

Bürgerwerkstatt

Dokumentation

20. Mai 2009



IDENTITÄT & IMAGE
Coaching AG

Büro Augsburg
Bei St. Ursula 12
86150 Augsburg

Tel. 08 21 / 319 67 52

Fax 08 21 / 319 67 53

eichmann@identitaet-image.de

www.identitaet-image.de

Ort, Datum

Stadthalle, Germering

Mittwoch, 20. Mai 2009, 19.00 – 21.30 Uhr

Ablauf

ZEIT	PROGRAMMPUNKT
19.00	Begrüßung Oberbürgermeister Andreas Haas
19.10	Einführung in den Abend und in das Stadtentwicklungskonzept Roland Eichmann (Identität & Image)
19.30	Rückblick auf die bisherigen Ergebnisse (Klausurtagung, Stadt(ver)führung) Roland Eichmann (Identität & Image)
20.00	Vorstellung der aktuellen Einzelhandelsanalyse Dr. Manfred Heider (Dr. Heider Wirtschafts- und Standortberatung)
20.30	Stärken und der Handlungsbedarfe Germerings Beurteilung durch die Teilnehmer/innen durch eine Kartenabfrage
21.00	Impulse aus der Kartenabfrage – Diskussions-Runde
21.30	Ausblick auf die weiteren Beteiligungsmöglichkeiten und Verabschiedung



Begrüßung durch Oberbürgermeister Haas

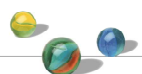
1. Einführung

Die Begrüßung der ca. 130 Teilnehmer/innen erfolgte durch den Oberbürgermeister der Stadt Germering, Herrn Andreas Haas. Im Anschluss führte der Moderator des Abends Roland Eichmann in den Abend ein.

In das Stadtentwicklungskonzept, die dahinter liegenden Grundideen von Stadtentwicklung und die Strukturen in Germering waren Themen des ersten Inputreferats. Roland Eichmann:



IDENTITÄT & IMAGE
Zukunftsperspektiven für Kommunen



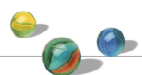
Ein Stadtentwicklungskonzept für Germering

- Langfristige Ausrichtung:
Strategie statt Aktionismus
- Reibungskonflikte verringern:
Dialogkultur statt unnötiger Streit
- Effizienz und Wirkungsgrad steigern:
Projektmanagement
- die Potenziale vor Ort strukturiert nutzen:
Kreativität der Bürgerinnen und Bürger

© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG

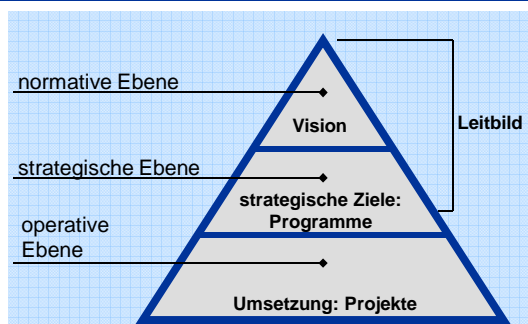


IDENTITÄT & IMAGE
Zukunftsperspektiven für Kommunen

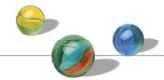


Was ist ein Leitbild?

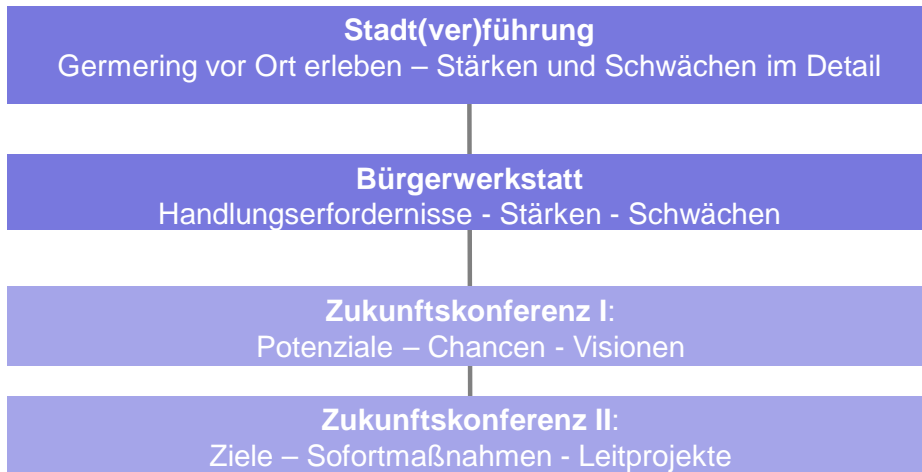
- ein Zukunftsprogramm:
Germering 2025
„**Wo wollen wir hin?**“
- eine Landkarte zur Orientierung
„**Wie kommen wir dahin?**“
- eine Vereinbarung zwischen
Stadt – Bürgerschaft – Vereine - Wirtschaft
„**Hier legen wir uns fest!**“



