



Kulturstadt – Musikstadt – Traktorenstadt: Marktobersdorf hat Profil, wird es aber in zunehmender Konkurrenz zu anderen (Einkaufs)-Städten noch schärfen müssen. Anstrengungen, die Innenstadt stärker zu beleben, müssen forciert und gebündelt werden, riet bei einem Vortrag der ISM ein Stadtentwicklungsexperte.

Foto: Heinz Budjarek

Stadt als Marke: Profil schärfen

Experte rät zu mehr Zusammenarbeit und klarem Image – Fachleute ins Boot holen

Marktobersdorf (sg). „Leben findet Innenstadt“ oder „Leben findet innen statt“ – allein dieses Wortspiel regte die Fantasie an. Belebte Plätze, gefüllte Cafés, gut frequentierte Geschäfte, Treffpunkt für Jung und Alt. Wie aber sieht das Leben in der Marktobersdorfer Innenstadt tatsächlich aus? Und wie könnte man dem Ideal der belebten Innenstadt näher kommen? Die Initiative Stadtentwicklung Marktobersdorf (ISM) warf diese Frage wieder einmal auf. Mit Christian Hörmann von der CIMA GmbH, die sich als Kompetenzzentrum für Stadt- und Regionalentwicklung sieht, holte ISM-Chef Franz-Josef Fendt einen Stadtmarketing-Spezialisten in die Stadt. Großes Interesse fand dessen Referat im Gasthaus Burger bei örtlichen Gewerbetreibenden, Hausbesitzern, Stadträten und Bürgern.

Mit dem Problem ist Marktobersdorf nicht allein: viele Städte kämpfen um mehr Leben in der Innenstadt. Immer mehr Supermärkte und Handelsketten siedeln sich an den Stadträndern an, der klassische Einzelhandel in den Zentren leidet unter Umsatzeinbußen, Ladenflächen stehen dort leer, damit sinkt auch der Wert von Immobilien. Um dem entgegen zu wirken riet Hörmann zu stärkeren Zusammenschlüssen der Gewerbetreibenden. Es empfehle sich auch Konzepte zu erarbeiten, welche Angebote in der Innenstadt

sinnvoll seien – Ein-Euro-Läden zum Beispiel förderten nicht unbedingt das Image des Quartiers. Immer mehr Städte stellten zum Beispiel ihre Fußgängerzonen auf den Prüfstand. Über eine Markthalle als Besuchermagnet – der auch den umliegenden Geschäften zugute käme – sei unbedingt nachzudenken. Nicht aus den Augen dürfe auch das Thema „Wohnen in der Innenstadt“ gelassen werden. Die Ansiedlung eines Campingplatzes, wie in Marktobersdorf derzeit in der Diskussion, verspreche durchaus Wertschöpfung für eine ganze Stadt. Bei allen Überlegungen sei es auf jeden Fall sinnvoll, sich Rat von Fachleuten, so genannten City-Managern oder Flächen-Managern, zu holen.

Zugang bequem gestalten

Was für eine Firma ihre Marke ist, ist die Innenstadt für die Gemeinde, in der sich irgendetwas durchgehend abbilden müsse: Sie braucht ein Image, eine Abgrenzung von anderen Marken, muss auch räumlich genau definiert sein. Wo dies baulich nicht möglich sei, so Hörmann, könne auch eine entsprechend einheitliche Beleuchtung, ein einheitliches Erscheinungsbild helfen. Grundsätzlich gelte: Wer mehr Besucher in der Innenstadt haben will muss den Zugang so angenehm und so leicht wie möglich machen. Dem entgegen kämen Parkplätze „vor der Tür“, saubere öffentliche Räume, sanierte Plätze und eine ge-

schlossene Ensemblewirkung. Hörmann riet zu mehr Mut zum Standort-Marketing, zur Inszenierung dessen, was als Image nach außen getragen werden soll (zum Beispiele Marktobersdorf als Traktorenstadt, oder wie aus dem Publikum eingeworfen wurde Marktobersdorf als Musikstadt, als Kurfürstenstadt), mehr Mut zum klar konturierten Profil, zu neuen Organisations- und Finanzierungsformen aber auch zur Professionalisierung der damit verbundenen Arbeit.

In der anschließenden Diskussion wies Bürgermeister Werner Himmer auf eine Analyse hin, die sich ebenfalls dem Thema Stadtentwicklung widmet und die im Juli vorgestellt werden soll. Auch er unterstrich die Notwendigkeit des gemeinsamen Agierens. Wirtschaft, Verwaltung und Stadtpolitik müssten Hand in Hand arbeiten, bestätigte er einige Vorredner. Auf neue Ideen werde von den Gewerbetreibenden aber oft verhalten reagiert. Über eine Professionalisierung des Stadtmanagements müsse man nachdenken. Dass auch Ideen der ISM (Markthalle, Beschilderungskonzept) von der Stadt nur zögerlich angenommen würden, hielt Fendt entgegen.

Stadträtin Clara Knestel rief dazu auf, den Blick nach vorne zu richten und brach eine Lanze für Marktobersdorf: Es müsse darum gehen, dass sich die Bürgerinnen und Bürger noch stärker mit ihrer Stadt identifizieren. Ziel müsse sein, so Fendt, „etwas in Bewegung zu bringen“.