



Heute

Lokales



Kampf für die Quote

Herrenbergs Gleichstellungsbeauftragte Birgit Kruckenberg-Link spricht im „Gäubote“-Interview über 100 Jahre Frauenwahlrecht. **Seite 17**

Senioren erinnern sich

Viele Herrenberger sind mit der Spitalkirche eng verbunden. Schon seit Jahrzehnten. Jetzt erzählten Senioren von ihren Erinnerungen an die Kirche. **Seite 19**

Lokalsport



Aylin Bok wieder im Kader

Die SG H2Ku Herrenberg tritt heute Abend in der Zweiten Bundesliga beim VfL Waiblingen an. Aylin Bok steht erstmals wieder im Kader. **Seite 23**

Sporttermine

Seite 24

Tipps & Termine

Seite 20

Wetter

Seite 21

www.gaeubote.de

① Schicken Sie uns Ihre Meinung. Alle Artikel dieser Ausgabe auf www.gaeubote.de

Kommentar

Idyllisch, aber es gibt zu wenig

Einzelhandel in Herrenberg ► Das Institut für Handelsforschung (Köln) hat in der Herrenberger Innenstadt Kunden befragt, was sie an der Einkaufsstadt schätzen und was nicht. Mindestens genauso interessant wäre es zu erkunden, weshalb viele Einzelhändler eben nicht in Herrenberg einkaufen. Warum also kommen viele Kernstadt-Herrenberger, Stadtteil-Herrenberger und Umland-Herrenberger nicht in die schnuckeligen Gäu-Metropole? Hört man sich dazu im Freundes- und Bekanntenkreis um, stößt man immer wieder auf eine Antwort: Es gibt in Herrenberg zu wenige Angebote. Wenn die Mutter zu dm und C&A will, die Tochter zu H&M und der Sohn zum Elektronikmarkt, lassen sich nur wenige Argumente für einen Abstecker nach Herrenberg finden – so idyllisch und heimelig die Altstadt auch sein mag. Neben den genannten Unternehmen sind beispielsweise auch Rewe, Lidl, Penny, Real oder diverse Modegeschäfte nicht in Herrenberg anzutreffen, sondern in Gärtringen, Nufringen, Bondorf, Öschelbronn, Altingen, Pfäffingen, Entringen, Jettingen und Nagold. Zu manchen dieser Geschäfte mag man stehen, wie man will – nicht jeder möchte im Discounter oder in bestimmten Billig-Klamottenläden einkaufen. Fakt ist aber: Solche Angebote bringen Frequenz in die Stadt, und diese Frequenzbringer kaufen dann – wenn sie schon da sind – möglicherweise ihre Schuhe im alteingesessenen Schuhgeschäft oder ihre Torwarthandschuhe im alteingesessenen Sportladen. Ein weiterer Punkt ist nicht nur bei der Diskussion am Mittwoch deutlich geworden: Obwohl der ÖPNV in den vergangenen Jahren stark ausgeweitet und verbessert worden ist, spielt er offensichtlich weder bei den Einzelhändlern noch bei den Mitarbeitern noch bei den Kunden eine nennenswerte Rolle – schade. Deshalb werden auch die Busse, die leer aus und nach beispielsweise Wildberg oder Kayh fahren, die Verkehrssituation nicht entschärfen und die Stadtluft nicht verbessern.



Von Konrad Buck

Telefon 070 32/95 25-215
redaktion@gaeubote.de

Innenstadt soll zur Wohlfühl-Oase werden

Herrenberg: Diskussion zur Zukunft des Einzelhandels – Stadtmarketing-Chef will großen Elektronikmarkt

Woran krank die Herrenberger Innenstadt, was muss dort verbessert werden? Bei der von der IHK-Bezirkskammer organisierten Podiumsdiskussion zur Zukunft des Herrenberger Einzelhandels waren viele Ideen zu vernehmen, wie man die Situation in der Innenstadt aufwerten könnte: von einheitlichen und längeren Öffnungszeiten über ansprechende Dekorationen bis hin zu einem großen Elektronikmarkt als „Magnet“ – und vor allem eine Wohlfühlatmosphäre.

VON KONRAD BUCK

Die Situation des Einzelhandels stieß auf großes Interesse: Das Herrenberger Volksbank-Studio war am Mittwochabend voll besetzt. „Das Thema brennt den Geschäftsleuten unter den Nägeln“, sagte eingangs Dr. Maximilian Binzer, Vorstandsmitglied bei der Volksbank Herrenberg-Nagold-Rottenburg. Binzer bezog sich auch auf einen „Gäubote“-Artikel, der mit dem Titel „Es gehen derzeit immer mehr die Lichter aus“ die Leerstände in der Stuttgarter Straße thematisierte.

