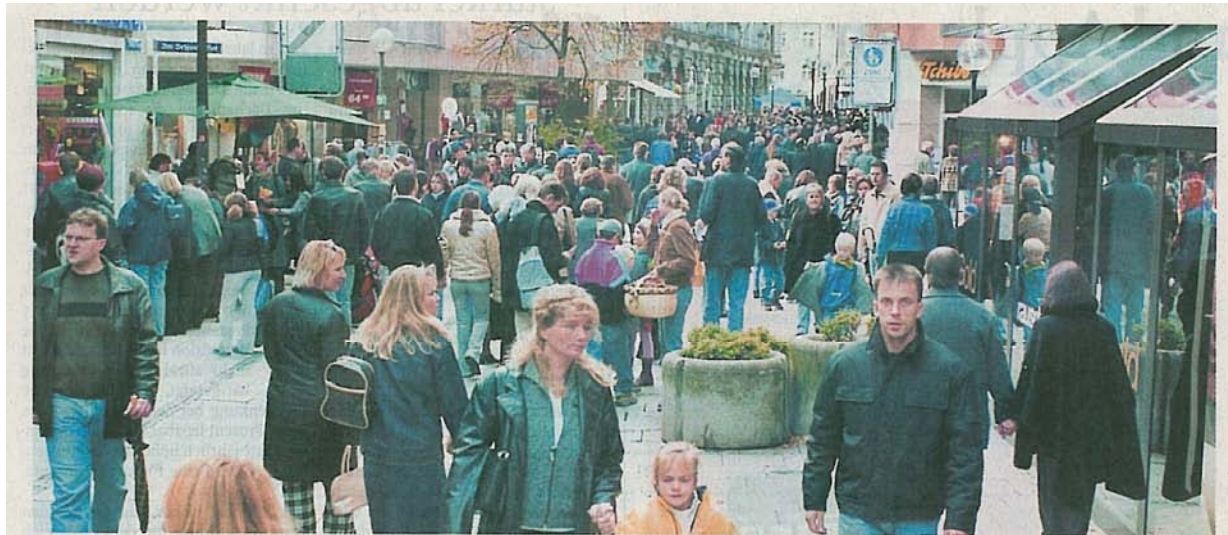


Presseartikel

Modellkommune: Langquaid  
Erscheinungsdatum: 21.11.07  
Zeitung: MZ



Stadtzentren sind wieder in: In Regensburg setzt man im Kampf um mehr Kunden auf den „Erlebnissfaktor Altstadt“.

Foto: MZ-Archiv

## Die Renaissance der Innenstädte

**STADTENTWICKLUNG** Der Wandel ist eingeläutet. Stadtzentren ziehen wieder mehr Kunden an – allerdings noch nicht überall.

VON JENS HENNING, MZ

**LANGQUAID.** Getrieben von der Tatsache, dass jeder Euro nur einmal ausgegeben werden kann, bekämpfen sich auch in der Oberpfalz und in Niederbayern in vielen Städten die kleinen und großen Traditions Geschäfte und die großen Einkaufszentren meist vor den Toren der Stadt. Die Innenstädte bleiben dabei immer noch oft auf der Strecke. Schließungen, Leerstände, Billig-Basare in den Zentren und boomende Discounter weit abseits auf der „Grünen Wiese“ sind heute tatsächlich eher die Regel als die Ausnahme.

### Schlüssige Konzepte gefragt

Doch der Trend könnte sich drehen: Die Grüne Wiese ist out, die Stadtzentren sind wieder in. Das ist die Botschaft der jüngsten Sitzung des Handelsausschusses der IHK Regensburg, einem Expertengremium aus Geschäftsführern großer Kaufhäuser, Einzelhändlern, Kam-

merexperten und Marketing-Verantwortlichen aus der Region. Viele Innenstädte erleben derzeit eine Renaissance – etwa in Regensburg, Cham, Neunburg vorm Wald (Kreis Schwandorf) und Langquaid (Kreis Kelheim). Ganz von allein kommt der Patient „Zentrum“ aber nicht mehr auf die Beine – schlüssige Konzepte mit allen Beteiligten sind gefragt. Einige ostbayerische Kommunen machen vor, wie es geht.

