



Eine zentrale Frage fürs Zentrum: Wie viele Parkplätze verträgt bzw. braucht der Hilchenbacher Marktplatz?

Fotos: Jan Schäfer

Politur fürs Image gefragt

HILCHENBACH Einzelhandel im Stadtzentrum hat es nicht leicht / Kleinreden keine Lösung

Die Diskussion um die Anzahl der Parkplätze auf dem Marktplatz flammt wieder auf.

js ■ Der Kunde ist König – am Ende entscheidet er schließlich selbst, welche Geschäfte in seinem Wohnort Bestand haben und welche nicht. So etwa ließe sich eine wesentliche Erkenntnis der Sonder-sitzung des Hilchenbacher Stadtentwicklungsausschusses auf den Punkt bringen, zu der am Donnerstag zu vorgerückter Stunde insbesondere Einzelhändler und Gastronomen aus der Innenstadt eingeladen waren.

Die Idee zur Diskussionsrunde hatten die Grünen an die Verwaltung herangetragen; eigentlich mit dem Ziel, den neuen Eigentümer des ziemlich leerstehenden Gerber-Parks mit ins Stadtentwicklungsboot zu holen. Die Firma Cinthia Real Estate, seit einem guten Jahr im Besitz des Einkaufszentrums, indes lehnte eine Teilnahme ab – „aus Gründen der Diskretion und noch andauernder Strategieausrichtung“, ließ Wirtschaftsförderer Kyrillos Kaioglidis wissen. Zu einem späteren Zeitpunkt, wenn Konkretes in Sicht sei, wolle die Eigentümergesellschaft dem Ausschuss einen Besuch abstatten. Trotz dieser Absage hielten die Grünen an dem Wunsch fest, die „Zukunftsinitiative für den Einzelhandel in Hilchenbach“ ins Fachgremium zu tragen.

Aussagekräftige Zahlen und Daten als Diskussionsgrundlage gab es von der Wirtschaftsförderung: Derzeit gibt es im Stadtgebiet 181 Ladenlokale (inkl. Massagepraxen und Nagelstudios), 32 davon stehen leer – das ergibt eine stadtweite Leerstandsquote von 17,7 Prozent. Beim Blick auf den im städtischen Einzelhandelskonzept definierten zentralen Versorgungsbereich plus Tankstelle und „Auf der Roese“ beträgt die Leerstandsquote 20 Prozent – ohne den Gerber-Park (22 Läden, elf davon ungenutzt) wiederum 12 Prozent. Der Kaufkraftabfluss ist seit Jahrzehnten enorm in Hilchenbach – ein historisches Problem. Die Einwohner mit 24 578 Euro pro Kopf zwar überdurchschnittlich gute Einkünfte (sowohl im kreisweiten, als auch im landes- und bundesweiten Vergleich); 59 Prozent ihres Einkaufsgelds aber geben sie außerhalb der Stadtgrenzen aus – damit sind sie im Kreis Siegen-Wittgenstein Spitzenreiter im negativen Sinn.

Was hat sich getan, was wird sich tun? Mit dem neuen Einkaufszentrum mit Rewe und Rossmann an der Herrenwiese sei

„eine positive Entwicklung des Stadtbilds gelungen“, so Kaioglidis. Auch von den Bürgern werde es „durchweg sehr gelobt“. Auch die Post sei dort seit einigen Wochen wieder mit einer Filiale vertreten. Hoffnungen macht sich die Verwaltung auf die geplante Ausdehnung des Geschäftszentrums: Der bisherige Getränkemarkt soll abgerissen werden und Platz machen für einen Neubau mit drei Ladenlokalen, die zusammen etwa 700 Quadratmeter Verkaufsfläche bringen. Fertigstellung sei für Herbst 2020 avisiert. Wer konkret dort seine Zelte aufschlagen möchte, ist derzeit noch nicht zu erfahren. Bürgermeister Holger Menzel erklärte lediglich, dass es sich um Filialisten handele, die Rede war vom Bekleidungs-Segment.

Gespräche liefen laut Stadt zudem mit einem regionalen Bäckerei-Filialisten, der starkes Interesse an der Eröffnung mit Café habe und auch eine Sonntagsöffnung in Aussicht stelle. Wunschstandort sei der Bereich Ecke Ruinener Weg/B 508. Das dortige städtische Areal komme wegen der ausstehenden Gewässer-Renaturierung dafür nicht infrage – vielleicht aber das angrenzende Privatgrundstück, das mit dem Haus Hüttenhain ersteigert wurde.

„Die Händler sind das Aushängeschild eines jeden Zentrums“, machte IHK-Handelsreferent Marco Butz deutlich. Die Konjunkturdaten sprächen für den Handel. Herausforderungen wie Online müssten als Chance begriffen werden – nicht über einen aufwändigen Online-Shop, sondern um Präsenz zu zeigen und um auf das stationäre Angebot hinzuweisen. Querdenken könne sich lohnen, meinte Butz und nannte als Beispiel Shop-in-Shop-Systeme. „Das Ambiente des Marktes ist einmalig“, lobte er das Stadtbild, das andere Kommunen nicht zu bieten hätten.