Herrenberg vereine als „Stadt der kurzen Wege“ zwar „Lebensqualität und Leistungsfähigkeit“ und biete eine „einzigartige Kombination zwischen Leben und Arbeiten“, müsse sich aber auch dem Wettbewerb mit starken Nachbarn stellen, sagte Andreas Hadler, Präsident der IHK-Bezirkskammer Böblingen, und nannte namentlich Böblingen/Sindelfingen, Nagold/Jettingen, Tübingen/Reutlingen, die Outlet-City Metzingen und den Onlinehandel. Dass Herrenberg mit Straße und Schiene gut angebunden ist, erweist sich dabei sowohl als Vor- als auch als Nachteil. „Die gute Erreichbarkeit bedeutet auch, dass andere Einkaufszentren gut zu erreichen sind“, erklärte Hadler.

„Die Herrenberger Altstadt ist etwas vernachlässigt“

Immer wieder wird die Gäu-Stadt mit Nagold verglichen. Was macht Nagold anders oder besser als Herrenberg? Unumgänglich ist offensichtlich, dass eine Stadt und die zu ihr gehörenden Läden auch die emotionale Ebene der Kunden ansprechen und eine Wohlfühl-Atmosphäre vermitteln sollen. Die Herrenberger Fromagerie Holzapfel beispielsweise ist seit 25 Jahren auf dem Nagolder Wochenmarkt präsent – Geschäftsführerin Martina Holzapfel weiß also aus erster Hand, was den Kunden an der Nagolder Innenstadt behagt. „Die Kunden fühlen sich wohl in Nagold, schätzen die sehr große Vielfalt und die tollen Geschäfte – sie fühlen sich einfach willkommen und gehen gerne in die Stadt“, beschreibt sie die Vorzüge der Großen Kreisstadt im Landkreis Calw. Der Herrenberger Innenstadt sprachen die

Diskutanten zwar die Wohlfühl-Atmosphäre nicht vollständig ab, aber: „Man hat schon das Gefühl, dass die Altstadt etwas vernachlässigt ist“, gab Jochen Schmidt, der Vorsitzende des neuen Herrenberger Stadtmarketing-Vereins, seine Eindrücke wieder. Den Nagoldern gelinge es viel besser, einzelne Zielgruppen anzusprechen und für die Stadt zu begeistern.

Schmidt nannte in diesem Zusammenhang exemplarisch einen Familienausflug, bei dem die Interessen der einzelnen Familienmitglieder unterschiedlich ausgeprägt sind. Die Mutter habe keine Lust, sich mit misstrauigen Familienmitgliedern durch die Innenstadt zu schleppen. Deshalb gereiche es nicht nur dem familiären Frieden, sondern auch der jeweiligen Stadt zum Vorteil, wenn die jugendlichen Familienmitglieder sich beispielsweise in einem Elektronikmarkt umschauen könnten (und dort kurzzeitig „entsorgt“ werden könnten, wie Schmidt launig anmerkte). Der Vater könnte sich derweil an oder in einer Gaststätte stärken – Schmidt nannte in diesem Zusammenhang eine Tübinger Kult-Currywurstbude. Während Vater und Kinder somit „outgesourct“ sind, könnte die Mutter ihrem individuellen und ungestörten Einkaufsvergnügen frönen – also spezielle Angebote für jedes Geschlecht und Alter. Auf Herrenberg bezogen, hält es der Stadtmarketing-Vorsitzende vor allem für angezeigt, zügig einen Elektronikmarkt „in relevanter Größe à la Media-Markt“ anzusiedeln. Als idealen Standort für solch einen „Magneten“ bezeichnete Schmidt das ehemalige Baumarkt-Gelände in Richtung Nufringen. „In vergleichbaren Städten werden 25 Prozent des Umsatzes durch solche Consumer Electronics generiert“, sagte er.