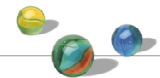
© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG



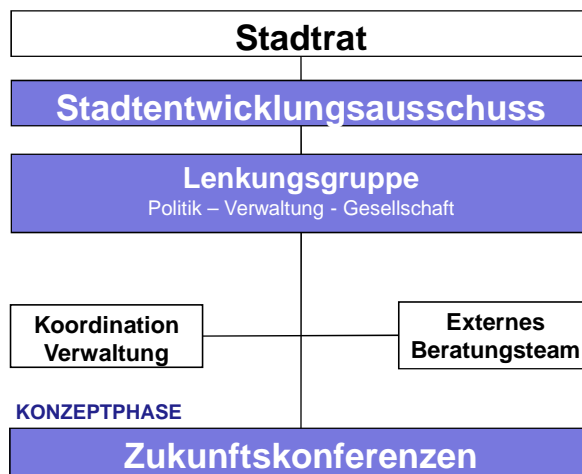
Stadtentwicklungskonzept – Bausteine



© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG



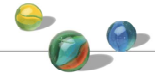
Stadtentwicklungskonzept – Zusammenspiel



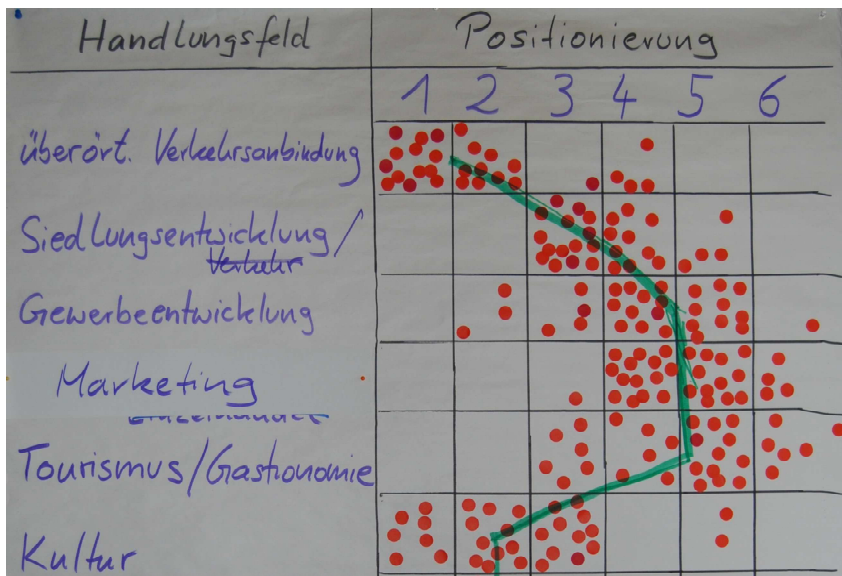
© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG

2. Rückblick auf die bisherigen Ergebnisse

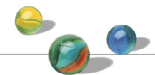
Im Rahmen des Stadtentwicklungskonzepts sind bereits Vorarbeiten, inhaltliche Diskussionen und Veranstaltungen gelaufen. Das sind vor allem die Klausurtagung von Stadtentwicklungsausschuss und Lenkungsgruppe und die Stadt(ver)führung. Die ersten Ergebnisse stellte Roland Eichmann zusammengefasst dar. (Die Dokumentationen sind abrufbar unter www.germering.de)



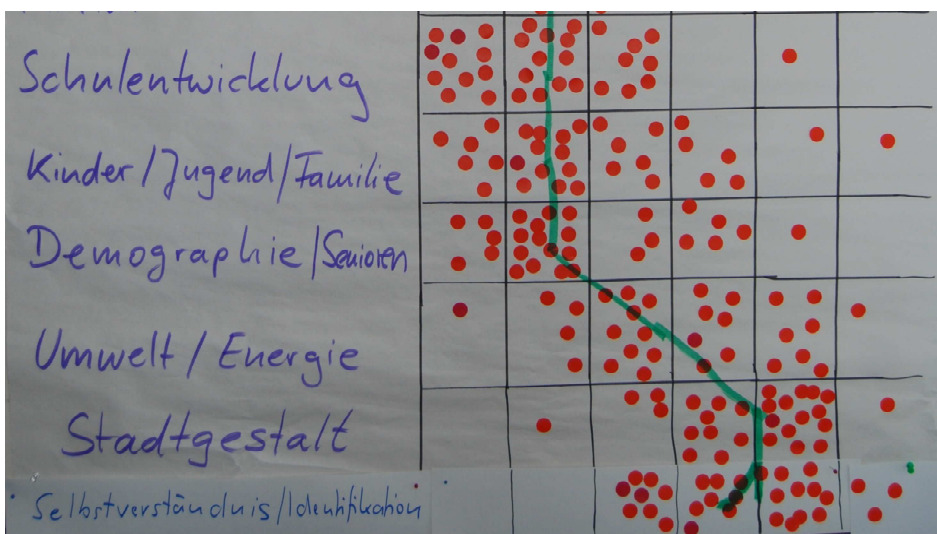
Klausur des Stadtentwicklungsausschusses und Lenkungsgruppe



