

## **Aufschwung für Harburg durch Strukturwandel?**

Der wirtschaftliche Fortschritt des Süderelbe-Raumes ist in den neuen Unternehmen im Umfeld des MAZ und der TU im Binnenhafen und dem Technologiepark spürbar. Die direkten Auswirkungen auf Harburg durch die neuen Arbeitsplätze sind jedoch nicht untersucht.

Wo wohnen die Arbeitnehmer, kaufen sie in Harburg ein und was halten sie von dem Umfeld? Dieses wurde durch Fragebögen bei 40 ausgewählten Unternehmen der Technologie-Branche sowie der TU und dem MAZ bei nahezu 300 Mitarbeitern persönlich abgefragt. Das Ergebnis und die hieraus resultierenden Forderungen im folgenden:

### **Struktur der Befragten**

Neben den TU-Professoren ist der Großteil der Befragten zwischen 25 und 45 Jahre alt, 2/3 sind männlichen und 1/3 weiblichen Geschlechts. Insgesamt ist von einer jüngeren Mitarbeiterstruktur in den neuen Unternehmen auszugehen. Die Hälfte der Befragten ist verheiratet und ebenfalls die Hälfte hat Kinder, so dass von einer hohen Zahl von gefestigten Familienstrukturen auszugehen ist. Ungewöhnlich ist, dass die Hälfte der Befragten Eigentum (Haus oder Wohnung) hält.

### **Harburg und Wohnen**

Lediglich 1/4 der Befragten wohnen in Harburg !

1/3 wohnt in Hamburg, der Rest im Umland. Hieraus resultiert eine geringe Bindung an den Standort und eine Verringerung der Wertschöpfung für den Bezirk. Unter Berücksichtigung der hohen Eigentumsquote von 50%, ergibt sich eine große Nachfrage durch neue Mitarbeiter für Wohneigentum südlich der Elbe. Dieses wird nach Aussage der Befragten jedoch durch folgende Aspekte erschwert:

1. Die Bevölkerungsstruktur
2. Das Wohnraum-/Grundstücksangebot
3. Das geringe Freizeitangebot
4. Das mangelnde Sicherheitsgefühl

Harburg wird somit von den Mitarbeitern lediglich als Arbeitsort aufgrund des Unternehmenssitzes gewählt und nicht als Wohnort.

### **Gastronomie**

2/3 der Befragten nutzt das gastronomische Angebot in Harburg zum überwiegenden Teil jedoch lediglich zur Mittagszeit. Abends bleiben nur ¼ zum Essen in Harburg, welches dem Anteil der in Harburg wohnenden Befragten entspricht. Das geringe Angebot an Erlebnisgastronomie, fehlende Diskotheken und zeitgemäße Clubszene spiegeln hier den geringen Freizeitwert des Umfeldes wider. Die überwiegend jungen Mitarbeiter erwarten ein breiteres Angebot, welches unschwer in der Hamburger City zu erreichen ist.

### **Freizeitangebote**

Lediglich 30% nehmen Freizeitangebote in Harburg wahr. Hierzu zählen vermutlich im wesentlichen Fitness-Clubs. Außenmühle und Stadtpark werden im folgenden als positive Aspekte genannt. Das "Midsommerland," zählt vermutlich hierzu. Weitere Freizeitangebote müssen besonders gefördert werden um das Umfeld attraktiver zu gestalten und den Arbeitnehmern den Aufenthalt, auch in

der Freizeit, hier zu ermöglichen. Freizeitangebote fördern ebenfalls die Attraktivität des Wohnumfeldes.

