

Malerische Altstadt statt Outlet à la Disney

Münstereifel als ein Vorbild für Mittelbaden

Der Landflucht zum Trotz wohnen nach wie vor weit mehr als die Hälfte der Deutschen fernab der Metropolen. Vor allem Mittelbaden wird durch kleine und mittelgroße Kommunen geprägt. Diesen Städten und Gemeinden ist dieser Zweiteiler gewidmet. Die erste Folge beschäftigt sich mit den Kleinstädten, die zweite mit den Mittelstädten.

Kleinstädte haben 5 000 bis 20 000 Einwohner. Zu diesem Typ zählen die weitaus meisten Kommunen in Mittelbaden. „In ländlichen Regionen stehen sie vor der Aufgabe, Infrastrukturen und Versorgung aufrechtzuerhalten, umzubauen und den demografischen Wandel positiv zu gestalten“, heißt es auf der Homepage des Kongresses „Kleinstädte in Deutschland“, den Bundesinnenministerium und Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Juni in Berlin veranstaltet haben. Im Gegensatz zu den kleineren Landgemeinden wird die Gestalt der Kleinstädte von einer Dualität geprägt. Der „Baukulturbericht“ der Bundesstiftung Baukultur beschreibt die 6756 bundesdeutschen Kleinstädte als Gemeinden, die sowohl von ländlichen als auch von urbanen Siedlungsstrukturen geprägt sind: „Ihr historisches Zentrum weist in der Regel eine höhere Bebauungsdichte mit Versorgungszentren auf, während ihre Erweiterungsgebiete eher locker bebaut sind und dem Wohnen dienen.“

Die Zukunft der Kleinstädte und Landgemeinden ist brandaktuell. Neben dem Kongress und dem Baukulturbericht beschäftigen sich zurzeit gleich zwei Fachzeitschriften mit dem Thema. Achim Geissinger sieht in der „Deutschen Bauzeitung“, die sich dem Thema „Bauen auf dem Land“ widmet, die Infrastruktur der Dörfer und deren ursprünglichen Ortscharakter bedroht. Er warnt vor dem „unglückseligen Paragraph 13b“ des Baugesetzbuches, der ein

Kleinstädte stehen aktuell im Fokus

beschleunigtes Verfahren von Neubaugebieten ermöglicht. Dies lasse, so Geissinger, „die Ortskerne weiter veröden“.

Im Editorial des Sonderheftes Kleinstädte der „Bauwelt“ sehen Ulrich Brinkmann und Sebastian Redecke spezielle Probleme auf die Kleinstädte zukommen. „Aufgrund ihrer bescheidenen Größe sind sie abhängiger von sozioökonomischen Veränderungen“, meinen sie. Die beiden Journalisten gehen auf das „Dauerthema des Leerstands von Läden“ in den Ortskernen ein. Als Ergebnis ihrer Analyse stellen sie fest, dass Verdichtung und Neunutzung des Bestands in Kleinstädten an Bedeutung gewinnen.

Obwohl die mittelbadischen Kleinstädte in einer wirtschaftlich starken Region im Vergleich mit anderen Gegenden im Osten und Norden der Bundesrepublik gut aufgestellt sind, kämpfen auch sie gegen das Sterben von Geschäften und Gastronomie in den Ortszentren. Da stellt sich die Frage nach Alternativen. Für das Sonderheft Kleinstädte hat die Redaktion der „Bauwelt“ 16 Kommunen in Deutschland

und dem angrenzenden Ausland untersucht. Darunter befindet sich Bad Münstereifel, eine Kleinstadt mit 51 Ortsteilen und 18 600 Einwohnern im Süden Nordrhein-Westfalens. Nach Landesentwicklungsplan ist diese Gemeinde ein Grundzentrum mit Teilfunktionen eines Mittelzentrums. In der pittoresken durch eine Denkmalbereichs- und eine Gestaltungssatzung geschützten Kernstadt wohnen lediglich 4100 Menschen. Von der Größenordnung ist das Eifelstädtchen mit vielen mittelbadischen Kleinstädten vergleichbar.