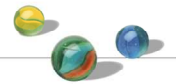
© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG



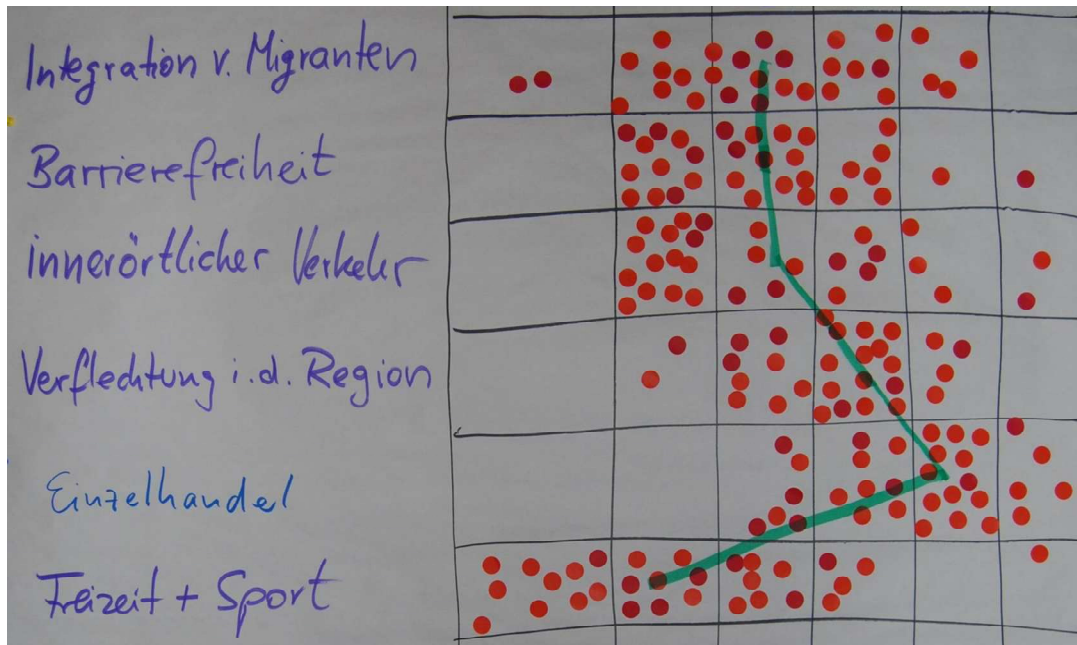
Klausur des Stadtentwicklungsausschusses und Lenkungsgruppe



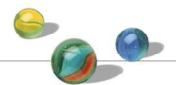
© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG



Klausur des Stadtentwicklungsausschusses und Lenkungsgruppe



© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG



Klausur des Stadtentwicklungsausschusses und Lenkungsgruppe

Die acht wichtigsten Handlungsfelder:

- Stadtgestalt, Siedlungsentwicklung und Verkehr
- Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie
- Gewerbeentwicklung
- Umwelt, Energie und Klimaschutz
- Selbstverständnis und regionale Verflechtung Germerings
- Zusammenleben und gesellschaftlicher Wandel
- Freizeit und Kultur
- Marketing nach Innen und Außen

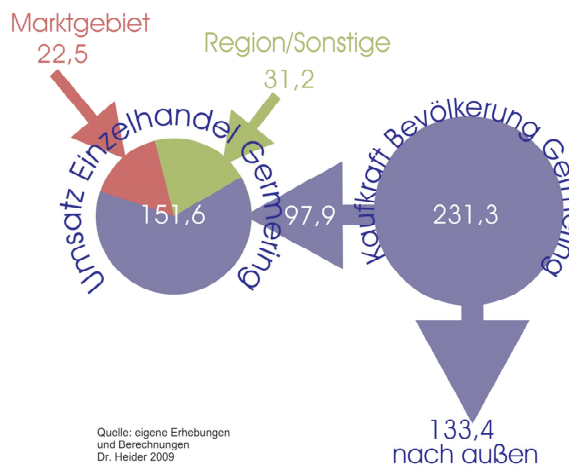
© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG

3. Vorstellung der Einzelhandelsanalyse

Dr. Manfred Heider stellte die ersten Ergebnisse der noch laufenden Untersuchung zum Einzelhandel in Germering vor. Eine Auswahl der Ergebnisse (vollständige Präsentation unter www.germering.de):

