

# Offenbach auf den Wachstumspfad bringen

## Skizze eines Wachstumsplans für Offenbach

von Oliver Stirböck, Vorsitzender der FDP-Fraktion in der Offenbacher Stadtverordnetenversammlung

### Vorbemerkung

Die Stimmung in Offenbach liegt am Boden. Dabei hat Offenbach trotz schwieriger Vorprägung – von den schon traditionellen sozialen Problemen bis zum Fluglärm – alle Chancen:

- Offenbach liegt im Herzen Europas: nahe des größten Autobahnkreuzes, eines Bahnhofs und eines Flughafens mit globaler Bedeutung. Frankfurt dehnt sich nach Osten aus. Offenbach liegt gewissermaßen im Vorgarten der EZB
- Nur einen Steinwurf von Offenbach entfernt, brummt es auf der Hanauer Landstraße – Kreativszene, schicke Möbelhäuser, Gastronomie, Nightlife geben sich die Türkinke die Hand, wo sich noch vor wenigen Jahren heruntergekommene Industriegelände und Gebrauchtwarenhändler ablösten. Das, was früher „East End“ war, wird heute gerne als „Hot-Spot“ bezeichnet.

Das zeigt zwei Dinge: Wir leben in einer der prosperierendsten Regionen der Welt. Offenbach ist nicht „Zonenrandgebiet“, sondern mitten drin. Und selbst jene Ecken dieses Gebietes, die lange Problemgebiete waren, haben alle Chancen, wenn die Weichen richtig gestellt werden.

Doch dazu muss die Offenbacher Kommunalpolitik konsequent das Klein-Klein des politischen Alltags und manches kleine Karo überwinden. Dabei sind ausdrücklich alle Parteien gefordert.

Offenbach wird nur eine Chance haben, wenn es das im Schutzschirmvertrag avisierte Ziel, die Gewerbesteuer zu verdoppeln und massiv Gewerbe anzusiedeln, tatsächlich als Auftrag annimmt. Bisher war das Wachstumsziel nur eine rhetorische Figur. Um es mit Leben zu füllen, muss sich die Stadtpolitik stärker auf das konzentrieren, was wesentlich ist, dieses Ziel zu erreichen anstatt sich – bei aller Berechtigung der Thematik – stundenlang mit

Symbolpolitik wie Diskussionen über Bundeswehr in Schulen oder Grabsteinen aus ausbeuterischer Kinderarbeit zu befassen.

Mit den nun folgenden Vorschlägen möchten wir jenseits eine Diskussion eröffnen, mit welcher Strategie und welchen Instrumenten Offenbach auf den Wachstumspfad gelangen kann. Wir erheben damit nicht den Anspruch der Vollständigkeit, wollen aber zentrale Leitlinien und Schwerpunkte einer wachstumsorientierten Politik darstellen.

## 1. Im Zweifel für die Wirtschaft

Ohne höhere Gewerbesteuererinnahmen kommt Offenbach nicht aus dem Tal der Tränen. Daher müssen alle Entscheidungen der Stadt einer Wirtschaftsverträglichkeitsprüfung unterzogen werden. So gibt es bei den Vorstellungen für die Entwicklung von Flächen immer wieder Zielkonflikte zwischen Wohnungsbau und Gewerbe. In Offenbach muss es heißen: Im Zweifel für die Wirtschaft. Das gesamte Verwaltungshandeln muss sich immer am Ziel der Wirtschaftsförderung orientieren. Zu diesem **Primat der Wirtschaftsförderung** gehört für die FDP:

- Offenbach muss zu einer **angebotsorientierten Flächenpolitik** zurückfinden. Dazu sind neue Gewerbegebiete (z.B. die **Waldkulisse** zwischen der S-Bahn-Trasse und der Seligenstädter Straße) auszuweisen. Dabei muss gegebenenfalls eine Änderung der Regionalplanung angestrebt werden.
- Die **Allessaplanungen** sind auf mehr Möglichkeiten für Gewerbe zu optimieren
- Die **Stellplatzeinschränkungen** für Bau-Investoren sind abzuschaffen
- Den früheren Ruf der Stadt, bei **Genehmigungsverfahren** viel schneller als andere Kommunen zu sein, gibt leider nicht mehr. Die gewerblichen Bauanträge sollten im Normalfall mindestens binnen eines Monats entschieden werden. Den Antragstellern soll kurz nach Antragstellung verbindlich ein Enddatum genannt werden. Solche „Turbo-Genehmigungen“ und professionelle Begleitung der Unternehmen fördern die Bindung dieser an den Standort und helfen neue Unternehmen anzusiedeln.