### **Einkaufen**

Grundsätzlich wird die Erreichbarkeit der Harburger Geschäfte als gut bezeichnet. Die Hälfte der Befragten kauft in Harburg ein. Davon ausgehend, dass die in Harburg wohnenden hier auch einkaufen ergibt sich rechnerisch, dass lediglich 1/3 der nicht in Harburg wohnenden im Bezirk einkauft. Zu den Einkaufsartikeln zählen im wesentlichen jedoch Alltagsbedarfe wie Lebensmittel. Zum „Shoppen“ wird Harburg nicht genutzt, insbesondere Kleidung, Möbel, Elektro- und Luxusartikel werden hier nicht angeschafft. Dieses liegt an der innerstädtischen Verkehrsführung und der Parkplatzsituation, welche beide als negativ empfunden werden. Das geringe Angebot an interessanten Ladengeschäften trägt das übrige hinzu. In Verbindung mit den für Harburg allgemein als negativ aufgeführten Aspekten, ergibt sich hier dringender Handlungsbedarf. Durch die Angebote der Nebenzentren im Umfeld und der Hamburger City wird ein Großteil der Kaufkraft nicht am Standort gebunden.

### **Allgemeine Aspekte des Umfelds**

Positiv empfinden die Befragten die verkehrsgünstigen Anbindungen zum Umland und zur Hamburger City. Wohnen, Freizeit und Einkaufsaktivitäten fließen ab, allerdings lässt sich Harburg durch Autobahnen und S-Bahn relativ gut erreichen, welches ein Vorteil für die Arbeitsplatzwahl darstellt. Die Überschaubarkeit („Kleinstadtcharakter“) und der Wochenmarkt auf dem Sand werden als positiv empfunden.

**Negativ** empfinden die Befragten das allgemeine Stadtbild und das Image Harburgs. Die Außenwirkung unseres Bezirkszentrums ist weder im subjektiven Empfinden noch im überregionalen Image positiv. Die innerörtliche Verkehrsstruktur (Harburger Ring) und die Parkplatzsituation (nur Parkhäuser) und ebenso das soziale Gefüge werden als negativ empfunden. Harburgs Außenwirkung leidet hier insbesondere für Außenstehende erheblich.

### **Verbesserungswürdig**

Für verbesserungswürdig halten die Befragten insbesondere die Anbindung an den Binnenhafen. Hier helfen Brücken und Tunnelverbindungen erfahrungsgemäß wenig. Die Sauberkeit in den Straßen sowie die Luftqualität seien ebenfalls zu verbessern, welches Image und subjektives Empfinden positiv beeinflussen würde.

### **Fazit**

Der vielzitierte Aufschwung für den Süden Hamburgs durch den Strukturwandel findet zwar in Ansätzen statt, geht zu einem großen Teil aber auch (noch?) an Harburg vorbei.

Nur jeder vierte Arbeitnehmer wohnt in Harburg, was darauf schließen lässt, dass die positiven Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt speziell für Harburg begrenzt sind. Das benötigte Fachpersonal wird aus Hamburg sowie dem nördlichen und südlichen Umland rekrutiert. Eine Verbundenheit zu Harburg existiert bei diesen Personen so gut wie nicht.

Harburg macht es Interessenten aber auch nicht leicht, sich hier niederzulassen. Insbesondere der Mangel an geeigneten Grundstücken für Einzel- und Doppelhausbebauung wurde hier angeführt. Dieses Klientel ist bislang geradezu in den Landkreis bzw. auf die nördliche Seite der Elbe getrieben worden. Hier sollte Harburg kurzfristig handeln. Es müssen geeignete Flächen ausgewiesen werden, und diese dürfen nicht nur in der Region Neugraben/Fischbek liegen. Citynahe Baugebiete und Konversionsflächen bieten sich an. Hier ist das Bezirksamt gefordert.

Die vorhandenen Freizeitmöglichkeiten werden nur von ca. einem Drittel der Befragten genutzt. Positiv herausgehoben wird Harburgs „Grüne Lunge“, der Stadtpark mit der Außenmühle. Dieses Areal sollte stärker genutzt werden, um sich positiv zu anderen Regionen abzugrenzen. Nur „Joggen“ oder „Spaziergehen“ ist als Angebot aber zu wenig. Hier sollte über alternative Nutzungsmöglichkeiten, z. B. Segeln, nachgedacht werden. Mit der Wiederbelebung des TOP10 gibt es zukünftig wieder einen gastronomischen Anlaufpunkt. Weitere positiv herauszustellende Freizeitmöglichkeiten, sieht man von den Fitness-Clubs und Sport-Vereinen einmal ab, gibt es dann in Harburg nicht. Erfreulich ist die Genehmigung der Wasserskianlage in Neuland, die sicherlich eine Attraktion werden wird.