Einzelhandelsanalyse Germering

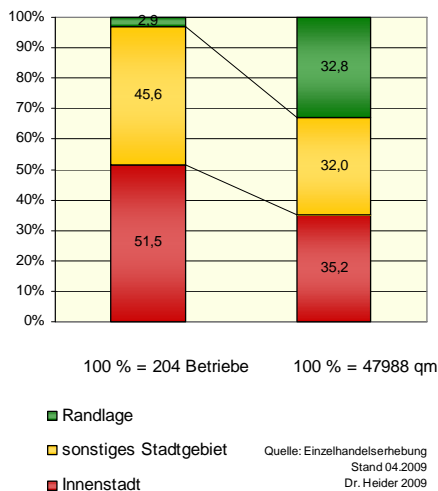
Kaufkraftorientierung und Zusammensetzung der Umsätze in Germering 2009 (in Mio. €)



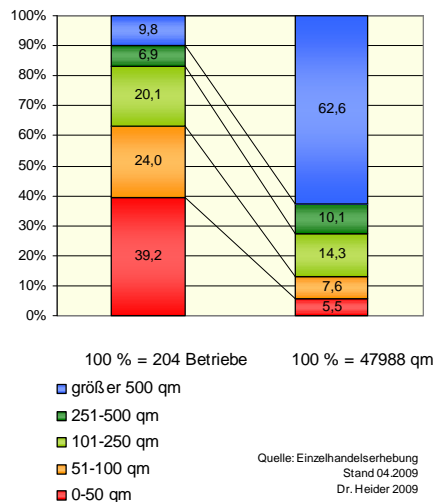
Marktsituation

Einzelhandelsanalyse Germering

Die räumliche Verteilung des Einzelhandels Germering



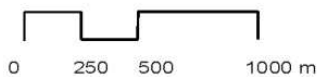
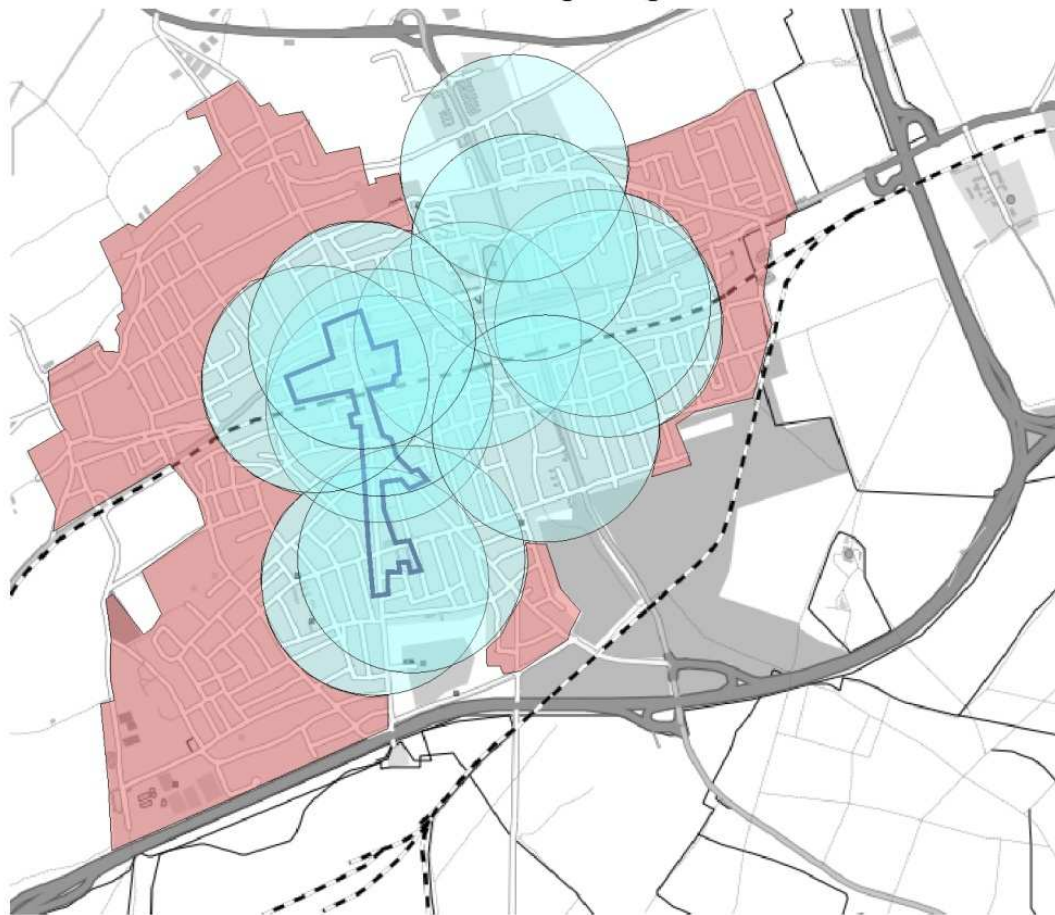
Die Größenstruktur des Einzelhandels Germering






