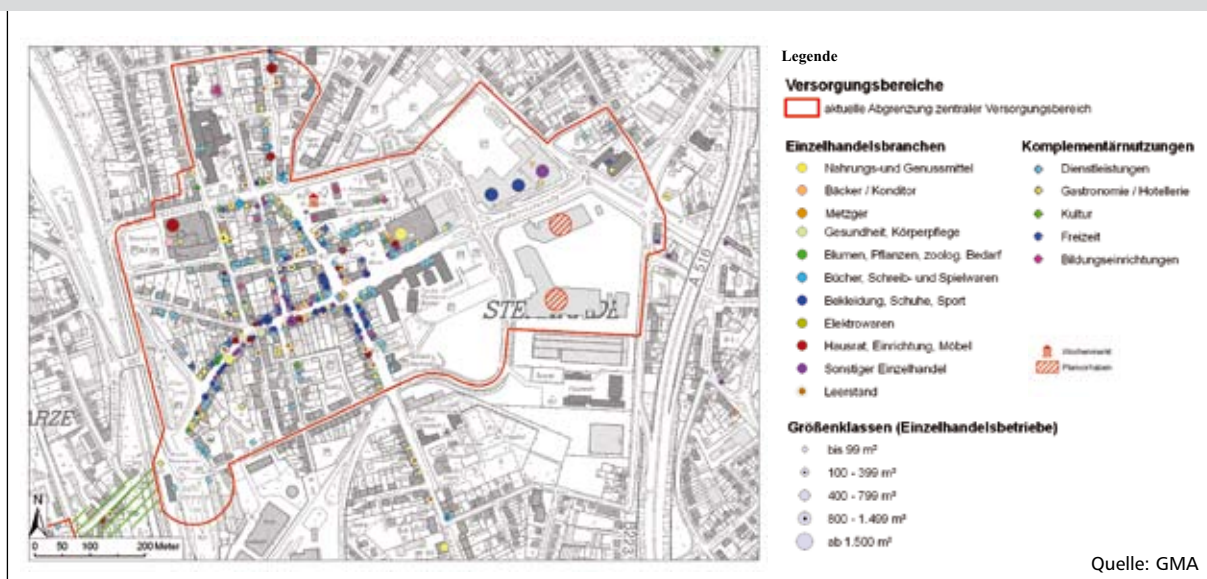
Die im Ruhrgebiet gelegene Stadt Oberhausen (ca. 219.000 Einwohner) ist in der landesplanerischen Hierarchie als Mittelzentrum ausgewiesen. In diesem polyzentrischen und stark verdichteten Raum steht Oberhausen als Einzelhandelsstandort in starker Konkurrenz zu den benachbarten Oberzentren Duisburg und Essen sowie zu den unmittelbar angrenzenden

Mittelzentren Mülheim a. d. R. und Bottrop. Die heutige Stadt Oberhausen entstand 1929 durch den Zusammenschluss der bis dahin selbstständigen Städte Oberhausen, Sterkrade und Osterfeld, was sich auch in dem differenzierten Netz von Einzelhandelslagen ausdrückt. Insbesondere ist auf die „Neue Mitte Oberhausen“ mit dem Einkaufszentrum Centro als regi-

onal bedeutsame Einkaufsdestination hinzuweisen.

Im Hinblick auf eine planmäßige zukünftige Einzelhandelssteuerung sowie vor dem Hintergrund der Versorgungsstrukturen in Oberhausen, der Konkurrenzbeziehungen in der Region sowie der gesetzlichen Neuregelungen zur Bewertung von

Abb. 1: Hauptzentrum Sterkrade





**Abb. 2: Steuerungsschema zur Einzelhandelsentwicklung**

Ansiedlung von Einzelhandel in ... mit ...	Hauptzentrum	Nebenzentrum	Nahversorgungszentrum	Lage im Siedlungszusammenhang	Gewerbegebiet	
nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	○	○	✗	✗
	nicht großflächig	✓	✓	✓	○	○
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	○	✗	✗	✗
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✗	○
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	✗	✗	○
	nicht großflächig	✓	✓	✓	○	○
Anmerkung	räumliche Konzentration auf bereits heute durch Einzelhandel geprägte Bereiche	räumliche Konzentration auf bereits heute durch Einzelhandel geprägte Bereiche				

\* d. h. mit möglichen Auswirkungen in Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.  
 ✓ Ansiedlung möglich  
 ✗ Ansiedlung nicht empfohlen  
 ○ Einzelfallprüfung erforderlich bzw. Prämissen zu beachten (siehe Ausführungen S. 66 ff)

