



Die Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling hat bei CIMA ein

„Einzelhandels- und Flächenentwicklungskonzept aus kreditwirtschaftlicher Sicht zur künftigen Positionierung der Einkaufsstadt Rosenheim“

in Auftrag gegeben, dessen Ergebnisse seit März 2007 in einer sechsseitigen Kurzform vorliegen. Auf Basis dieser Kurzfassung stellt das Rosenheimer Forum für Städtebau und Umweltfragen folgende Überlegungen zur Diskussion:

Stadtentwicklung und Einzelhandelsentwicklung Rosenheims

A) Grundsätzliches

1. Ein sachgerechtes Einzelhandelskonzept kann nur in verbindlichen Festlegungen zwischen der Stadt und den Gemeinden des Umlands entwickelt werden. Deshalb ist ein Einzelhandelsgutachten für die gesamte Region Rosenheim erforderlich.
Die heute erkennbaren Nachteile aus dem kommunalen Wettstreit um ein Großmöbelhaus sollten Anlass für eine künftig verbesserte interkommunale Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Einzelhandelsansiedlung sein.
2. Zuvorderst stehen dann zwei politisch zu beantwortende Fragen:
 - a) Ist der Rosenheimer Stadtrat gewillt, die den Einzelhandel zusammen mit den Entscheidungsträgern in den Umland-Kommunen weiter zu entwickeln oder bleibt es bei Sonntagsreden zur regionalen Kooperationsbereitschaft? Warum ist bei dem Workshop das Umland nicht vertreten?
 - b) Findet Rosenheim auch kooperationsbereite Partner in den Umlandgemeinden?
3. Daraus ergibt sich, ob Rosenheim wie die Kommunen im Umland weiter jeweils ein eigenes, miteinander unabgestimmtes Konzept verfolgt.
4. Entscheidungen des Stadtrats und der Gemeinderäte bedürfen nicht nur einer Analyse der vergangenen Entwicklung sondern auch einer fundierten Prognose der künftigen Entwicklung. Für politische Entscheidungen wäre es hilfreich, mit Szenarien zu arbeiten.
5. Die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung sind von Rosenheim nicht zu beeinflussen, aber zu berücksichtigen:
 - a) Kaufkraft-Parameter
 - sinkende Reallöhne
 - sinkendes Rentenniveau
 - geringere Kaufkraft
 - veränderter Warenkorb und verändertes Konsumverhalten nicht zuletzt aufgrund der demographischen Entwicklung
 - b) Raumstrukturelle Veränderungen aufgrund der Energieverknappung und der Klimaproblematik
 - wir werden auch in 20 Jahren noch Auto fahren, aber wir werden das Auto bewusster und effizienter – anders – nutzen
 - räumliche Re-Konzentration von gesellschaftlichen Funktionen der Versorgung und der Kommunikation
 - Re-Urbanisierung von Wohnen, Versorgen, Kommunikation
 - Verdichtung der Flächennutzung in Kommunen
 - stärkere Nutzung von ÖPNV-Dienstleistungen

6. Nach den vorliegenden Informationen ist mit weiter stagnierenden Einzelhandelsumsätzen zu rechnen. D.h., wir sprechen nicht mehr von Wachstum sondern von Umverteilung! Zusätzliche Umsätze an einem Standort bedingen Umsatzausfälle an anderen Standorten. Darin ist das hohe Risiko von um sich greifenden Leerständen impliziert. Dagegen helfen – insgesamt betrachtet – auch keine Marketing-Strategien. Sie bewirken im Erfolgsfall wiederum nur eine Umverteilung, also die Verschiebung der Probleme an andere Standorte.
7. Attraktivitätssteigerung ist in diesem Sinne nicht mehr als Verteilungskampf. Er wird entweder gemeinsam als Region oder jede Kommune für sich geführt.
8. Und Attraktivität ergibt sich erst in zweiter Linie aus dem Warenangebot, das sich überall immer mehr gleicht. Eine Fixierung auf Umsatzsteigerung ist sogar eher kontraproduktiv, zumindest auf mittlere bis längere Sicht. Attraktivität ergibt sich aus der Verbindung des Einzelhandels mit der Stadt, mit dem öffentlichen Raum, mit Dienstleistungen, mit Kultur, mit einer belebten Stadt. Damit sind nicht marktschreierische „Events“ gemeint.
9. Der Versuch, sich an „den letzten Schrei“ dranzuhängen und z.B. auch für Rosenheim ein FOC zu fordern, wird allenfalls kurzfristig Aufmerksamkeit und mehr Kunden (oder Neugierige) anlocken. Diese Verkaufsformen verdrängen ebenfalls andere Anbieter und sie bringen schon auf mittlere Sicht keine Attraktivitätssteigerung.
10. Die Kurzfassung des CIMA-Gutachtens schweigt über die Entwicklung der Arbeitsplätze im Einzelhandel. In einer Stadt, in der der Einzelhandel eine so große Rolle spielt wie in Rosenheim, ist die Beschäftigung aus wirtschaftlichen wie aus sozialen Erwägungen eminent wichtig. Es wäre gut zu wissen, ob die allgemein erkennbaren Trends zu
 - geringfügiger Beschäftigung,
 - befristeter Beschäftigung
 - rückläufigem Arbeitsvolumen (Arbeitsstunden),
 - sinkenden Einkommen
 - stagnierender bis rückläufiger Ausbildungstätigkeit
 auch Rosenheim betreffen. Dies ist nicht zuletzt für die Kaufkraftentwicklung von Bedeutung.