Einzelhandels- und Raumstruktur

Stadt Germering
Einzelhandelsanalyse

**Versorgungssituation mit Lebensmittelmärkten
sowie Bereiche ohne leistungsfähige Lebensmittelmärkte**



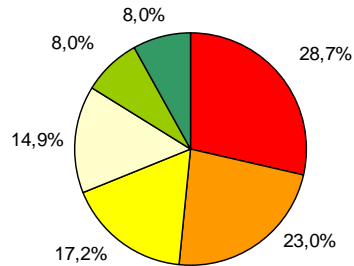
-  fußläufiger Einzugsbereich der Lebensmittelbetriebe über 250m² Verkaufsfläche; (Radius: 500m)
-  Bereiche ohne leistungsfähige Lebensmittelmärkte
-  Innenstadt

Kartengrundlage: Creative Commons Attribution-Share Alike 2.0
Quelle: Eigene Erhebungen
Stand: 04.2009
Entwurf u. Kartographie: Dr. Heider 2009



Einzelhandelsanalyse Germering

Stärken des Standortes Germering



- gute Verkehrsanbindung (z.B. BAB-Anschluß und S-Bahnanschluß)
- angenehmes soziales Umfeld, gute soziokulturelle Infrastruktur und politisches Umfeld
- gute Kaufkraft der Kunden und großes Marktgebiet mit hoher Einwohnerzahl
- guter Kundenstamm und Käuferbindung durch das Einzelhandelsangebot
- zentrale und gute Lage, Nähe zu München
- Keine Standortstärken

Anteil der Nennungen
Mehrfachantw. orten möglich

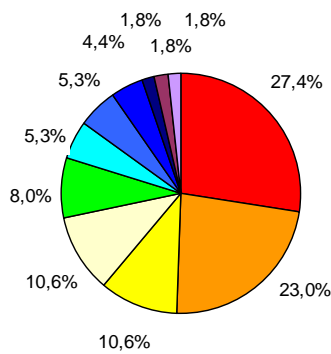
Quelle: Einzelhandelsbefragung
Dr. Heider 2009



Einzelhandelsbefragung

Einzelhandelsanalyse Germering

Schwächen des Standortes Germering



- keine Stadtmittle und kein konzentrierter Hauptgeschäftsbereich
- Defizite in der Einzelhandelsstruktur und im Branchenmix
- politische Rahmenbedingungen und Stadtverwaltung
- Nähe zu München
- Bevölkerungsstruktur und Einkaufsverhalten
- Defizite Verkehr
- Defizite bei der Beschilderung und den Werbemöglichkeiten
- Parkplatzsituation
- Defizite in der Gastronomie
- Konkurrenzsituation im Einzelhandel
- keine Standortschwächen

Anteil der Nennungen
Mehrfachantw. orten möglich

Quelle: Einzelhandelsbefragung
Dr. Heider 2009



Einzelhandelsbefragung

Einzelhandelsanalyse Germering

Fazit:

Stärken des Einzelhandelstandortes:

- + Sehr gute Anbindung an das übergeordnete Verkehrsnetz durch die Autobahnen 96 und 99, der Bundesstraße 2 sowie eine leistungsfähige S-Bahnanbindung nach München
- + Positive Bevölkerungsentwicklung in den letzten Jahren, bis 2025 weiterer Anstieg prognostiziert
- + Sehr gute Ausstattung an sozialen Infrastruktureinrichtungen (z.B. Mehrgenerationenhaus)
- + Attraktiver Wohnstandort
- + Das Kaufkraftniveau liegt deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt
- + Wenige Leerstände
- + Entwicklungsflächen in der Innenstadt
- + Gute Erreichbarkeit der Betriebe in der Innenstadt, vielfach direkt anfahrbar sowie eine insgesamt als ausreichend bewertete Anzahl an Stellplätzen
- + Weitgehend intakter Immobilienbestand als Voraussetzung für Einkaufsstandort Innenstadt

Schwächen des Einzelhandelstandortes:

- Weit unterdurchschnittliche Beschäftigtenquote von 0,15 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort pro Einwohner (Bayern: 0,35; Vergleichskommunen: 0,41) → „Schlafstadt“
- Durch die starke Konkurrenz im Einzelhandel (insbesondere München) ist das Marktgebiet nur begrenzt entwicklungsfähig
- Der Einzelhandelsstandort steht in zunehmender Konkurrenz in unmittelbarer Nähe (insbes. München-Freiham, 'Ikarus'-Puchheim, Vorhaben Pasing)
- Hoher Kaufkraftabfluss, die Kaufkraftbindung im Einzelhandel ist deutlich geringer als der bundesweite Durchschnitt
- Leitsortimente des Einzelhandels in der Innenstadt nur unzureichend vertreten
- Umstrukturierungsdruck auf bestehende Standorte
- Kein zentraler Innenstadtbereich, der Hauptgeschäftsbereich zieht sich „schlauchförmig“ durch die Stadt
- Konzentration der Leerstände in der City-Galerie und der Germeringer „Harfe“
- Einzelne Geschäftsbereiche weisen deutlichen Attraktivierungsbedarf auf
- Mangelnde Identifikation der Bevölkerung mit der Stadt