Wie kann man sonst noch dem Abwärtstrend begegnen und die Innenstadt attraktiver gestalten? „Das Angebot ist besser, als viele wahrnehmen, aber wir haben ein Riesen-Paket an Hausaufgaben zu machen“, betonte Jochen Schmidt. Dazu zählen die vielen leerstehenden Läden. Dieser Leerstand, so ergänzte der Vorsitzende des Stadtmarketing-Vereins, sei bedrückend, sei aber auch das Ergebnis einer Marktberreinigung. Mitunter seien die Eigentümer gar nicht daran interessiert, einen verwaisten Laden wieder mit Leben zu erfüllen, oder die Infrastruktur entspreche nicht mehr den heutigen Anforderun-



Fußgängerzone in Herrenberg: „Riesen-Paket an Hausaufgaben“ GB-Foto: Holom

– etwa wenn in einem Geschäft gar keine Toiletten vorhanden sind. Schmidt sieht hier auch die Eigentümer in der Pflicht, die Leerstände zu aktivieren.

Einheitliche und längere Öffnungszeiten, ansprechende Dekorationen, angenehm gestaltete Unterführungen oder ein funktionierender Aufzug am Nufringer

Tor – das waren weitere Punkte, die den Diskutanten verbesserungswürdig erschienen. Aber auch die Einzelhändler müssten ihren Teil dazu beitragen, wie Martin Breitner anmerkte, Inhaber des Schuhhauses Breitner und Vorstandsmitglied beim Gewerbeverein: „Der Erfolg funktioniert, man muss es aber richtig machen. Wenn wir nicht besser sind als die anderen, kommen die Leute nicht zu uns.“ OB Thomas Sprißler beurteilt die Situation des Einzelhandels differenziert: „Wir haben Raketen, wir haben aber auch andere, die noch Potenziale haben. Das Potenzial insgesamt ist aber riesig.“

Wie die Kunden den Einzelhandel bewerten, geht aus einer Studie hervor, die das Institut für Handelsforschung (Köln) erhoben hat. Die Ergebnisse werden im April vorgestellt. „Das Ambiente hat eine glatte Eins bekommen, die Gastronomie, insbesondere die Straßen-Gastro, ist ein echtes Zugpferd“, fasste Schmidt einige Punkte vorab zusammen. Dem Podiumsgespräch schloss sich eine Diskussion an (siehe unten auf dieser Seite).

Herrenberger Geld fließt raus

Die Probleme des Herrenberger Einzelhandels spiegeln sich auch in den Zahlen wider, die Andreas Hadler vorrug, der Präsident der IHK-Bezirkskammer Böblingen: Im Landkreis Böblingen steht den Bürgern eine Kaufkraft von über drei Milliarden Euro pro Jahr zur Verfügung, davon 250 Millionen Euro für die Herrenberger Einwohner. Der

stationäre Herrenberger Einzelhandel schöpft davon aber nur knapp 180 Millionen Euro ab – die restlichen 70 Millionen werden online oder in anderen Städten ausgegeben. Die Herrenberger Bürger sind zwar wohlhabender als der Bundesdurchschnitt, der stationäre Einzelhandel profitiert davon aber nur unterdurchschnittlich. „Die Kaufkraftbindung, die der stationäre Handel in Herrenberg erzielt, liegt nur bei 81 Prozent“, erklärt Martin Eisenmann (IHK-Referatsleiter Handel), der die Diskussion mit IHK-Geschäftsführerin Marion Oker moderierte. -buc-

„Viel mehr Leute schimpfen übers Parken“

Herrenberg: OB Thomas Sprißler kündigt Änderungsvorschläge bei den Tarifen an

Trägt auch die Stadtverwaltung ihren Teil dazu bei, die Einkaufssituation in Herrenberg zu verbessern? Unter anderem um diese Frage ging es, als bei der IHK-Veranstaltung im Volksbank-Studio auch die Zuhörer das Wort ergreifen durften. Zuvor waren bei dem sachlichen Podiumsgespräch große Kontroversen ausgeblieben – wohl auch deshalb, weil die auf dem Podium vertretenen Unternehmer Martin Breitner (Schuhhaus Breitner) sowie Martina Holzapfel und Birgit Böhme (Fromagerie Holzapfel) mit dem Geschäftsgang in Herrenberg durchaus zufrieden sind. Erst als anschließend die Zuhörer in die Diskussion einbezogen wurden, ging es kontroverser zu.