Dennoch müssen zukünftig weitere Projekte folgen, die den Freizeitwert von Harburg erhöhen. Für eine Stadt wie Harburg ist das Angebot bisher viel zu gering. Bei der wachsenden Bedeutung des Harburger Binnenhafens als Arbeitsstätte sollte darüber nachgedacht werden, wie dort attraktive Freizeitangebote integriert werden können. Die Wasser- und Freiflächen bieten vielfältige Ansatzpunkte. Ein Aspekt, der insbesondere für Mitarbeiter der New Economy von Bedeutung sein dürfte. Auf jeden Fall muss verhindert werden, dass der Hafen durch ein Festsetzen der Bahnhofskanal-Brücke an Möglichkeiten für die zukünftige urbane Nutzung im channel verliert.

Um die Attraktivität eines Standortes zu erhöhen, ist es erforderlich, dass ein ansprechendes gastronomisches Angebot existiert. Dies ist in Harburg nur in einem begrenzten Umfang vorhanden, z. B. in der Lämmertwiete. Neben einer Erlebnisgastronomie, die sich im Hafen anbieten würde, sollten auch alternative Plätze, z. B. in der Lüneburger Straße, für gastronomische Nutzungsmöglichkeiten geprüft werden.

Die Verkehrssituation ist lediglich in Bezug auf das Umfeld durch die Autobahnanbindungen und die S- sowie Fernbahn positiv. Dieses führt jedoch insbesondere zum Verlust von Kaufkraft. Die innerstädtische Verkehrsführung (Ring) ist sehr mangelhaft, Käufer werden ab- und Besucher fehlgeleitet. Diesbezüglich ist ein sofortiges Umdenken notwendig. Die Parkplatzsituation in den unattraktiven Parkhäusern lässt ebenfalls zu wünschen übrig.

Die Anbindung der Innenstadt an den Binnenhafen/channel lässt sich nicht durch Brücken und Tunnel bewerkstelligen. Einzige Lösung ist die Wiederöffnung der Schrankenverbindung Schloßmühlendamm und Schloßstrasse. Dieses würde die notwendigen Impulse für den channel und das Zusammenwachsen geben.

Dem unattraktiven Einkaufsstandort Harburg wird mit dem Bau der Harburg Arcaden und dem Phoenix Center begegnet. Das Angebot dürfte dann so

interessant sein, dass Harburg in Bezug auf Einkaufsmöglichkeiten keine Defizite mehr hat. Der tägliche „Wochenmarkt“ auf dem Sand ist sicherlich ein großer Vorteil im Vergleich zu anderen Regionen. Dieser zeigt zur Zeit leider eine Wandlung zum Textil- und Billigangebot.

Alle Bereiche der Harburger City benötigen eine Verbesserung des Angebotes an Vielfalt und Qualität. Der Wildwuchs an Billiggeschäften muss gestoppt werden, das Image leidet hier erheblich.

Abschließend kann festgehalten werden, dass die Chancen für einen Aufschwung für Harburg noch nie so gut waren wie jetzt. Allerdings muss der eingeschlagene Weg nun auch konsequent zu Ende gegangen werden. Nur dann wird Harburg auch mittel- bis langfristig als Standort die Attraktivität erlangen, die jetzt schon vielfach ausgerufen wird.

Harburg als Oberzentrum der Region muss in der Zukunft den tatsächlichen Beweis für den Strukturwandel und Aufschwung antreten. Die qualitative Aufwertung im Angebot aller Lebensbereiche muss sich in der Verwaltung und Politik ebenso wie in den Visionen widerspiegeln.