- Das Standortmarketing lahmt. **Wirtschaftsförderung und Standortmarketing müssen besser örtlich und personell vernetzt** und damit so verstärkt und organisiert werden können, damit eine aktive Akquise möglich wird.
- Es ist eine offensive Wirtschaftsförderungspolitik erforderlich. Dazu benötigt es einen **Immobilienexperten** in der Wirtschaftsförderung und einen aggressiven Vertrieb.
- Der Ausstieg aus der **regionalen Wirtschaftsförderungsgesellschaft** muss dringend rückgängig gemacht werden. Die Region braucht Offenbach und Offenbach die Region.
- In einem Gesamtkonzept zur Ansiedlung, zu dem vor allem die offensive Flächenausweisung – und Vermarktung gehört, ist die **Gewerbsteuer zu senken**. Dies entspricht auch der Aussage der Kommunalaufsicht. So hatte der Regierungspräsidenten erklärt, dass er sich eine Zustimmung zur Senkung des Gewerbesteuerhebesatzes vorstellen könne, wenn dies in ein schlüssiges Gesamtkonzept zur Ansiedlungspolitik passe. Denn niedrigere Hebesätze können am Ende zu höheren Einnahmen führen, wenn eine verstärkte Gewerbeansiedlung gelingt.“ Das entwickelbare Flächenpotential in Offenbach ist nicht unerheblich. Der Magistrat zeigt ja auch in seinen optimistischen Prognosen zur Einnahmesteigerung auf, wo neu auszuweisende Flächen denkbar sind. Diese werden aber nur belegt werden können, wenn Offenbach in der Gewerbsteuer wettbewerbsfähig mit dem Frankfurter Umland wird und den knappen Hebesatz-Abstand zur Stadt Frankfurt erhöht.

## 2. Die Stadt richtig positionieren - das Image der Stadt stärken

Offenbach viel besser ist als sein Ruf! Offenbach ist ein Imagezwerg, aber Chancenriese. Das Stadtimage krankt an harten Faktoren wie einem nicht abgeschlossenen „Innenstadtumbau“, sozialen Problemen im direkten Umfeld der City, aber auch an fehlender Qualität und auch fehlender Nachhaltigkeit politischen Handelns durch Regierende, einer Tendenz zum Schlechttreden oder Negieren auch positiver Entwicklungen durch Oppositionelle sowie auch am Fehlen einer konsistenten Stadtstrategie und einer professionellen Imagepflege.

- Die von der FDP seinerzeit maßgeblich forcierte Strategie, Offenbach als kreativen Standort zu positionieren muss wieder Fahrt aufnehmen. Die **Kreativstadt-Strategie** ist eine Chance, Offenbach im regionalen und überregionalen Wettbewerb sichtbar zu machen. Im Wettbewerb in der Region und im auch im nationalen Wettbewerb können wir so unsere komparativen Standortvorteile geltend machen: Darmstadt kann (relativ) am besten Wissenschaft. Frankfurt kann am besten Banken. Wir können am besten Kreativwirtschaft.
- Wo Künstler und Kreative leben, passiert auch im Umfeld ganz viel Positives. Es steigert die Identifikation mit dem Standort. Es bilden sich Initiativen. Es siedeln sich Unternehmen an, die einen Bezug zu diesen Branchen haben – Business zieht es zu Boheme. **Kreativimage** ist damit Wirtschaftsförderung.
- Auch wenn sich Offenbach als Kreativstadt auch im Bewusstsein der Bevölkerung niederschlagen soll, müssen **Kultur und Kunst einen hohen Stellenwert** besitzen. Das beginnt bei der stärkeren Darstellung von Kunst, Design und Kreativität im öffentlichen Raum, geht weiter bei Wettbewerben (z. Kurzfilme) und hört auf bei der stärkeren Darstellung von Kunst an ungewöhnlichen Orten, im öffentlichen Raum oder im Rathaus.
- **Kulturförderung** ist ein Motor der Ansiedlungspolitik. Kultur bringt Leben in die Stadt, gibt ihr Profil und Identität. Sie ermöglicht den Menschen, gemeinsam zu gestalten oder Gestaltetes gemeinsam zu erleben. Sie bietet ein Forum für die Bürger, sich zu treffen und auszutauschen. Das Gemeinschaftsleben einer Stadt und der Zusammenhalt ihrer Gesellschaft hängen wesentlich von den kulturellen Angeboten ab. Gerade aber auch die Kreativszene verlangt nach interessanten kulturellen Angeboten. Bei den freiwilligen Leistungen muss Kultur künftig an erster Stelle stehen. Wenn an anderer Stelle freiwillige Ausgaben wegfallen, sind frei werdende Mittel dem Kulturbereich zuzuschlagen. Wir wollen also mittelfristig bei den freiwilligen Leistungen zugunsten des Kreativsektors (z.B. Kunst, Mode, Architektur) umschichten, um das Zielimage als Kreativstadt zu fördern.
- Die von uns lange erfolglos geforderte und dank des Einsatzes der IHK nun erfolgende Erarbeitung eines **Masterplans** kann nicht nur ein wichtiges Element sein, sondern ist auch eine Chance das Image der Stadt voranzubringen.