GMA-Zusammenstellung

Einzelhandelsansiedlungen (Novellierung BauGB, Einführung § 24 a LEPro) ergab sich für die Stadt Oberhausen die Notwendigkeit zur Erstellung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes. Das von der GMA hierzu erstellte Gutachten enthält im Wesentlichen folgende Bestandteile:

- Bestandsanalyse/-bewertung
- Sortimentskonzept
- Standortkonzept
- Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

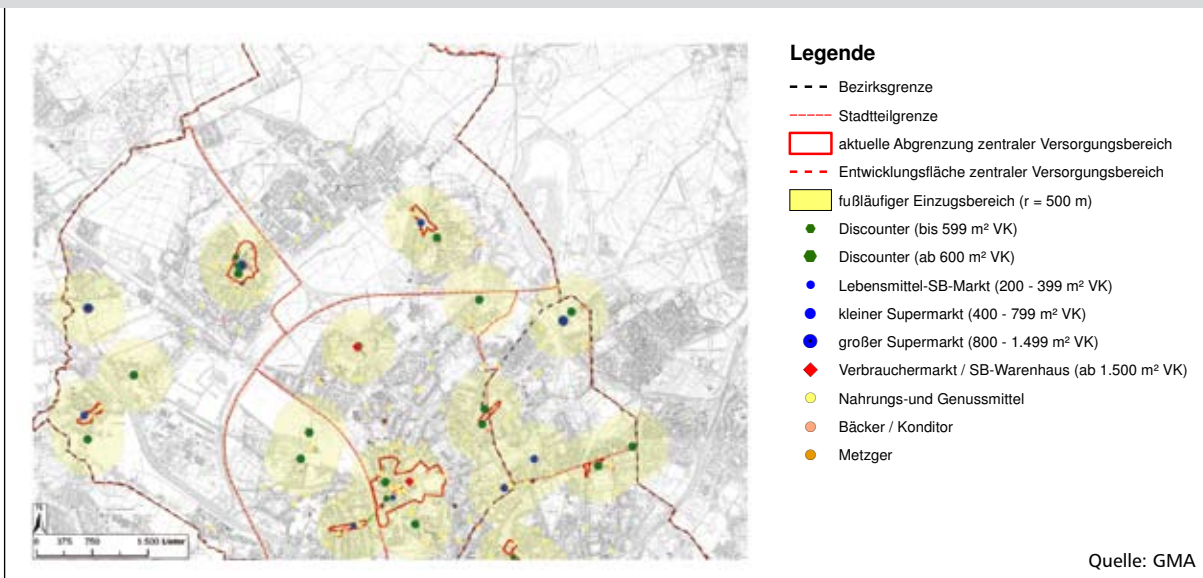
- Nahversorgungskonzept
- Fachtagung

**Bestandsanalyse**

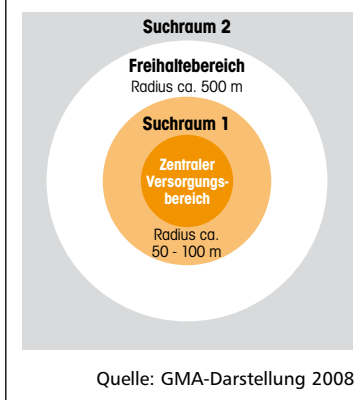
Im Rahmen der Bestandsanalyse wurde durch eine Vor-Ort-Begehung des gesamten Stadtgebietes eine vollständige Primärerfassung des Einzelhandels durchgeführt. Die so gewonnenen Daten zum Einzelhandelsbestand wurden einer Bewertung unterzogen, bei der sowohl räumliche Aspekte (z. B. Einzelhandel nach Lagekategorien) als auch quantitative (z. B. Verkaufs-

fläche nach Branchen, Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner) und qualitative Gesichtspunkte (z. B. Leistungsfähigkeit der Betriebe, Versorgungsbedeutung, Leerstände) berücksichtigt wurden. Neben dem Einzelhandel wurden – zur Definition und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche – auch die sog. Komplementärnutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie/Hotellerie, Kultur, Freizeit, Bildung) erfasst. Ergänzend wurde eine persönliche Einzelhandelsbefragung in Oberhausen durchgeführt, um so die

**Abb. 3: Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel in Oberhausen (Auszug)**



**Abb. 4: Prinzipskizze zur Steuerung der Nahversorgung**



gutachterlichen Einschätzungen (z. B. Umsatzleistung) zu untermauern und ein Meinungsbild des Oberhausener Einzelhandels abzufragen.

#### GIS-gestützte Auswertung

Zur Veranschaulichung der räumlichen Verteilung der Nutzungen sowie zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgte eine kartographische Darstellung der Einzelhandels- und Komplementärnutzungen mittels eines Geographischen Informationssystems (GIS).

#### Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept definiert die zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient als Grundlage für die sortiments- und standortbezogenen Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung. Die Sortimentsliste beachtet neben den in der Anlage zu §24a LEPro genannten zentrenrelevanten Leitsortimenten sowohl die aktuelle räumliche Verteilung des Einzelhandels in Oberhausen als auch die städtebaulichen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes. Die Sortimentsliste ist daher an die lokale Situation angepasst und somit stadtspezifisch.

#### Standortkonzept

Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgte die Einordnung der bestehenden Einkaufslagen Oberhausens in eine Zentren- und Standortstruktur. In diesem Zusammenhang wurden auf Basis der Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe und der Komplementärnutzungen sowie einer

Erfassung der städtebaulichen Gegebenheiten vor Ort – in enger Abstimmung mit der Stadt Oberhausen – die sog. zentralen Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt. Die Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren übernehmen aufgrund ihres Angebotsspektrums und ihrer Nutzungsmischung unterschiedliche, jedoch wichtige Versorgungsfunktionen, so dass sie als schutzwürdige zentrale Versorgungsbereiche i. S. des Baugesetzbuches einzustufen sind. Die sonstigen Lagen (Lagen im Siedlungszusammenhang, Gewerbegebiete) genießen nach dem Baugesetzbuch nicht den Schutz, den zentrale Versorgungsbereiche beanspruchen.

#### Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung wurden auf Grundlage der o. g. Zentren- und Standortstruktur Oberhausens sowie des Sortimentskonzeptes standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben empfohlen. Diese wurden in einer Steuerungsmatrix dargestellt.

#### Nahversorgungskonzept

Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes wurde die Versorgungssituation im Lebensmittelsektor analysiert und bewertet. U. a. wurden hierfür GIS-gestützt fußläufige Einzugsgebiete (500-m-Radius) der wesentlichen Lebensmittelanbieter definiert, um so unterversorgte Räume zu identifizieren. Auch erfolgte eine quantitative und qualitative Bewertung der Versorgungssituation in den Stadträumen Oberhausens. Darauf aufbauend wurden Handlungsnotwendigkeiten und -möglichkeiten zur Sicherung und Verbesserung der Nahversorgung aufgezeigt.

Für Ansiedlungsvorhaben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (bis zur Grenze der Großflächigkeit) in Lagen im Siedlungszusammenhang wird folgendes Bewertungsschema vorgeschlagen, welches sowohl der Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche als auch dem Ausbau der wohnortnahen Versorgung gerecht wird:

- **Suchraum 1:** ca. 50 –100 m um den zentralen Versorgungsbereich; wenn

kein Standort innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches vorhanden, dann Prüfung von Ansiedlung in diesem Bereich. Voraussetzung: keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich, Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches insgesamt (räumlich-funktionaler Zusammenhang).

- **Freihaltebereich:** ca. 500 m um einen zentralen Versorgungsbereich; Ausschluss von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten möglich, um Nahversorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche zu sichern/stärken.
- **Suchraum 2:** ab einer Entfernung von ca. 500 m um einen zentralen Versorgungsbereich; Prüfung von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten möglich; Voraussetzung: Verbesserung der Nahversorgung und keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche.

#### Fachtagung

Zur Förderung der Akzeptanz des Einzelhandelskonzeptes sowie zur Abstimmung im Rahmen der Erstellung des Regionalen Flächennutzungsplans wurde eine ganztägige Fachtagung veranstaltet. Dabei wurden die Zwischenergebnisse der Untersuchung einem breitem Fachpublikum (u. a. Vertreter der Politik, der Verwaltung, der Bezirksregierung Düsseldorf, der IHK, des Einzelhandelsverbandes, der Nachbarstädte, lokale Einzelhändler) vorgestellt und intensiv diskutiert. Die hieraus gewonnenen Anregungen und Erkenntnisse wurden bei der Erstellung des Endberichtes berücksichtigt.

#### Beschlussfassung im Rat

Am 26. Mai 2008 hat der Rat der Stadt Oberhausen das Einzelhandelskonzept auf Basis des GMA-Gutachtens beschlossen. Konkrete Bestandteile des Beschlusses waren die von der GMA vorgeschlagene räumliche und funktionale Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche und die Festlegung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente. Die Verwaltung wurde darüber hinaus vom Rat beauftragt, die Empfehlungen des GMA-Gutachtens zur Erhaltung und Entwicklung der Versorgung in Oberhausen bei der Planung zu berücksichtigen.



# Einzelhandel: Agglomerationsüberlegungen auf der Planungsebene

## Klarstellende Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 07.10.2008 („Frickenhausen-Entscheidung“)

von Prof. Dr. Hans Büchner, Rechtsanwaltskanzlei Eisenmann, Wahle, Birk, Stuttgart/Dresden

Seit mehreren Jahren streiten das südöstlich von Stuttgart gelegene Neuffen und Frickenhausen über die Frage der Zulässigkeit eines Lebensmittelmarktes knapp unterhalb der Grenze der Großflächigkeit.