B) Erste Folgerungen für die politischen Entscheidungsträger in Rosenheim (zu ergänzen für die Kommunen im Umland)

1. Es gibt ein Spannungsfeld im Planungshorizont. Eine 7-Jahre-Perspektive wie im CIMA-Gutachten reicht aus bis zum nächsten Einzelhandelsgutachten, aber nicht für ein Stadtentwicklungskonzept, in das sich der Einzelhandel einfügen muss. Für die Stadtentwicklung ist eher ein 20-Jahre-Horizont erforderlich, für den andere Prognose- und Szenarienmethoden eingesetzt werden sollten.
2. Ein Einzelhandelskonzept ist mit den Umlandgemeinden gemeinsam zu entwickeln. Darin ist ein fairer Vorteils-Nachteils-Ausgleich für die einzelnen Kommunen zu gewährleisten. Dazu müssen den Kommunen des Umlands Angebote gemacht werden. – Und gleichzeitig ist für den Fall, dass die Kooperation nicht angenommen wird, eine zweitbeste Entwicklungsstrategie zu formulieren.
3. Der Innenstadt-Einzelhandel ist räumlich zu konzentrieren. Die Entwicklung der Altstadt-Ost verschiebt den Schwerpunkt stärker hin zum mittelalterlichen Teil der Stadt, weg vom Bahnhof. Zum Bahnhof muss aber eine funktionierende Verbindung durch Geschäftsstraßen gesichert werden (linear). Die Innenstadt selbst soll stärker kreisförmig entwickelt werden.
4. Für die in der CIMA-Kurzfassung genannte „Neuentwicklung von Ergänzungslagen, wie dem Bahnhofsareal“ (S.5) fehlen auf absehbare Zeit jegliche stadt- und regionalwirtschaftlichen Voraussetzungen. Zusätzliche Verkaufsflächen auf den Bahnflächen sind entschieden abzulehnen!
5. Die Andeutungen eines Shopping-Centers in der Innenstadt sind unverständlich und abzulehnen.
6. Ebenso wenig ist nachvollziehbar, auf welchen künftigen Entwicklungsbedingungen eine Erweiterung des Aicher-Parks ohne nachteilige Folgen für andere Einzelhandelsstandorte basieren kann.

7. Für die Punkte 4 und 5 sei die Aussage des Gutachtens in Erinnerung gerufen, dass in Rosenheim der Einzelhandelsumsatz von 2000 bis 2006 um 15% gesunken ist (während im deutschen Durchschnitt eine geringfügig positive Umsatzentwicklung zu verzeichnen ist). Neue Verkaufsflächen führen unter solchen Umständen unweigerlich zu weiter sinkenden Umsätzen pro m² Verkaufsfläche und zu Leerständen.
8. Bei stagnierender bis rückläufiger Kaufkraft sind weitere Verkaufsflächen-Ausweisungen nur bei Stilllegung anderer Verkaufsflächen vorzunehmen (Verlagerungen, z.B. zur Verbesserung der Nahversorgung in Gemeinden und Stadtteilen). Dazu bedarf es eines (kommunalen wie regionalen) Umnutzungsmanagements. Neue Einzelhandelsstandorte sind für die Stadtentwicklung hochgradig riskant.
9. Die heute betriebswirtschaftlich verfolgten Fachmärkte-Konzeptionen sind aus stadt- und regionalwirtschaftlicher Perspektive in Frage zu stellen: Dort werden in großem Umfang Waren verkauft, die auch in Fachgeschäften oder in Kaufhäusern der Innenstadt und Zentren angeboten werden. Fachmärkte außerhalb der Zentren sind stärker auf Sortimente zu orientieren, die große und sperrige Waren anbieten (Teppiche, Möbel - ohne so genanntes Nebensortimenten t-, Kfz, Massengüter, Brennstoffe, Baustoffe o.ä.). Die Funktionsteilung zwischen Innenstadt und Sondergebieten des Einzelhandels ist neu zu bestimmen. Fachmärkte erfahren künftig möglicherweise verstärkt Konkurrenz durch den Internet-Handel. Ihre Entwicklung ist deshalb mit großer Vorsicht in Planungen zu berücksichtigen.
10. Es gibt Angebotsdefizite im Rosenheimer Einzelhandel, die zur Attraktivitätssteigerung der Einkaufsstadt Rosenheim – u.U. durch Querfinanzierung – beseitigt werden müssen (z.B. Musikalien/CDs; spezialisierte Angebote).
11. Die Nahversorgung in den Kommunen und Stadtteilen muss verbessert werden durch Restrukturierung der Angebotsstandorte.
Hier ist an neuartige, den Markt ergänzende Steuerungsmechanismen zu denken.