### 3. Das Tor Offenbachs ausschmücken

Das Tor Offenbachs „nach Europa und zur Welt“ ist der Kaiserlei – mit S-Bahn und Auto optimal angebunden an zwei große Städte, einen bedeutenden Flughafen und einen Bahnhof. Trotzdem reüssiert das Gebiet nicht wie geplant. Wir brauchen eine neue Vision und Gesamtplanung für Kaiserlei.

- Die bisherige **Planung** mit Wohnen und recht hohen Häusern ist zu überdenken.
- Denkbar wäre z.B. ein **Öko-Business-Park** nach dem Vorbild des „Green Campus“ in München. Dabei werden auch die einzelnen Gebäude miteinander verknüpft. Mit einem solchen Nachhaltigkeitskonzept könnte sich die Stadt in der Region präsentieren. Dies wäre auch angesichts der benachbarten Unternehmen wie Siemens und Areva, die sehr stark im Energiesektor, aber auch im Nachhaltigkeitssektor tätig sind, sinnvoll
- Gerade das Bürogebiet der „ersten Welle“ sollte bei den Planungen mitgedacht werden, es benötigt eine **Revitalisierung**.
- Neuer Schwung für das Kaiserleigebiet hilft dabei, das benachbarte Nordend in die Zange zu nehmen zwischen Hafen und Westend. Das Nordend sollte, falls haushaltstechnisch darstellbar, ein **Sanierungsprogramm** für Fassaden initiiert werden. Beide Gebiete können sich gegenseitig befruchten.

### 4. Innenstadt und Handel im Wandel begleiten

Die Attraktivität eines Standorts wird vor allem an der **Attraktivität ihres Kernbereichs gemessen**. Die Innenstadt ist ein Identifikationskern für die gesamte Stadt und die Region. In Offenbach waren in der Vergangenheit Problemlagen zu einem nicht unbeachtlichen Teil direkt um den engsten Kernbereich der Innenstadt gruppiert, was das Image der Stadt negativ beeinflusst hat. Der Schlüssel der Stadtentwicklung liegt also in der Revitalisierung der Innenstadt. Ein Großteil des Imageproblems der Stadt Offenbach liegt an der baulichen Situation der Innenstadt und am Niedergang des Einzelhandels bis zum Bau des KOMM. Daher muss die Stadt die Innenstadtsanierung weiter fortsetzen und den Handel weiter stärken