### 1. Ausgangslage

Das Verwaltungsgericht Stuttgart setzte auf Antrag einer Nachbargemeinde die Vollziehung einer Baugenehmigung für einen Lebensmittelmarkt (Vollsortimenter) mit 799,64 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aus, weshalb die bereits aufgenommenen Bauarbeiten eingestellt werden mussten (Verwaltungsgericht Stuttgart, Beschluss vom 26.05.2008 – 2 K 1515/08).

Es begründete den Baustopp mit der Unwirksamkeit des Bebauungsplans, der unter Ausschluss innerstädtischen Einzelhandels ein GE gem. § 8 BauNVO festsetzte, jedoch in einem Teilbereich Lebensmitteleinzelhandel zuließ. Unter Berufung auf das „Kuppenheim-Urteil“ des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 27.09.2007 (3 S 2875/06) war das Verwaltungsgericht der Auffassung, der Bebauungsplan verstoße gegen das Abstimmungsgebot gem. § 2 Abs. 2 BauGB und gegen das Abwägungsgebot gem. § 1 Abs. 7 BauGB, weil die auf der **Planungsebene** gebotene **summierende Betrachtung** der Auswirkungen auf die Nachbargemeinde nicht angestellt worden sei. Der genehmigte Markt sei deshalb nach § 34 Abs. 3 BauGB zu beurteilen. Im Hinblick darauf, dass die Geschossfläche mehr als 1.200 m<sup>2</sup> aufwies, wollte das Verwaltungsgericht Stuttgart schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Nachbargemeinde im summarischen Verfahren des einstweiligen Rechtsschutzes nicht ausschließen. Deshalb verfügte es den Baustopp.

### 2. Beschwerde des Marktbetreibers und der Standortgemeinde

Gegen den Beschluss des Verwaltungsgerichts Stuttgart legte der Marktbetreiber Beschwerde ein, die auch von

der beigeladenen Standortgemeinde unterstützt wurde. Marktbetreiber und Standortgemeinde waren der Auffassung, angesichts der nachgewiesenen Unterversorgung der Standortgemeinde sei auf der Planungsebene keine kumulierende Betrachtung erforderlich. Eine eventuell notwendige Korrektur müsse vielmehr im Baugenehmigungsverfahren nach § 15 BauNVO stattfinden. Dabei müsse berücksichtigt werden, dass auch in der Nachbargemeinde eine erhebliche Unterversorgung bestehe, der durch die Errichtung eines eigenen Marktes und nicht durch die Verhinderung des Marktes in der Nachbargemeinde zu begegnen sei.

### 3. Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg

#### a) Zur Großflächigkeit

Zunächst wies der Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg darauf hin, dass die **Überdachung leerer Einkaufswagen** im Freibereich nicht zur Verkaufsfläche zu zählen sei. Im Übrigen habe sich der Marktbetreiber verpflichtet, die Verkaufsfläche auf die beantragten 799,64 m<sup>2</sup> zu beschränken, falls sich im Hauptsacheverfahren herausstellen sollte, dass ein Berechnungsfehler unterlaufen ist.

Der Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg wies dann darauf hin, dass ein zuvor im selben Gebiet genehmigter und bereits bestehender Discount-Markt nicht im Sinne einer **Agglomeration** auf die Verkaufsfläche anzurechnen sei. Dieser Discount-Markt sei ohne Weiteres als selbständiger Betrieb im Sinne der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes (Urteil vom 24.11.2005 – 4 C 14.04) einzustufen. Ob der inzwischen ebenfalls genehmigte Getränkemarkt des Marktbetreibers hinzu-

zurechnen sei, ließ der Verwaltungsgerichtshof offen, weil der Getränkemarkt erst etwa 7 Monate nach dem streitigen Markt genehmigt worden sei, weshalb der Agglomerationsgedanke nur der Genehmigung des Getränkemarktes entgegengehalten werden könne.