Kernpunkte

Struktur- und Branchendefizite im Einzelhandel

Ausbaupotenziale trotz niedriger Kaufkraftbindung nur begrenzt ausbaufähig

Verdichtung des Einzelhandels in zentraler Lage

Verbesserungsfähige Atmosphäre als Einkaufsstadt



3. Abfrage der Stärken und der Handlungsbedarfe

Stadtgestalt, Siedlungsentwicklung und Verkehr

Stärken	Handlungsbedarfe
Germering ist schön, schon seit 1958	Germering soll attraktiver werden
Germering hat sämtliche wichtigen „Funktionen“	Stadtgestaltung
Verkehrsanbindung (5x)	Stadtgestalt = Katastrophe
Gute Infrastruktur und Verkehrsanbindung (2x)	Stadtbild
Offener Platz (noch) vor der Stadthalle	Stadtstruktur inkl. Gewerbe
Stadthalle und Bibliothek mit freier Fläche davor	Defizite bei der Stadtgestaltung, u.a. auch in den Dorfkernen
Stadthalle und Umgebung und Kreisverkehr in der jetzigen Form (Bouleplatz und Bodenmosaik)	Ort soll zusammenwachsen, Bahnlinie unterirdisch
Wir haben noch einen Freiraum in der Stadtmitte für Märkte – Veranstaltungen – Grünfläche, Gott sei Dank	Stadtmitte (4x)
Platz vor Stadthalle soll so bleiben, Grünfläche wäre toller, Spielplatz	Stadtzentrum
Ich bin froh, dass wir noch einen freien Platz vor der Stadthalle haben	Zentrum mit Freiräumen
Grünanlagen/ Platz in der Stadtmitte	Erscheinungsbild Ortsmitte
Nichts, Nähe zu Seen und München	Platz am Bahnhof beleben, breiter gestalten durch Überbauung des Kreisels
Stadtnähe – München, Nähe zur Natur	Lebendige Stadtmitte aber ohne großes Einkaufszentrum
Die S-Bahn nach München	Fehlende Einkaufsmeile
Angenehme Wohnsituation zwischen Großstadt und freier Landschaft	Öffentlicher Raum zum Wohlfühlen
Wohnumfeld (2x)	Innenstadt-Ambiente

Stärken

Handlungsbedarfe
Scheußliche Architektur im Stadtbe- reich – auch in der Zukunft keine Verbesserung zu erwarten
Bauunterhalt in vorhandenen Ge- bäuden mangelhaft wie: Hallenbad, Schulen (Lehrschwimmbecken i.d. Wittelsbacher Schule und Sanitäran- lagen), Stadthalle
Weniger Ödnis und Langeweile
Förderung Ansiedlung Einheimi- schenprojekt
20% der Themen sind in den näch- sten 5 Jahren zu bewältigen, z.B. Stadtqualität
Hochwertige Arbeitsplätze, STEP vollständig

Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie

Stärken
Keine Stadtmitte
Kein geballtes Zentrum
Kurze Wege für den täglichen Bedarf
Wir können alles in einem kleinen Ra- dius erreichen (Einkaufsmöglichkeiten, gesundheitliche Versorgung, nette Mit- bewohner)
Marktsonntag
Große Entwicklungschancen

Handlungsbedarfe
Innenstadtsituation
Attraktivität des Zentrums
Attraktivität der Innenstadt
Kein lebendiges Zentrum
Schlafstadt
Kaufkraftschwund
Langeweile beim Einkaufen
Kein Konsum-Rausch
Einzelhandel im gesamten Stadtgebiet

Gewerbeentwicklung

Stärken
Baumarkt

Handlungsbedarfe
Gewerbliche Situation
Mangelhafte Gewerbestrategie
Wirtschaftliche Entwicklung
Gewerbegrund zu teuer
Bezahlbarer Gewerbegrund
Konkurrenz Freihand einbeziehen

Umwelt, Energie und Klimaschutz

Stärken
Germering bemüht sich um den Umwelt- und Klimaschutz
Gute S-Bahn-Anbindung
„Stolz“ ist ein schlechter Ausdruck, Eignes finde ich gut, z.B. Grünflächen
Viel Grün auch in den Gärten

Handlungsbedarfe
Mangelhafte Umsetzung der Maßnahmen, die sich aus dem Klimawandel ergeben
Fehlendes Klimaschutzkonzept
Umwelt(-schutz), Klima(-schutz)
Umwelt, Energie, Stadtplanung
Zu geringe Nutzung alternativer Energie
Förderung Solaranlagen
Geothermie u.a. alternative Energieversorgung
Wärme-Netze fehlen
Schlechte Versorgungsmöglichkeiten im Randbereich (erzeugen innerstädtischen Kfz-Verkehr)
Gebiet Stadthalle, Bahnhof, kleiner Stachus
Verweilzentrum, innerstädtisches Grün/Wasser fehlt

Stärken

Handlungsbedarfe
Mehr Grün in Germering
Zu wenig Natur

Selbstverständnis und regionale Verflechtung

Stärken
Stolz: Wohnqualität
Lage und Verkehrsanbindung
Optimale Lage zwischen Stadt und Umland
Gute Größe/ Lage, Grundbedarf erfüllt
Vor langer Zeit gab es einen Aufkleber „bin a Germeringer“ mit unserem Wappen – Neuauflage?