- Die Stadt Offenbach muss die **Aufhübschung des öffentlichen Raums weiter fortsetzen**. Was mit Frankfurter Straße, Aliceplatz, Wilhelmsplatz und Büsing-Park begann, muss mit dem Marktplatz den geeigneten Abschluss finden. Wenn die Menschen sich im öffentlichen Raum wohlfühlen, kaufen sie dort stärker ein und werden auch private Investoren, Wohnumfeld und tote Handelsfläche wiederbeleben.
- Die positiven Entwicklungen der Innenstadt wollen wir durch einen **Bebauungsplan für die Kernstadt nach Mannheimer Vorbild** flankieren, der die Ansiedlung von Postenwarenhops (1-Euro-Läden), Vergnügungsstätten, Wettbüros und Call-Shops mit dem Argument befürchteter Trading-Down-Effekte reguliert und damit den Qualitätswettbewerb intensiviert.
- **Zum „Besser einkaufen“ gehört auch „Besser Parken“**: Jeder Kofferraum bringt finanzstarke Einkäufe. Es ist eine Verkehrsmarketingstrategie zu entwickeln, die Offenbach als gut erreichbare Stadt der kurzen Wege mit flüssigem Verkehr und vielen Parkplätzen positioniert. Dazu gehören Grüne Pfeile, optimierter Verkehrsfluss (z.B. Berliner Straße) mit dem neuen Verkehrsrechner, unechte Einbahnstraßen, flächendeckende Brötchentasten, Erhalt kostenloser Parkplätze und Parkkosten-Rückvergütungssysteme. Wir wollen dabei den Handel stärken, nicht als Selbstzweck, sondern weil wir einen starken Handel für ein starkes Offenbach brauchen.

## 5. Neues Wohnen mit Qualität und Bildung

Politik arbeitet nicht für Ideologien, sondern für die Menschen, die in ihr wohnen. Die Stadt hat erkennbar einen Nachholbedarf in der Qualität des Wohnungsbaus.

- Das **Bildungsprogramm** ist weitmöglichst fortzuführen. Bildung ist ein wichtiger, ein zentraler Standortfaktor und ist auch Voraussetzung, um den vielen jungen Menschen der Stadt zu helfen, sich erfolgreich in das Berufsleben und das Leben der Stadt einzuklinken.
- Bei neuen **Bebauungsplänen** sollte die Stadt stärker die Qualität im Auge haben. Klasse geht über Masse: es sollte eine weniger dichte Bebauung angestrebt werden.

- In der Konkretisierung setzten wir uns **weniger restriktive Bebauungs-Pläne aus**, die mehr unterschiedliche Bautypen und Bauweisen und damit mehr Vielfalt ermöglichen.
- Bei neuen Bauflächen im städtischen Besitz geht **Qualität der Entwicklung über Schnelligkeit**. Das heißt: lieber langsamer mit Einzelhäusern entwickeln, als große Investorenprojekte.
- Nach dem nun erfolgten Ausbau und der Vermarktung des Baugebiets „An den Eichen“ sollte in weiteren Schritten auch die Flächen **„Waldhof II“/Bieber Waldhof/West** (zwischen Bieber und Waldhof), **Rumpenheim Nordwest** und **Bürgel Nordwest** entwickelt werden.
- Es ist anzustreben, in der Regionalplanung weitere Reserveflächen für den Wohnungsbau zu gewinnen – etwa durch eine Vergrößerung der bisherigen Reserveflächen **Waldhof/West**
- Eine Strategie massiven Sozialwohnungsbaus und damit ein **systematischer Wiedereinstieg** der Stadt Offenbach in den öffentlich geförderten Wohnungsbau ist abzulehnen. Denn Offenbach trägt hier bereits sein Päckchen. Die Stadt hat in vergangenen Jahrzehnten ihren Beitrag zum sozialen Wohnungsbau in der Region übererfüllt und hat im Vergleich viel preiswerten Wohnraum anzubieten.
- Jetzt sind andere Städte dran. Öffentlich geförderter Wohnungsbau sollte nur stattfinden, wo er gezielt und sparsam als Instrument eingesetzt werden kann, um die Struktur und bauliche Qualität eines Quartiers nachhaltig zu verbessern und somit gesamtstädtisch positiv zu wirken. Außerdem muss eine gezielte Belegung gewährleistet werden.
- Die Strategie der Stadt sollte es vielmehr weiterhin sein, **bestehende Sozialwohnungen zu modernisieren** und damit eine Positivspirale der Wohnqualität auszulösen.
- Die Stadt muss sich auf das Wesentliche konzentrieren: ein von der Stadt **subventioniertes Mehrgenerationenwohnen ist aus der Zeit gefallen**.