#### b) Zur Agglomerationsbetrachtung im Bebauungsplanverfahren

Der Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg sah keine Anhaltspunkte für die Unwirksamkeit des Bebauungsplans. Soweit in einem Teilgebiet Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels erlaubt wurden, um – so die Begründung des Bebauungsplans – die Wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen, sei darin kein Verstoß gegen zu beachtendes höherrangiges Recht zu sehen. Insbesondere **widerspreche diese Planung nicht den Plansätzen 2.7.1 und 2.7.2 des Regionalplans** des Verbandes Region Stuttgart. Diese Plansätze seien nur auf **Einzelhandelsgroßprojekte** bezogen. Soweit in Stellungnahmen des Verbandes die Befürchtung geäußert wurde, es könnten „additiv“ Einzelhandelsgroßvorhaben genehmigt werden, die zwar für sich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit blieben, die aber zusammenwirkten und faktisch eine Agglomeration von Einzelhandelseinrichtungen darstellten, stelle sich die Frage, mit welchen Mitteln dem auf der Planungsebene entgegengewirkt werden könne. In Betracht käme dafür wohl nur die Festsetzung einer **baugebietsbezogenen, vorhabenunabhängigen Verkaufsflächenobergrenze** zur Steuerung des Einzelhandels. Dies sei aber rechtlich **nicht**

zulässig (nicht einmal in einem Sondergebiet, bei dessen Ausweisung die Gemeinde freier sei). Insoweit beruft sich der Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg auf das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 03.04.2008 (- 4 CN 3.07 -). Nach Auffassung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg spricht alles dafür, dass der Gefahr der Agglomerationsbildung **nur auf der Genehmigungsebene** (etwa auf der Grundlage des §15 BauNVO) **begegnet** werden könne. Auch der Einwand, die Standortgemeinde habe in eine bereits „**handgreifliche Konfliktlage hineingeplant**“, was nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg (Urteil des 3. Senats vom 27.09.2007 – 3 S 2875/06 – „Kuppenheim-Urteil“) zu erhöhen und vorliegend nicht erfüllten Anforderungen an die planerische Abwägung führe, gehe fehl. Denn die „handgreifliche Konfliktlage“ sei in diesem Urteil vor allem damit begründet worden, dass im dortigen Fall eine erhebliche Überversorgung mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Sortimenten bestand und

daraus folgende Kaufkraftzuflüsse aus der Umgebung zu befürchten waren. Dies sei aber im zu entscheidenden Fall gerade nicht gegeben, vielmehr bestehe im Bereich der Standortgemeinde eine auch von der Nachbargemeinde nicht substantiiert bestrittene erhebliche strukturelle **Unterversorgung**, da nur etwa 33–34% des zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumens durch den ortsansässigen Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln gebunden worden seien. Insoweit bezog sich der Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg auf eine in das Verfahren eingebrachte GMA-Untersuchung. Es müsse auch berücksichtigt werden, dass es sich mit Blick auf das Stadtgebiet der Nachbargemeinde nicht viel anders verhalte, weil auch aus diesem Gebiet Kaufkraft durch die in der benachbarten Großen Kreisstadt vorhandenen Einzelhandelsgroßprojekte abgesaugt werde. Insofern habe die Standortgemeinde nicht in eine bestehende „Konfliktlage hineingeplant“, sondern sei durch die Planung dem bestehenden Konflikt der eigenen Unterversorgung entsprechend den Empfehlungen

der Marktuntersuchung entgegengetreten. Die Standortgemeinde habe den völligen Ausschluss nahversorgungs- und zentrenrelevanter Warensortimente nicht in Betracht zu ziehen gehabt, weil es zentrales Anliegen der Planung der Standortgemeinde gewesen sei, die Nahversorgung der eigenen Bevölkerung mit Lebensmitteln des täglichen Bedarfs sicherzustellen.

#### 4. Fazit

Die aus dem „Kuppenheim-Urteil“ vielfach gezogene Schlussfolgerung, die Gemeinden müssten in Gewerbegebieten zentrenrelevante Sortimente entweder ganz ausschließen oder schon im Bebauungsplanverfahren nachweisen, dass auch bei einer summierenden Betrachtung der potenziell möglichen Verkaufsfläche keine gegen § 2 Abs. 2 BauGB oder § 1 Abs. 7 BauGB verstoßenden Auswirkungen entstehen können, lässt sich nicht aufrechterhalten. Soweit die Gemeinde selbst unterversorgt ist, darf sie auch in einem Gewerbegebiet bedarfsdeckende Einzelhandelsnutzungen zulassen. Eventuelle Fehlentwicklungen sind im Rahmen des Baugenehmigungsverfahrens gem. §15 BauNVO zu korrigieren.

