

# Einflussmöglichkeiten sind begrenzt

Obi und Hagebau im selben Gewerbegebiet, nur wenige Meter von einander entfernt: Die neueste Entwicklung Am Windfeld wirft die Frage auf, ob Miesbach von einem Standortmanager profitieren könnte. Tenor: Dessen Einfluss wäre begrenzt.

VON DIETER DORBY

**Miesbach** – Auch wenn einige Mitglieder des Bauausschusses es begrüßen, dass der frühere Obi, der nun als Hagebau firmiert, mit dem neuen Obi Konkurrenz bekommt, gibt es kritische Stimmen. Franz Mayer, Vorsitzender des Gewerbeverbands Gemeinschaftswerbung Mies-

bach (GWM) und Wirtschaftsreferent des Stadtrats, beobachtet diese Entwicklung mit Skepsis: „Auf nur noch 1050 statt bisher 7000 Quadratmetern kann ein Baumarkt wohl nur wenig gewinnen.“

Doch verhindern kann die Stadt die Ansiedlung nicht, wie Mayer erklärt: „Es gelten die Gesetze des Marktes.“ Das heißt: Wenn sich Grundstückseigentümer sowie Unternehmen einig sind und bau- wie planungsrechtlich keine Einwände entgegenstehen, hat die Kommune keine Einflussmöglichkeiten.

Dies gilt im Prinzip auch für einen Standort-Manager. „Man kann schon versuchen, bestimmte Unternehmen auf bestimmte Flächen zu lenken“, sagt Oliver Reitz, Geschäftsführer der Standortmarketing-Gesellschaft



**Franz Mayer**  
Wirtschaftsreferent  
des Stadtrats

(SMG) des Landkreises. Zuerst gelte es, den Fokus auf den Landkreis zu lenken, dann auf eine infrage kommende Gemeinde und dort auf zwei, drei mögliche Standorte. „Recht viel Möglichkeiten darüber hinaus hat man nicht.“ Wichtig seien vor allem Kontakte. Davon würden auch interessierte Unternehmen profitieren, „denn von uns bekommen sie eine realistische Einschätzung, ob

sie hier erfolgreich sein können“.

Zudem steht Miesbach nicht ohne Standort-Management da. Reitz, Mayer und Bürgermeisterin Ingrid Pongratz arbeiten in Sachen Gewerbeansiedlung eng zusammen. Ein weiterer Standortmanager sei deshalb überflüssig, wie Mayer und Reitz betonen. „Wenn zu viele rundkatern, wird es nach außen schwierig, wer verantwortlich ist“, erklärt der SMG-Chef.

Um ein Gewerbegebiet langfristig attraktiv zu machen, reicht das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage nicht aus. „Es ist nicht mehr zeitgemäß, Einzelhandel und produzierendes Gewerbe zu kombinieren“, so Reitz. Ein Branchenmix, wie er im Gewerbegebiet Ost mit Edeka, Telair und der Sparkasse anzutreffen sei, stehe

dem Trend entgegen, eine „Adresse für eine bestimmte Branchen zu bilden“. Obi Am Windfeld und gegenüber Acino – „da kann man diskutieren, ob das passt“.

Selbiges gelte für das Holzkirchner Gewerbegebiet, in dem Lebensmittel-Discounter Lidl gegenüber dem Pharmakonzern Sandoz-Hexal liege. „Für die Mitarbeiter mag das günstig sein zum Einkaufen, aber eigentlich gehört der Einzelhandel in den Ortskern.“ Dem soll im geplanten neuen Gewerbegebiet in Holzkirchen-Föching und auf der Erweiterungsfläche Am Windfeld in Miesbach Rechnung getragen werden. Doch das gehe nur, erklärt Reitz, wenn das Areal den Kommunen gehört und sie somit selbst auswählen können, welche Betriebe ihrer Adresse dienen.

Doch bis Miesbach neue Gewerbeflächen bekommt, ist das bestehende Angebot überschaubar. Für Mayer ist es wichtig, dass bei einem Wechsel das neue Unternehmen keine Verschlechterung darstellt. Besonders negativ wäre so ein Trading-down-Effekt in der Innenstadt. „Doch dieses Problem haben dort nicht.“ Dafür Sorge allein schon die Präsenz der Banken. Weitere Qualitätskriterien sei beispielsweise das Parkplatzangebot und die Geschäftsvielfalt. „Versicherungsbüros zahlen gut“, weiß Mayer, „laden aber die Leute nicht zum Flanieren ein. Deshalb reden wir auch mit Vermietern, solche Punkte nicht außer Acht zu lassen.“ Die nächste Großchance, Miesbachs Innenstadt zu beleben und aufzuwerten, ist der Verkauf des Sundheimer-Areals.