

Stärken, aber auch noch viele Schwächen

Stadtmarketing: Was das Gewerbe meint

Obernkirchen (rnk). Viele Stärken und viele Schwächen - so lautet zusammengefasst das Fazit der dritten Stadtmarketinggruppe "Gewerbe, Handwerk und Dienstleistung", das nach sechs Sitzungen in acht Monaten jetzt gezogen wurde.

Die Verkehrsanbindung der Stadt sei gut, doch es könne keine unmittelbare Autobahn anbindung wie im Auetal geboten werden - für bestimmte Gewerbebezüge sei das ein Mangel. Die attraktive Lage als Wohnstandort ist unbestritten: Durch die naturräumlichen Gegebenheiten sei Obernkirchen gegenüber vielen anderen Standorten auch in unmittelbarer Nähe im Vorteil. Das neue Gewerbegebiet an der Bundesstraße könne für die Neuansiedlung von Betrieben zu guten Konditionen sehr attraktiv sein. Es verfüge über ausreichende Flächen mit gutem Zuschnitt und guter Erschließung.

Bei den Schwächen der Stadt setze die raumordnerische Beschränkung als Grundzentrum der Stadt in vielfältiger Hinsicht enge Grenzen der Entwicklung und Förderung. Zudem seien die zunehmenden Leerstände in der Innenstadt ein gravierendes Problem. Auch die Einwohnerentwicklung sei seit geraumer Zeit negativ. Eine Trendumkehr sei hier die Voraussetzung für viele andere Projekte. Der Vorschlag der Gruppe: Werbung soll für einen verstärkten Zuzug nach Obernkirchen sorgen.

Die frühere wirtschaftliche Stärke Obernkirchens beruhe auf traditionellen Industrien, die heute entweder nicht mehr vorhanden sind oder einem gravierenden Strukturwandel unterzogen wurden. Bisher sei kein Konzept erkennbar, welche Arbeitsplätze in Zukunft Obernkirchen prägen könnten, befanden die Mitglieder der Arbeitsgruppe.

In einem zweiten Arbeitsschritt hat sich die Gruppe auf drei Maßnahmen konzentriert, die mit Priorität umgesetzt werden sollen.

Die grundsätzlich hohe Wohnqualität müsse als Potenzial stärker genutzt werden. Ein entsprechendes Gesamtkonzept für ein differenziertes Wohnflächenangebot fehle, damit insbesondere frei werdende Flächen überplant werden könnten. Im Rahmen einer Arbeitssitzung sollen daher die planerischen und gestalterischen Möglichkeiten für ein Wohnflächenkonzept vorgestellt werden. Im Anschluss daran solle ein Gesamtkonzept erarbeitet werden, dass in baurechtliche Verfahren einmünde. Damit werde die Grundlage geschaffen, um den Wohnstandort aktiv zu vermarkten.

Die Gewerbebrachen und Konversionsflächen stellen nach Meinung der Stadtmarketinggruppe auch ein Zukunftspotenzial für neue Nutzungen dar. Diejenigen Flächen, die nicht für Wohnzwecke geeignet seien, könnten für andere Nutzungen aufbereitet werden. Dabei kämen vor allem neue Gewerbenutzungen im Dienstleistungs- oder Handelsbereich in Frage.