## Nachhaltige Siedlungs- und Flächenpolitik – Erfordernisse einer integrierten Baulandentwicklung

von Gerhard Petermann, Geschäftsführer der Wüstenrot Haus- und Städtebau GmbH

**Geprägt durch die Binsenweisheit „Grund und Boden ist nicht vermehrbar“ unterliegt die Baulandentwicklung in der heutigen Zeit einem Wandel. Grund dafür ist zum einen die aktuelle Flächenpolitik, die eine Begrenzung der Flächeninanspruchnahme fordert. Zum anderen hat der seit mehreren Jahren zunehmend diskutierte demografische Wandel einen Einfluss auf die Nachfrage nach Bauland.**

Bis in die beginnenden 90er Jahre wurde in der Bundesrepublik Deutschland Stadtentwicklung mit Flächenwachstum gleichgesetzt. Unter Flächenwachstum versteht man die Flächenumwandlung von landwirtschaftlichen Flächen in urbanisiertes Land, also in erster Linie Wohnfläche und Infrastruktur. So wurden damals täglich ca. 125 ha Bauland entwickelt. Die heutigen Zahlen zeigen, dass sich trotz geringerer Bevölkerungsentwicklung die Flächenumwandlung

mit ca. 114 ha Baulandentwicklung pro Tag nicht wesentlich geändert hat. Lediglich ein zaghaftes Umdenken hat begonnen, welches von der Bundesregierung in der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie mit der Flächenpolitik „30 ha Bauland pro Tag bis 2020“ vorangetrieben wird.

Die geringe Reduzierung des Flächenverbrauchs hat mehrere Hintergründe: Gerade in dicht besiedelten Regionen war festzustellen, dass die verblie-

benen Freiflächen zu knapp werden, um die damit verbundenen ökologischen, ökonomischen und sozialen Funktionen wahrzunehmen. Zudem gibt es durch den langsam, aber stetig voranschreitenden demografischen Wandel in Deutschland eine Bevölkerungstagnation, in Vorschau einen Bevölkerungsrückgang.

Dennoch wird jeden Tag Bauland entwickelt. Ursächlich für dieses Paradoxon ist der gestiegene Lebensstan-

dard, der eine Individualisierung der Haushalte in sich birgt. So ist von 1991 bis 2005 die Zahl der Haushalte viermal so stark angestiegen wie die Zahl der in ihnen lebenden Menschen. Vorausrechnungen des Statistischen Bundesamtes rechnen mit einer weiteren Zunahme der Haushalte durch vermehrte Bildung von Ein- bis Zweipersonenhaushalten.

Die dadurch bedingte Zunahme des Flächenverbrauchs steht in der heutigen Zeit im Spannungsfeld zwischen vielschichtigen privaten und öffentlichen Belangen und komplexen Zielkonflikten: Einerseits findet durch die Baulandentwicklung ein Eingriff in die Landschaft und in die Ökologie statt, der die landwirtschaftliche Nutzung mindert und den Wunsch der Menschen nach Ruhe und Nähe der Natur schmälert. Andererseits wird wirtschaftlichen und sozialen Ansprüchen und Flächenbedarf im Hinblick auf Wohnen, Infrastruktur und wettbewerbsfähige Wirtschaftsentwicklung Rechnung getragen.

Bei der zukünftigen Baulandentwicklung müssen differenzierte Schwerpunkte gesetzt werden, um die vielschichtigen Wünsche der (künftigen) Einwohner zu berücksichtigen und ihren Bedürfnissen Rechnung zu tragen. So gibt es bei Singles sowie unverheirateten Paaren ohne Kinder einerseits sowie bei älteren Menschen andererseits einen Trend zum Wohnen in der Stadt, wo Funktionalität und soziale Infrastruktur im innerstädtischen Gefüge von großem Belang sind. Insbesondere die junge Familie zieht es jedoch weiterhin in vielen Fällen in die weniger verdichteten Randgebiete der Ballungsräume, wo sich viele den Traum vom Einfamilienhaus mit Garten nach wie vor verwirklichen wollen.

Aus den genannten Gründen wird es auf absehbare Zeit zumindest in den wirtschaftlich starken Agglomerationen nach wie vor notwendig sein, neues Bauland – auch auf der „grünen Wiese“ – auszuweisen. Hier gilt es jeweils im Einzelfall die vielfältigen ökologischen, ökonomischen und demografischen Belange abzuwägen. Die Städte und Gemeinden stehen dabei vor der Herausforderung, ihren Siedlungsbestand nicht mehr durch großvolumige Satellitensiedlungen

zu ergänzen, sondern sinnvoll, auch in Bezug auf die bereits bestehende Infrastruktur, abzurunden. Anpassungs- und Ergänzungsgebiete – nicht mehr die großflächige Entwicklung ganzer Stadtteile – ist in Zukunft gefragt. Dies stellt Städte und Gemeinden, aber auch private Projektentwickler vor neue Herausforderungen. Die Anpassungs- und Ergänzungsgebiete sind mit dem gewachsenen Siedlungsbestand enger und vielschichtiger als in der Vergangenheit zu verbinden. Ziel ist in vielen Fällen eine enge verkehrliche und infrastrukturelle Verknüpfung mit den gewachsenen Wohn- und Mischgebieten. Eine enge Verzahnung zu der sonstigen öffentlichen Infrastruktur, insbesondere Kindergärten, Bildungseinrichtungen, aber auch den bestehenden Einkaufs- und Dienstleistungseinrichtungen in den jeweiligen Stadtteilen und Wohngebieten wird künftig in viel stärkerem Maße erforderlich werden.