Handlungsbedarfe
Identität/ Zusammengehörigkeitsgefühl schaffen

Zusammenleben und gesellschaftlicher Wandel

Stärken
Soziale Struktur (3x)
Soziale Struktur und Aktivitäten der Bürger
Ich bin gerne in Germering, Sozialstruktur hervorragend
Tolles Miteinander der Menschen in Germering
Soziales Umfeld
Soziales Umfeld, Infrastruktur, Naturumfeld
Soziales Miteinander
Vielseitiges Bürgerengagement

Handlungsbedarfe
Erstellung eines Leitbilds
Die Kleinkariertheit
Kommunikationsförderndes, konsumenteninspirierendes Zentrum
Gastronomie als Treffpunkt
Flächen zum Treffen (z.B. Biergarten, Angebote für über 18 J.)
Ein Welthaus zum Dialog der Kulturen
Internationaler Treffpunkt
Gleichberechtigung

Stärken
Auf die vielen ehrenamtlichen BürgerInnen
Ich bemerke viele positive Einzelaktivitäten
Sozialbereich (Jugend, Senioren, Familien)
Angebote für Jugend und Alter
Auf die vielen sozialen Einrichtungen, z.B. Frau Mütze
Soziale Einrichtungen (6x)
Infrastruktur (2x)
Soziale Infrastruktur (4x)
Soziales Netz
Hohe Lebensqualität
Sportvereine
Gute Infrastruktur (Schulen)
Infrastruktur Schulen, Kindergärten, Freibad
Schulen (2x)
Schulangebot
Schulische und soziale Bereiche
Gute Struktur in Bildung und Soziales
Soziale Vernetzung, Schulangebote
Schulen, Vereine
Sportstätten, Schulen

Handlungsbedarfe
Germering wird zur „Seniorenstadt“
Altenheime am Stadtrand und nicht im Zentrum
Das Niveau der Verkehrsdisziplin sinkt ins Bodenlose ab (Radfahrer), Polizeipräsenz gegen Null, Rentner können sich nur unter Gefahren auf den Gehwegen bewegen

Freizeit und Kultur

Stärken	Handlungsbedarfe
Freizeitangebote (Sport, Kultur, etc.)	Freizeiteinrichtungen, Parks, Cafés
Hohes Freizeitangebot	Attraktionen fehlen, z.B. Kino-Center
Gute Freizeitmöglichkeiten, z.B. Sport, Gebirgsnähe, Fahrradstrecken	Kino, Treffpunkte für Jugendliche
Kultur- und Sportangebote	Spielplatz Harthaus
Kultur und Sport	
Angebot Freizeit, Sport, Infrastruktur	
Sozialbereich, Kultur, Sport	
Sozialbereich (Insel, Zenja)	
Auf das Theater „Im Roßstall“	
Stadtbibliothek, Stadthalle	
Kultur (Stadthalle, Künstler)	
Kultur/ Stadthalle	
Kulturangebote in der Stadthalle, Infrastruktur, Sportangebote	
Natur und Freizeit	
Schulen/ Freizeit	
Westpark und Freizeitzentrum	
Freibad, Sportplätze	
Kneippanlage	
Schönes Wohnumfeld	
Guter Wohnort, da die Nähe zu München, zu den Seen und die Berge gegeben ist	
Gute Anbindung München, Ausflugsziele (Starnberger See, Ammersee)	

Stärken
Lage der Stadt, Nähe zur Natur
Naherholungswert im Umland (STA, FFB, MUC)
Attraktive Natur im Umland von Germering
Viel „Grün“ in und um Germering

Handlungsbedarfe

Marketing nach Innen und Außen

Stärken
GeFi
Großeltern und ergänzende Kinderbetreuung

Handlungsbedarfe
Identifikation der Bürger mit Germering
Die negative Einstellung zum eigenen Ort ändern
Entwicklung von Subkultur/ Kleinkunst – Zusammenhalt
Zu viele Regelungen bezüglich Bau-recht, Werbung, etc.
Tagungskonzept Stadthalle ungenügend