Auch im Hinblick auf die negative Entwicklung des Tourismus und den ausblutenden Einzelhandel in den Ortskernen teilte Bad Münstereifel deren Schicksal. „2010 hatten wir den absoluten Tiefpunkt erreicht“, berichtete ein Gastwirt im Gespräch mit dieser Zeitung. Als Reaktion auf die ausbleibenden Kurgäste und die Leerstände in der

terschiedlich. Der City Outlet in Bad Münstereifel, das einwohnermäßig fast dreimal so groß ist wie Ottersweier, ist eine „Maßanfertigung“, die dort vorbildlich funktioniert hat, aber keine „Blaupause“ sein kann.

Insgesamt besteht Handlungsbedarf in den Kleinstädten, etwa bei der ärztlichen Versorgung, der Nahversorgung, im Betreuungs- und Schulbereich sowie beim Umgang mit Leerstand. Diese He-

Jürgen Pfetzer sieht Handlungsbedarf

rausforderungen können aber auch aktiv gestaltet und als Chancen verstanden werden: Der Leerstand kann durch eine qualitätsvolle Innenentwicklung belebt und neue Mobilitätsangebote können erprobt werden.

Stefan Hattenbach, Bürgermeister der Gemeinde Kappelrodeck: Ich sehe die Entwicklung der Kleinstädte sehr positiv, wie die landesweite Entwicklung und die Entwicklung Kappelrodecks belegen. „Stadtfucht“ gibt es pauschal nicht mehr. Noch nie hatten wir in Kappelrodeck mehr Einwohner als aktuell.



DAS ERSTE CITY OUTLET in der Bundesrepublik ist in Bad Münstereifel in Nordrhein-Westfalen entstanden. Die denkmalgeschützte Altstadt bietet einen reizvollen Kontrast zu klassischen Factory-Outlet-Centern wie Roppenheim. Fotos: Ulrich Coenen

Innenstadt beschlossen drei ortsansässige Investoren 2011 die Ansiedlung des ersten deutschen City Outlets. Sie kauften mit kräftiger kommunalpolitischer Unterstützung rund 30 denkmalgeschützte Gebäude auf und richteten in deren Erdgeschoss und zum Teil auch in den ersten Obergeschossen Outlet-Läden von namhaften Markenherstellern aus allen Konsumbereichen von Milka über WMF bis zur Gerry Weber und Camel active ein.

Das bislang einzige City Outlet in der Bundesrepublik, das vor vier Jahren eröffnet wurde, ist ganz anders als das 2012 auf der grünen Wiese fertiggestellte Outlet-Dorf in der Nähe des elsässischen Roppenheim. Der authentischen Altstadt in Bad Münstereifel mit ihren denkmalgeschützten Bauten aus der Zeit des Mittelalters bis ins 19. Jahrhundert stehen im Elsass billige Disneyland-Fassaden gegenüber. Der niederländische Stararchitekt Winy Maas hat sich bereits am 14. September 2012 im Interview mit dieser Zeitung in Bühl kritisch über das Outlet-Dorf Roppenheim geäu-

bert: Die Innenstädte der Kleinstädte seien ein „attraktives Modell“. „Aktuell stellen die Factory Outlet Center aber eine Gefahr dar, der man entgegen treten muss. Man könnte beispielsweise die Innenstädte erneuern, indem man das FOC-Modell auf sie überträgt. So stellt sich die Frage: Kann man ein Outlet in eine Altstadt integrieren, also wie eine Zisterne in der Stadt?“ Die Empfehlung eines der aktuell weltweit bedeutendsten Architekten verhalte in Mittelbaden ungehört, in Bad Münstereifel wurde sie umgesetzt. Allerdings gab es dort auch Probleme, als einige Geschäftsleute aufgeben mussten, weil die auslaufenden Pachtverträge nicht verlängert wurden. Die Eigentümer verkauften lieber an die Investoren.