Das Verfahren der konsensualen Baulandentwicklung über freiwillige Umlegung und künftige Erschließung durch einen privaten Dritten hat sich dabei als bewährte Methode herausgestellt, um insbesondere den Wünschen der Eigentümer, aber auch den ökonomischen Belangen der Städte und Gemeinden gerecht zu werden. Im Rahmen der konsensualen Baulandentwicklung entwickeln private Umlegungs- und Erschließungsträger wie die Wüstenrot Haus- und Städtebau im Auftrag der Städte und Gemeinden die jeweiligen Wohn-, Misch-, aber auch Gewerbegebiete. Die Kommune gibt also verschiedene Kompetenzen teilweise ab, bleibt aber „Herrin des Verfahrens“, wie es das Baugesetzbuch in § 46 i. V. m. Art. 28 II Grundgesetz vorsieht. Die kommunale Planungshoheit bleibt damit selbstverständlich unberührt.

Um den o. g. gestiegenen Anforderungen an die Anpassungs- und Ergänzungsgebiete gerecht zu werden, führt die Wüstenrot Haus- und Städtebau in vielen Fällen Mehrfachbeauftragungen oder städtebauliche Wettbewerbe zur Ideenfindung durch, um möglichst vielschichtige Anregungen einer lagegerechten Planung und ökonomisch sinnvollen Durchführung für die Kommune zu erhalten.

Insbesondere den Belangen der nachhaltigen, dennoch flexibel auf Änderungen der Anforderungen reagierenden Bauleitplanung kann durch eine solche Mehrfachbeauftragung, gekoppelt mit bereits vorgegebenen Bauabschnittsbildungen, Rechnung getragen werden. Durch die Entwicklung einer Leitidee für das gesamte Baugebiet, verbunden mit den entsprechenden Bauabschnittsbildungen, kann eine gewisse Vorratshaltung von Entwicklungsflächen geschaffen und gleichzeitig auf aktuelle Bedarfssituationen reagiert werden. Gerade auch hier ist die konsensuale Baulandentwicklung durch Umlegung und Erschließungsträgerschaft ein geeignetes Mittel, um frühzeitig Planungssicherheit, insbesondere aber auch die Gewissheit zur liegenschaftlichen Verfügbarkeit zu erhalten. Mittels städtebaulicher Verträge können Eigentümer der vormals landwirtschaftlichen Flächen sowohl bezüglich ihres Einverständnisses zur Mitwirkung, aber auch zur Tragung der anfallenden Entwicklungskosten gebunden werden. Eine dem Gesamtgebiet gerecht werdende Kostenverteilung zwischen den einzelnen Bauabschnitten, insbesondere bei den Belangen der öffentlichen Infrastruktur wie beispielsweise Flächen für Gemeinbedarfseinrichtungen, Quartiersplätze, Spiel- und Grünflächen, kann dadurch sinnvoll ausgestaltet werden. Nicht zuletzt können die beispielsweise im Rahmen des ersten Bauabschnitts anfallenden höheren Kosten auf die folgenden Bauabschnitte mit umgelegt und gegebenenfalls zwischenfinanziert werden.

Nachhaltige Flächen- und Siedlungspolitik benötigt intelligente, auf den jeweiligen Einzelfall angepasste Lösungen, um den künftigen Anforderungen gerade auch im Spannungsfeld zwischen ökologisch sinnvollem Flächenressourcenmanagement und den zunehmend individueller werdenden Wohnwünschen der Bevölkerung gerecht werden zu können. Konsensuale Baulandentwicklung zusammen mit den Eigentümern mit Hilfe von Umlegungs- und Erschließungsträgern wie der Wüstenrot Haus- und Städtebau kann dabei helfen, solche intelligenten Lösungen zu entwickeln.



# Mobilität erhalten! Kommunales Mobilitätsmanagement als Zukunftsaufgabe

von Dipl.-Ing. Brit Fröhlich, GMA

In Zeiten immer knapper werdender öffentlicher Mittel ist es für viele Kommunen eine große Herausforderung, den stetig steigenden Mobilitätsbedürfnissen der Bewohner sowie der Wirtschaft zu entsprechen. Ein Ansatz, der abseits von Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen helfen kann, langfristig die Mobilität verträglich zu gestalten und zu ermöglichen, ist das Mobilitätsmanagement.