Teilnehmer/innen diskutieren die Ergebnisse der Kartenabfrage

4. Diskussion der Ergebnisse

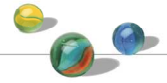
- Identität untergegangen, aber Grundlage der Entwicklung, Punkt sollte kräftiger sein
- Mit Identität sind die Wurzeln in Verbindung zu bringen => Profilierung
- 5 % der Bevölkerung wandern jeweils ab und zu => Identität? Man ist hier „gelandet“, aber das war es, „Durchlauf-City“
- Typische Stadtrandgemeindesituation taucht nicht auf
- Man soll sich mehr auf die tatsächliche Situation konzentrieren
- Problem mit dem Wort Identität: Wie soll sich die Stadt weiterentwickeln? Bürgerbeteiligung gut => Basis
- Hoher Seniorenstamm => vor 30 Jahren war Germering Zuzugswohnsitz von großen Betrieben in München (Pendler) => Wandel: Senioren, die Identität möchten (keine Pendler mehr)
- Seniorenfreundlichkeit (z.B. Verkehrssituation)
- Junge sind weggezogen, weil es langweilig ist in Germering
- Als Bürger nimmt man die Identität in Germering sehr diffus wahr: Dorfkern, Siedlung, ... Zur Identität gehört auch die Stadthalle mit Marktplatz, wichtige Aufgabe der Stadtentwicklungsplanung: Differenziertheit wahrnehmen
- Bevölkerungsentwicklung in der Stadt muss berücksichtigt werden => großer Schmelztiegel, viele unterschiedliche Interessen => Identität im Werden, braucht aber noch 2 – 3 Generationen
- Flächennutzungsplan (FNP): Defizit bei innerörtlichen Grünflächen, keine Vernetzung, wenige vorhandene Freiflächen sollen möglichst frei gehalten werden, jetzt läuft Bebauung, FNP soll berücksichtigt werden, grüne Achsen im Zentrum
- Wir brauchen eine Identität, wer zieht wieder zu? Jüngere, die aus Germering stammen wegen Großeltern, alle Flächen der Jugendlichen werden zugebaut
- Man schafft es nicht, dass Jugendliche sich beteiligen
- Entwicklung des Zentrums wichtig für Germering, Karten für Identität haben teilweise überrascht, schnelle Erreichbarkeit des Einzelhandels ist wichtig, nicht nur auf Mitte konzentrieren, Germering hat mehrere Zentren
- Infrastruktur gut, negativ Stadtbild, worauf können wir stolz sein?
- Wir können darauf stolz sein, wo wir sind: Wir haben ein Kulturzentrum
- Viele sind sich nicht bewusst, was sie haben
- Alle 5 Kinder sind unterwegs [zur Frage der Angebote für die Jugend]
- Mir ist Germering nicht wurscht [Antwort einer jungen Besucherin]
- Wenn ich Zeit habe, kann ich mir nur ein Eis kaufen [zu den Angeboten]
- Jugendliche identifizieren sich mit Germering => Vereinsleben, gehen zum See
- Germering lebt nur am Marktsonntag
- Schulsituation sehr gut
- Sportvereinsangebot sehr gut

- Germeringer See hat sich gut entwickelt (außer Wasserqualität)
- Sanierung der Finanzlage, Erhöhung der Polizeipräsenz, Bußgelder für Verkehrssünder
- Germering ist schön, viele Freunde hier, aber keine Disco mit der man Jugendliche halten könnte
- Endlosdiskussion Stadtmitte
- Schulzentren in Ordnung, aber Stadtzentrum wichtig => Treffpunkt, Schlendern => gemeinschaftliches Bewusstsein
- Jugendliche lungern mit Bierflaschen herum: Kein Angebot für Jugendliche
- Mangelhafte Gastronomie, keine Räumlichkeiten
- Zentrum = Eisdiele
- Keine Veranstaltungsräume
- Bürgerentscheid: Fläche vor Stadthalle erhalten
- Was gehört zum Zentrum? Zusammengewachsene Stadt, Definition nötig
- Einzelhandel muss zu Fuß erreichbar sein, Mobilität wird teurer (soziales und ökologisches Problem)

5. Weitere Beteiligungsmöglichkeiten



IDENTITÄT & IMAGE
Zukunftsperspektiven für Kommunen



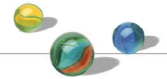
Ausblick: Wie geht es zuerst weiter?

- **Die Dokumentation** der Bürgerwerkstatt wird unter www.germering.de abrufbar sein (dort finden Sie auch weitere Informationen und Dokumentationen, die immer weiter ergänzt werden)
- **Zukunftskonferenz I.**
am 19. und 20. Juni
- **Zukunftskonferenz II.**
am 24. und 25. Juli

© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG



IDENTITÄT & IMAGE
Zukunftsperspektiven für Kommunen



Ausblick: Was passiert mit den Ergebnissen im Herbst

- **Die Ziele und Strategien** aus den Zukunftskonferenzen werden der Bürgerschaft vorgestellt und diskutiert

Die Lenkungsgruppe wird anschließend einen Entwurf für den Stadtrat erarbeiten
- **Die vorgeschlagenen Maßnahmen und Projekte** werden mit Einbezug von Vertreter/innen aus der Bürgerschaft ausführlich diskutiert und bewertet und das Ergebnis veröffentlicht

Die Lenkungsgruppe erarbeitet aus den Ergebnissen einen Aktionsplan als Entwurf für den Stadtentwicklungsausschuss

© IDENTITÄT & IMAGE Coaching AG