Auch Sänger Heino, Münstereifels berühmter Bürger, musste sein Café 2012 für Puma räumen und ins Kurhaus umziehen. Die Mehrzahl der Einzelhändler und Gastronomen in Münstereifel ist aber nach wie vor unabhängig vom Outlet. Die profitieren von der Besucherzahl, die inzwischen auf 2,5 Millionen

pro Jahr gestiegen ist. Immer noch kaufen die Investoren weitere Altstadtgebäude auf. Am Stadtrand soll außerdem ein Neubau mit 1100 Quadratmetern Verkaufsfläche entstehen, der die kleinteiligen Läden in der Altstadt ergänzt. Vor den Gefahren warnt Caroline Helmenstein, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Architekturgeschichte der RWTH Aachen, in der „Bauwelt“ zu Recht. „Entsteht damit nicht eine Konkurrenz zwischen Innen und Außen?“, fragt sie.

In der Tat wäre die Innenentwicklung der historischen Altstadt die bessere Lösung. Das ändert aber nichts an der Tatsache, dass das Experiment „City Outlet“ der sterbenden Innenstadt neues Leben eingehaucht hat.

Dies könnte ein Modell für die mittelbadischen Kleinstädte sein. Allerdings kann nur die Kommune, die sich am schnellsten entschließt, ein solches Konzept umzusetzen. Die anderen Gemeinden und auch die Mittelstädte in der Nachbarschaft erhielten dann eine starke Konkurrenz. Ulrich Coenen

„City Outlet ist keine Blaupause“

Bürgermeister sehen im Modell Münstereifel Ansätze für eigene Stadtentwicklung

Jürgen Pfetzer, Bürgermeister der Gemeinde Ottersweier: Kleinstädte und dörflich strukturierte Gemeinden wie Ottersweier gewinnen als Wohn- und Arbeitsstätten, aber auch Nahversorgungsstandorte immer größere Bedeutung und ihnen werden zurecht zahlreiche Potenziale zugeschrieben. Wir haben beschlossen, uns dieser Entwicklung zu stellen mit der Sanierung des Ortskerns und damit die Attraktivierung des Umfelds für bestehende Geschäfte und Dienstleister („Einkaufen der kurzen Wege“) gefördert. Wir haben gleichzeitig aktiv die Weiterentwicklung im Umfeld des Lindencenters betrieben, indem wir planungsrechtliche Grundlagen für die Erweiterung der Nahversorgungsfunktion gelegt haben. Innerörtliche Potenzialflächen hierfür gab es schlichtweg nicht. Marketingtechnisch versuchen wir, dem Abfluss von Kaufkraft mit der Kampagne „Ottersweier lohnt sich“ entgegenzuwirken, die gleichzeitig auch als Stellenportal für unsere Gewerbebetriebe dient.

Kleinstädte sind keine homogene Gruppe: Abhängig von Arbeitsmarkt, Lage und weiteren orts- beziehungsweise regionsspezifischen Rahmenbedingungen sind die Problemstellungen un-

Wir sind groß genug, um wichtige Infrastruktur für die Wohnqualität und ein vielfältiges Gemeindeleben bieten und gestalten zu können, sind aber gleichzeitig klein genug, um nicht mit überbordenden Miet- und Immobilienpreisen, hoher Kriminalitätsrate, Verkehrschaos oder Umweltbelastungen und Anonymität und anderen Begleiterscheinungen von großen Städten kämpfen zu müssen.

Aber auch bei uns haben natürlich der stationäre Einzelhandel und die Gastronomie, die beide von einem sehr hohen Stand kommen, mit Bürokratie, gesetzlichen Regelungen und der Verschiebung der Einkäufe in den Online-Handel oder in größere Märkte und Städte zu kämpfen. Die Entwicklungen müssen zu den örtlichen Verhältnissen passen und verträglich sein. Wie das geht, dazu gibt es keine pauschalen Antworten als „Blaupause“ für alle Gemeinden, dazu sind die souveränen Gemeinden in Baden-Württemberg zu vielfältig. Und gerade das macht uns stark. Bezüglich Innen- und Außenentwicklung setzen wir dabei in Kappelrodeck seit Jahren nachgewiesenermaßen das Motto „Das Eine tun, aber das Andere nicht lassen.“ um. Wissend, dass der Aufwand für vergleichbare Projekte in der Innenentwicklung ungleich höher ist – Konfliktpotenzial mit der Umgebungsbebauung inklusive.