## Mobilität ermöglichen – Verkehr vermeiden!

Täglich bietet sich in Deutschland an vielen Orten ein ähnliches Bild: Der Verkehr rollt im Berufsverkehr nur sehr träge durch die Städte und auf den regionalen Verkehrsachsen dahin. Immer mehr Menschen müssen immer mobiler werden – die vorhandene Verkehrsinfrastruktur stößt an ihre Grenzen. Der notwendig erscheinende Ausbau der Verkehrsinfrastruktur steht in Konkurrenz mit anderen Nutzungen um immer knapper werdende Mittel, aber auch immer knapper werdende Flächen, die den Kommunen zur Entwicklung noch zur Verfügung stehen. Darüber hinaus hat der steigende Anteil des Individualverkehrs auch erhebliche Folgen für Gesundheit und Umwelt. Um negativen Folgeerscheinungen wie z. B. steigenden Feinstaubwerten und Lärmbelastungen in Innenstädten Herr zu werden und den gesetzlichen Anforderungen zu genügen, haben einige Kommunen bereits Umweltzonen ausgewiesen.

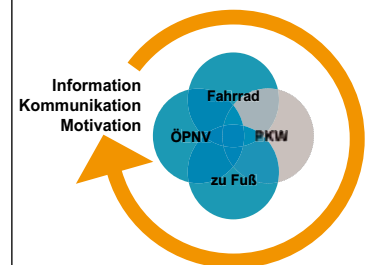
Mobilitätsmanagement kann den Kommunen bei der Bewältigung dieser Problemlagen helfen. Es ist eine Teilstrategie des Verkehrsmanagements, setzt jedoch nicht bei einer Ausweitung des Angebots bzw. bei einem Verbot der Nutzung an, sondern hat zum Ziel, das individuelle Verkehrsverhalten positiv zu beeinflussen. Ziele sind zum einen die Vermeidung und zum anderen die verträgliche Abwicklung des Verkehrs. Die Idee an sich ist nicht neu: im Bereich des Güterverkehrs hat das Management der Wege und Transporte mit der Logistik schon eine sehr lange Tradition.

Im Zentrum des Mobilitätsmanagements steht jedoch nicht der Verkehr: Ziel ist es, individuelle Mobilität zu

ermöglichen und gleichzeitig den dadurch verursachten Verkehr möglichst verträglich zu gestalten. Mobilitätsmanagement strebt die Reduzierung des Pkw-Verkehrs und eine Verlagerung hin zum Umweltverbund (Fuß- bzw. Radverkehr und ÖPNV) an. Dabei handelt es sich um einen intermodalen Ansatz, d. h., dass ganz bewusst die verschiedenen Möglichkeiten, einen Weg zurückzulegen, dargestellt und die Wahl zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln bzw. einer Kombination aus diesen gegeben wird (vgl. Abb. 1).

Fortsetzung im nächsten InfoDienst.

Abb. 1: Elemente des Mobilitätsmanagements



Quelle: GMA-Darstellung 2008

## In letzter Minute

Auch im September und Oktober 2008 gingen zahlreiche öffentliche und private Aufträge an die GMA (Auswahl):

- Einzelhandelskonzepte wurden und werden u. a. in Bad Kreuznach, Baunach, Beelen, Bispingen, Bürstadt, Eppstein, Loßburg, Lütjenburg, Michelstadt, Usingen und Waldachtal gefertigt.
- Markt- und Potenzialanalysen wurden und werden u. a. in Bad Goisern (A), Bebra, Berlin, Dresden, Eching, Eschwege, Frankfurt (Main), Freiberg (Sachsen), Görlitz, Halle (Saale), Heilbronn, Illertissen, Jena, Karlsruhe, Leipzig, Lutherstadt Wittenberg, Meckenbeuren, München, Münsingen, Neuenbürg, Neuenstadt, Otterbach, Pforzheim, Rheinböllen, Solingen, Aulendorf, Stuttgart, Templin, Villingen-Schwenningen und Wangen erstellt.

- Befragungen und Kundenanalysen wurden und werden u. a. in Euskirchen und Ludwigsburg durchgeführt.
- Gutachten und unterstützende Arbeiten zu speziellen Themenstellungen fertig bzw. leistet die GMA u. a. in Bad Goisern (A) (Arbeitskreis Masterplan), Bayreuth (Projektmanagement), Fulda (Innenstadt-konzept), Göppingen (Personalberatung), Marbach (Runder Tisch), Muggensturm (Gemeindeentwicklungskonzept), Raunheim (Wirtschaftlichkeit eines Bürger-saals), Schleswig-Holstein (ISEK), Schwäbisch Hall (Gesprächsforum), Solingen (Expansionsstandorte) und Zweibrücken (Sortimentsbe-wertung).
- Mit Vorträgen und Präsentationen war die GMA u. a. präsent in Auerbach (Vogtland), Bautzen, Graz (A), Kaufungen, Kitzingen, Naumburg, Stuttgart und Wertheim.