Willi Sehner: „Sie brauchen uns, aber wir brauchen Sie nicht“

Willi Sehner vom gleichnamigen Sportfachgeschäft schilderte den Fall, wie sich eine Kundin Skischuhe nach Hause auslieh, um sie dort zu testen. Am nächsten Tag tauchte sie wieder im Laden auf mit dem Hinweis, dass diese Skischuhe im Internet 80 Euro billiger zu haben wären, verbunden mit der Frage, ob sie die Schuhe im stationären Sportfachgeschäft ebenfalls um 80 Euro billiger erwerben könne. „Eine Stunde lang gab es heute nur eine Bestandsaufnahme – das wissen wir doch schon alles. Ich habe nichts Neues gehört“, kritisierte Sehner den Inhalt der Diskussion und schenkte dem Oberbürgermeister Thomas Sprißler und dem Stadtmarketing-Vereinsvorsitzenden Jochen Schmidt noch kräftig ein: „Herr Sprißler, Herr Schmidt, Sie brauchen uns, aber wir brauchen Sie nicht.“ Sprißler erwiderte in seiner Replik, dass Privatleute und die Stadt Millionen investieren – das Erscheinungsbild Herrenbergs werde sich deutlich wandeln. „Wenn man nach vorne

gehen will, muss man auch den Status quo analysieren. Und ich habe mir für ein Qualitätssiegel für die Herrenberger Händler die Hacken abgelaufen“, so Thomas Sprißler. Er wies zudem darauf hin, dass der Trend zum Onlinehandel nichts mit der Stadtverwaltung zu tun habe, sondern dem veränderten Kaufverhalten geschuldet sei.

Und dann natürlich noch das Thema Parken, das Einzelhandel und Kunden gleichermaßen bewegt. Die beiden an der Bahnlinie und in der Hindenburgstraße geplanten Parkhäuser seien „zwei Mosaiksteine eines großen Konzepts, um die Innenstadt attraktiver zu gestalten“, merkte Thomas Sprißler an. Der Gemeinderat und Unternehmer Achim Gack ermunterte in diesem Zusammenhang die anwesenden Gäste, an dem geplanten Parkhaus



Über den Einzelhandel diskutierten (von links) Marion Oker, Jochen Schmidt, Thomas Sprißler, Martina Holzapfel, Birgit Böhme, Martin Eisenmann und Martin Breitner GB-Foto: Holom

in der Hindenburgstraße festzuhalten: „Liebe Händler, lasst euch nicht belabern und lasst euch nicht vom Parkhaus abbringen. Ich wünsche mir, dass der Gemeinderat standhaft bleibt und dass ein Parkhaus dicht an der Innenstadt gebaut wird.“ Bemängelt wurde in der Diskussion, dass man sich in Herrenberg derzeit an den Parkautomaten vorab festlegen müsse, wie lange geparkt werden soll, und sich dann gegebenenfalls einen Strafzettel einhandelt, wenn man die Parkzeit überzieht – im Gegensatz zu Parkhäusern, wo die Nutzer ihren Parkschein erst dann bezahlen, wenn sie ihre Besorgungen erledigt haben und das Parkhaus verlassen. „Viel mehr Menschen schimpfen übers Parken als über die Öffnungszeiten. Von uns fordert man Kundenfreundlichkeit, aber die Stadt ist nicht kundenfreundlich“, monierte Wolfgang Bre-

itner, Senior-Chef des Schuhhauses. Beim Thema Parken seien aber sehr schnell deutliche Veränderungen oder zumindest Vorschläge dafür zu erwarten, kündigte der OB an – beispielsweise mit einer kostenlosen Parkstunde.

Skeptisch zu neuen Parkplätzen und -häusern äußerten sich vor allem Bürger, die in unmittelbarer Nähe wohnen, glaubt Martin Breitner: „Die Kunden aus Wildberg, Deckenpfronn oder auch Kayh kommen nur mit dem Auto.“ Mit Parkproblemen sehen sich aber nicht nur die Kunden konfrontiert, sondern auch die Mitarbeiter der Geschäfte. Zuhörerin Waltraud Pfisterer-Preis warf die Frage auf, ob die Inhaber ihre Mitarbeiter mit Job-Tickets unterstützen könnten. „Was wollen Mitarbeiter aus Wildberg mit einem ÖPNV-Ticket?“, fragte Martin Breitner in die Runde. Stattdessen übernimmt er die Hälfte der Kosten, die seine Beschäftigten für eine Monats-Parkkarte entrichten müssen.

Einen Vergleich mit der weiten Welt zog der Haslacher Peter Weidner, als er anregte, die ÖPNV- und Parkplatz-Nutzung mit einer einheitlichen Karte zu vereinfachen: „Als wir unseren Sohn in Hongkong besucht haben, haben wir als Erstes eine Hongkong-Card in die Hand bekommen, mit der wir Busse nutzen und Parkplätze bezahlen konnten.“

KONRAD BUCK