Erik Ernst, Bürgermeister der Gemeinde Sinzheim: Der Beitrag spricht die aktuellen Themen der Siedlungsentwicklung an: Innenentwicklung vor Außenentwicklung, Stärkung der Innenstädte und der Ortskerne, Unterstützung des Einzelhandels, um nur einige Punkte zu nennen. In Sinzheim bemühen wir uns seit Jahren um die Einhaltung der genannten städtebaulichen Zielsetzungen.

Allgemein sehe ich für die Städten und Gemeinden in der Ansiedlung von City Outlet Zentren eine Chance, die Ortskerne zu beleben. Allerdings ist die Schaffung der städtebaulichen Voraussetzungen hierfür schwierig. Die City-Outlet-Zentren sind nicht für alle Städten und Gemeinden geeignet. Sie dürfen ihr Alleinstellungsmerkmal nicht verlieren. Werden sie zur Normalität, nimmt ihre städtebauliche Bedeutung rapide ab.

Nach vielen Gesprächen mit Filialisten sehen wir für Sinzheim mittelfristig aus marktstrategischer Sicht die Möglich-



DAS STEINBACHER STÄDTL wird durch zahlreiche pittoreske Altbauten geprägt, von denen viele unter Denkmalschutz stehen.

keit der komprimierten Ansiedlung von Ladengeschäften im Bereich der Landstraße (jetzige B3). Mit unseren städtebaulichen Zielsetzungen wollen wir hierfür die Voraussetzungen schaffen. Gelingt uns dies, bleibt es spannend, welche Formation an Ladengeschäften entsteht.

Alexander Uhlig, Baubürgermeister der Stadt Baden-Baden, bei den Chancen eines City Outlet im Stadtteil Steinbach: Generell ist es zu begrüßen, wenn sich mehrere Investoren, die allein für sich gesehen zu schwach wären, ein großes

Alexander Uhlig will Outlet in Steinbach prüfen

Projekt zu stemmen, zusammenschließen („Gemeinsam sind wir stark“). In Bad Münstereifel scheint so etwas funktioniert zu haben. Ob das Steinbacher Städtl für ein wie auch immer geartetes City Outlet geeignet wäre, müsste genauestens untersucht werden. Zum Einen müssten für ein Handelszentrum die notwendigen Flächen zur Verfügung stehen, die denkmalgerechte Sanierung stünde in diesem Zusammenhang außer Zweifel. Aber auch die Infrastruktur muss bei entsprechenden Besucherströmen sorgfältig bedacht werden. Zuletzt geht es aber auch darum, nicht nur Besuchern, die einkaufen wollen, einen

Anziehungspunkt zu geben, sondern auch den Bürgerinnen und Bürgern vor Ort, die sich in einer entsprechenden Handelszone mit Gegenständen des täglichen Bedarfs versorgen können müssen. Das wäre genauso wichtig wie der Vertrieb von namhaften Marken in einem echten historischen Umfeld.

Bernd Siefertmann, Bürgermeister der Stadt Renchen: Renchen ist eine Kleinstadt mit badischem Charme. An der B3 gelegen mit Bahnanschluss und unweit der BAB 5 ist auch eine gute Anbindung überregional gegeben. Die Einwohnerzahl ist leicht steigend. Besonders gut sind wir mit Lebensmittelversorgern ausgestattet. Der Einzelhandel und die Gastronomie in der Kernstadt dagegen haben es schwer. Leerständen versuchen wir durch Fördermittel für die Immobilieneigentümer zu verhindern beziehungsweise zu beseitigen. Die Innenstadt hat etwa ein Länge von 800 Metern, sodass die Geschäftsgebäude alle gut erreichbar sind. Parkplätze sind ebenfalls zentral gelegen. Es zeigt sich dennoch die Tendenz vom Einzelhandel zum Dienstleister oder gar zu Wohnen in der Innenstadt.

Ein behutsames Modell „Bad Münstereifel“ könnte eine Lösung sein, um die Innenstadt zu beleben und deren Ausbluten zu verhindern. Die Ortsbild prägenden Gebäude können den natürlich gewachsenen Flair unserer Kleinstadt unterstreichen. Ulrich Coenen



RENCHEN ist eine typische badische Kleinstadt. Im Stadtzentrum steht das denkmalgeschützte Simplicissimus-Haus, das in modernen Formen zum Museum erweitert wurde.