Zwei der Musterkommunen befinden sich im IHK-Bezirk Regensburg: Neunburg und Langquaid. In Langquaid hat eine Lenkungsgruppe um Bürgermeister Herbert Blaschek von den Geschäftsleuten bis zu den Jugendlichen im Ort viele Akteure an einen Tisch geholt. Mit klaren Ergebnissen: am Markt gibt es wieder einen Lebensmittelhändler. Das Jugendzentrum, eine integrative Bildungs- und Arbeitsstätte, neue Parkplätze und die Sanierung des kommunalen Gebäudes sollen neues Leben in die Altstadt bringen. Lidl & Co. siedeln sich in Langquaid demnächst zentrumsnah an, fußläufig zum Markt am ehemaligen Sportplatz. „Wir wollen, dass unsere Leute bei uns einkaufen“, so der Bürgermeister.

Auch Neunburg vorm Wald im Landkreis Schwandorf hat seinem Ortskern neues Leben eingehaucht. „Wir

wollen unsere Hauptstraße wieder zur Lebensader des Orts machen“, erklärte Johanna Gückel, die zweite Bürgermeisterin. Die Altstadtsanierung wurde in den vergangenen zwei Jahren vorangetrieben, ein professionelles Leerstandsmanagement ist in Planung. Mit einer Kampagne gegen Dauerparker im Zentrum gewann Neunburg für Kurzeinkäufer und Shoppingtouristen durch zusätzlichen Parkraum an Komfort. Um die Kunden im Ort zu halten entstand die „Neunburg Card“ mit Vergünstigungen für Neunburger, die im Ort kaufen.

Cham und Regensburg setzen im Kampf um mehr Kunden besonders auf den „Erlebnissfaktor Altstadt“. Das Re-

### ES FEHLEN MITTLERE FLÄCHEN

› In etlichen ostbayerischen Innenstädten sind die Zeichen bei weitem nicht so hoffnungsvoll. „Das Ausbluten der Innenstädte ist nicht überall gestoppt“, sagt Bernhard Pirzer, Inhaber des Modehauses Frühauf in Freystadt (Kreis Neumarkt) und Vorsitzender des IHK-Handelsausschusses. In den Innenstädten fehlten häufig die Flächen für Händler, die auf 700 bis 800 Quadratmetern verkaufen wollen. Neunburg vorm Wald hat mehrere Gebäude zusammengeführt, um dieses Problem zu lösen.

gensburger Stadtmarketing schafft für Gäste und Einheimische ganz neue Netzungen zwischen Tourismus und Handel. In einem „Regensburger Pakt für die Altstadt“ haben sich – unter Moderation des Stadtmarketing-Vereins – unterschiedlichste Akteure von Stadtverwaltung über Immobilieneigentümer bis zu den Handelsverbänden zum Wohle der Altstadt verpflichtet.

### Eigener „Altstadt-Kümmerner“

Mehr als 15 Projekte und Initiativen sind seitdem aus dem Pakt entstanden: Die Stadtverwaltung hat einen eigenen „Altstadt-Kümmerner“ eingesetzt. Es wurden neue Mieter für leerstehende Geschäfte gefunden und Einkaufstraßen, denen die Verödung drohte, mit attraktiven Läden und Boutiquen wiederbelebt, berichtete Svenja Uihlein vom Regensburger Stadtmarketing.

Immer mehr zum Renner entwickelt sich in Regensburg ein internationaler Einkaufsführer, der inzwischen neben Deutsch auch in Englisch, Französisch und Italienisch vorliegt. Der Shoppingführer gibt Touristen Insider-Tipps zu Traditionslokalen und -geschäften – vom historischen Biergarten bis zum alteingesessenen Hutmacher und verweist auf die Kulturhöhepunkte und die Sehenswürdigkeiten der Stadt.