

Südwest Presse, 03.08.2018

Stadtmarketing Die Stimmung hellt sich auf



Umrahmt von schönen Fachwerkhäusern hat sich die Ecke Weberstraße-Adlergasse in der Blaubeurer Innenstadt in den vergangenen Monaten zu einem wunderbaren Treffpunkt entwickelt – nicht nur wie hier am verkaufsoffenen Sonntag. © Foto: Michael C. Thumm

Blaubeuren / Thomas Spanhel 03.08.2018

Junge Frauen, die vor dem Rathaus zu Straßenmusikern aus dem Balkan tanzen und voll besetzte Kaffee-Tischchen zwischen Adler- und Webergasse: In Blaubeuren haben sich in den vergangenen Monaten neue Möglichkeiten ergeben, die Touristen und Blaubeurer genießen.

Ein wichtiger Baustein sind die vielen Veranstaltungen in und um das Stadtzentrum: ein neu konzipierter verkaufsoffener Sonntag, das Bissfest sowie andere kleinere Aktionen wie der Blaubeurer Künstlertreff oder das „White Dinner“. Weil dann auch noch Jazzmichel, die „Feschtagsmusik“ und andere Musikensembles regelmäßig in der Stadt für Unterhaltung sorgen, zieht das immer mehr Leute in die Altstadt. Weitere Großveranstaltungen wie das Bardentreffen am 26. August und „Blaubeuren schiebt den Feierabend“ am 7. September sind in der Vorbereitung. „Dass die Blaubeurer so eine gute Veranstaltung wie das Bissfest hinbekommen, hätte ich nicht gedacht“, kommentierte ein Spätzlesfest erfahrener Gerhauser schmunzelnd.

Tristesse abgewendet

„Es ist uns gelungen, die Stimmungstristesse in der Innenstadt zu wenden. Das ist toll!“, bilanziert Bürgermeister Jörg Seibold. Dass dies möglich war, liege am Prozess zur Entwicklung der Innenstadt. „Die Stadtverwaltung hat seit Januar klare Strategiebeschlüsse und Instrumente an der Hand.“

Seibold denkt da auch an den „Kümmerer“ Tilon Fahrner, der viel für die Planung, Organisation, Durchführung und Bewerbung der vielen Veranstaltungen tut. Die neue städtische Facebook-Seite, die er betreut, habe schon 1100 Abonnenten. Fahrner wirke gleichzeitig als Impulsgeber, dass Veranstaltungen auch aus den Ortsteilen weitergegeben und Terminüberschneidungen abgeklärt werden.

Besonders schön sei, dass sich die „Blautöne“ mit etwa 20 Mitgliedern unter der Leitung von Hans Wild aus einer Stadtmarketing-Gruppe heraus gebildet habe. Diese helfe mit ihren Ideen, Musikern und Veranstaltungen ganz enorm, betont Seibold. Auch die Zusammenarbeit mit den Händlern und Betrieben im Blaubeurer „Wir-Verein“ habe sich zu einem gute Miteinander entwickelt. Weitere Ideen sollen umgesetzt werden – etwa das Lauf-Event „Salomon-Trails 4 Germany“ am 30. September. „2018 ist ein Testjahr. Es gibt einen bunten Strauß an Veranstaltungen, der die Menschen auf die Straßen bringt“, erläutert Seibold. Im nächsten Jahr wolle man dann sehen, was sich bewährt habe und in einen ganzjährigen Kalender komme.

Die vielen Menschen in der Altstadt machen noch keine Kunden, schaffen noch keine neuen Geschäfte, das ist für Kämmerer Jürgen Stoll klar, der bisher maßgeblich den Stadtmarketing-Prozess mit vorangetrieben hat. Allerdings manage Tilon Fahrner jetzt aktiv die leerstehenden Flächen. Er beantworte viele Anfragen nach Geschäftsräumen, betreue Interessenten, spreche mit Vermietern über nötige Umbaumaßnahmen: „Wir sind kein Gebäudemakler, aber wir haben die Informationen zu Größe, Qualität und Details der Immobilien. Das kann helfen.“ Beim ehemaligen „Blumen Wagner“ werde bald etwas mit einem guten Konzept eröffnen: „Das ist positiv“, sagt Seibold.

Die Zusammenarbeit mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg läuft außerdem sehr gut. Mit Studenten soll ein Pop-up-Laden betrieben werden. Die Ladeninhalte sollen außerdem übers Internet verkauft werden. Eventuell könne ein lokaler Lieferservice mit angekopelt werden. Deshalb hat sich die Stadt auch beim „Ideenwettbewerb „Lokaler Online-Marktplatz“ des Land beworben und hofft auf Förderung. Professor Andreas Kaapke von der

Hochschule setze sehr auf den Standort Blaubeuren, investiere viel Zeit: „Da muss was drin sein“, ist Seibold überzeugt.

Die Stadtverwaltung checkt momentan auch erneut Möglichkeiten, zumindest einen Drogeriemarkt in der Innenstadt zu etablieren, hat ein erstes Feedback. Grundsätzlich kann sie sich auch unorthodoxe Methoden der Unterstützung neuer Läden vorstellen.

Es gab zuletzt auch Rückschläge in der Stadtentwicklung: die Schließung der griechischen und chinesischen Gaststätte etwa – das habe aber vor allem persönlichen Gründen. Seibold ist überzeugt: „Wir müssen der Stadt Zeit geben. Wir haben im Prozess der Stadtentwicklung zwar erste Ergebnisse, aber konkrete Effekte müssen sich erst noch einstellen.“ Trotzdem ist ihm nicht bange, dass sich auf Dauer genügend unternehmungslustige und kreative Menschen in der Stadt niederlassen. Fürs Geschäft und die Stimmung ist es jedenfalls gut, dass Musiker am Blautopf und in der Altstadt die Menschen zum Tanzen bringen.

Quelle: <https://www.swp.de/die-stimmung-hellt-sich-auf-27270760.html>, abgerufen am 17.10.18

INFO: imakomm AKADEMIE GmbH

Das Institut für Marketing und Kommunalentwicklung – IMAKOMM – wurde im Jahr 2000 in Aalen als Expertennetzwerk ins Leben gerufen. 2004 haben Prof. Dr. Holger Held als Initiator der IMAKOMM und Dr. Peter Markert als geschäftsführender Gesellschafter die imakomm AKADEMIE gegründet.

Die imakomm AKADEMIE GmbH betreut mittlerweile weit über 300 Kommunen überwiegend im süddeutschen Raum sehr erfolgreich bei Fragen zu Markt- und Standortanalysen, zur strategischen Kommunalentwicklung sowie im Bereich Markenstrategien für Kommunen.

Kontakt:

imakomm AKADEMIE GmbH

Ulmer Straße 130

73431 Aalen

Telefon: 07361 – 5 28 29-0

Telefax: 07361 – 5 28 29-20

E-Mail: info@imakomm-akademie.de

www.imakomm-akademie.de