Antje Krämer, Initiatorin der Bürgeraktion, mit der in den Sommerferien ein leerstehendes Gerber-Park-Lokal belebt wurde (die SZ berichtete ausführlich), berichtete von ihren Erfahrungen und Erkenntnissen. Unterstützt von Vereinen, Ehrenamtlichen und Händlern habe sie ins Bewusstsein gerufen, was Hilchenbach alles zu bieten habe. Ihre eigene Umfrage habe ergeben, dass die Bürger Interesse an ihrer Stadt hätten und auch bereit seien, etwas mehr Geld auszugeben, um den örtlichen Handel zu unterstützen.

Buchhändlerin Eva-Maria Groß berichtete von den Bemühungen des Aktionsrings Hilchenbach, der aber immer wieder an seine Grenzen stoße. Es sei noch viel möglich in Hilchenbach, der Treffpunkt um Markt und Gerichtswiese müsse weiter aufgewertet werden. Auch gastronomisch gebe es noch Potenzial in der Stadt, Hil-

chenbach könne weitere Angebote vertragen, heiße es aus der Gastro-Branche.

Doris Klein, Verkäuferin bei der Spielzeugkiste im Gerber-Park, bezeichnete es als „sehr traurig, dass nichts passiert“ im ausgedünnten Einkaufszentrum. Oft genug und schon lange habe man darauf hingewiesen, bekomme aber keine Antworten, wie es weitergehe. „Der Gerber-Park wird wie ein Stiefkind behandelt.“ Sorge bereitet Doris Klein, dass möglicherweise schon bald das Hinweisschild zum Einkaufszentrum vor dem Rathaus umgedreht werden könne in Richtung Herrenwiese. „Und dann?“

Ulrike Beier, die noch bis zum Jahresende eine Drogerie am Markt betreibt, bezweifelte, dass die Stadtmitte vom neuen Einkaufszentrum profitieren könne. „Dazwischen liegt die Straße, eine Anbindung wird nicht gelingen.“ Wichtig sei, dass Hilchenbach endlich sein Image aufpoliere. „Wir alle arbeiten fleißig mit am Negativbild.“ Ziel müsse sein, eine solide Grundversorgung zu sichern. „Bekleidungs-geschäfte bekommen wir ohnehin nicht mehr.“ Auch der Kunde selbst sei in der Verantwortung. „Er schließt die Geschäfte selbst, indem er nicht hingehet.“ In Umfragen seien viele Befragte nicht ehrlich. Da würden Fischgeschäfte von denen gefordert, die nur Karfreitag Fisch äßen und ein Café von denen, die sowieso nicht dorthin gehen würden.

Thorsten Hassler vom gleichnamigen Schuhhaus berichtete, wie er mit viel Arbeit und Mühe („Wir haben 80-Stunden-Wochen“) das Angebot aufrecht halte. Aktuell habe er das Konzept umgestellt, konzentriere sich auf ältere Menschen mit Problemfüßen – weniger auf Mode und Schnäppchenangebote als auf Qualität und Beratung. Wichtig sei ein besserer Informationsfluss von der Verwaltung, etwa wenn es um Baustellen gehe. Die staureichen Zeiten, die der erste Kreisbau verursacht habe, seien nicht leicht gewesen.

„Wie wichtig sind die Parkplätze auf dem Marktplatz?“, wollte Dr. Peter Neuhäus (Grüne) von den Händlern wissen. Metzger Jörg Schmitt, bisher immer Verfechter großzügigen Parkraums, würden inzwischen auch die Stellplätze auf der Sparkassenseite ausreichen – wenn diese nur von Kunden und nicht von Dauerparkern belegt würden. „Es kommt darauf an, was mit der gewonnenen Fläche passieren würde“, machte sich Thorsten Hassler Hoffnung auf eine bessere Aufenthaltsqualität. Ulrike Beier sprach sich indes klar für beidseitige Parkplätze aus. „Hier gibt es nicht viele zusammenhängende Geschäfte, die Leute können nicht flanieren.“ Angela Hermann (Tabakbörse) plädierte für konsequentere Kontrollen. Immer wieder stünden vor ihrem Laden in der Unterzche Dauerparker. Wenn sie im Rathaus darauf hinweise, werde sie getröstet.

Eine mögliche weitere Verkehrsberuhigung des Zentrums könnte schon in der nächsten regulären Stadtentwicklungsausschuss-Sitzung am 18. September wieder Thema werden. Unter der Überschrift „Hilchenbachs Marktplatz kann mehr!“ beantragen die Grünen, die Verwaltung mit der Erstellung eines Maßnahmenpakets zur Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Stadtmitte zu beauftragen.



Das Einkaufszentrum soll erweitert werden. Der Getränkemarkt muss weichen.



Noch werden Einkaufsfreudige vom Markt zum Gerber-Park geleitet. Bleibt das so?