

## **Stadtmarketing Gettorf: Wir nehmen die Herausforderung an**

Doch die Belebung des Ortskerns wird nur gemeinsam gelingen

Im Frühjahr 2015 war das Gettorfer Stadtmarketing gestartet und die Erwartungen waren hoch. Wunder hatte das beauftragte Unternehmen cima Beratung + Management bewusst nicht versprochen - doch spürbare Impulse wollten die Beraterinnen der cima setzen. "Wir wollten kein Konzept für die Schublade erarbeiten", erklärt Regina Schroeder von der cima. "Stattdessen haben wir viele Dinge ausprobiert und angestoßen, um in der praktischen Umsetzung herauszufinden, warum so viele Initiativen bisher nicht nachhaltig waren." Immer wieder wird die Schaffung einer festen Stadtmarketingstelle gefordert. "Wir haben von Anfang an vor Aktionismus gewarnt, weil die hohen Erwartungen an eine solche Stelle verbunden mit geringen Budgets schnell zu einem Scheitern von Stadtmarketing-Initiativen führen."

Eine Erfahrung, die sich laut cima auch in Gettorf bestätigt. "Hier gehen die Erwartungen von Politik und Verwaltung und die Vorstellungen der Wirtschaft von einem Stadtmarketing oft auseinander" berichtet Lisa Scheer, die in den letzten Monaten für das Stadtmarketing in Gettorf aktiv war. "So würde auch der geforderte "Kümmerer" schnell an den Forderungen von beiden Seiten aufgerieben", warnt Scheer mit Blick auf die weitere Umsetzung ab 2017.

"Wir hatten gleich zu Beginn unserer Arbeit eine Lenkungsgruppe aus Vertretern der Verwaltung, Politik und Wirtschaft empfohlen." erklärt Regina Schroeder. Doch solche Runden müssen vorbereitet und moderiert werden - ein Zeitaufwand, der letztlich zugunsten von Umsetzung eingespart werden sollte. "Nach den Erfahrungen der letzten Monate müssen wir nun jedoch sagen: Ohne eine solche abgestimmte Steuerung wird das Stadtmarketing in Gettorf nicht funktionieren." Regelmäßige Berichte in Ausschüssen und Unternehmerrunden reichen da laut cima nicht aus. "Es müssen sich alle an einem Tisch verbindlich auf Ziele, Prioritäten und Maßnahmen einigen - und dann auch gemeinsam dazu stehen, wenn es mal schwierig wird." fordert Regina Schroeder.

Die cima will diese Lenkungsgruppe in den verbleibenden Monaten einrichten und dort Vorschläge für das künftige Stadtmarketing vorstellen als Grundlage für die Vereinbarungen zur Fortführung ab 2017.

Doch was ist nun mit den versprochenen spürbaren Impulsen? "Wir haben mehrere Händlerrunden und Eigentümergebungen veranstaltet und Themen wie Öffnungszeiten, Leerstände und Shopping-Events angestoßen" berichtet Lisa Scheer. "Ein Ergebnis war der Halloween-Shoppingabend." Bei den Beteiligungsständen zum Rapsblütenfest 2015 und 2016 sei die Resonanz der Gettorfer und Besucher durchweg positiv gewesen. "Da hat sich niemand beschwert, wofür die Gemeinde hier Geld ausgibt. Im Gegenteil, die Menschen waren sehr aufgeschlossen und interessiert an den Ideen für ihre Gemeinde" erklärt Regina Schroeder mit Blick auf die Kritik der Politik am Stadtmarketing.

Doch die cima will sich der Herausforderung stellen. "Beim Thema Öffnungszeiten wollen wir nicht locker lassen. Denn hier können die Einzelhändler der Ortsmitte mit ganz einfachen Mitteln schon viel erreichen." Auch im Bauausschuss der Gemeinde wurde das Thema zu einem entscheidenden Punkt gemacht für die Frage, ob das Stadtmarketing über 2016 hinaus weiter unterstützt werden kann.

Und so war die cima gemeinsam mit Herrn Grötsch, dem Vorsitzenden des Gettorfer Gewerbevereins am Freitag, 22. Juli im Zentrum unterwegs und bot allen Geschäften einen Aufkleber an, der die sogenannten "Kernöffnungszeiten" der Ortsmitte endlich einheitlich für die Kunden sichtbar machen soll. "Die Öffnungszeiten in Gettorf widerspiegeln die fehlende Gemeinsamkeit - jeder orientiert sich an seinen individuellen Möglichkeiten und Kundenwünschen, aber der Blick für die Gesamtwirkung der Ortsmitte als Einkaufsort geht dabei verloren" beschreibt Regina Schroeder die aktuelle Situation. "Doch man kann nicht erwarten, dass Kunden durch die Fußgängerzone bummeln, wenn sie dabei immer wieder vor verschlossener Tür stehen". Die von der cima ermittelten Kernöffnungszeiten werden von einem Großteil der Einzelhändler heute bereits angeboten. "Viele öffnen sogar darüber hinaus" erklärt Regina Schroeder, "und wir hoffen, dass diese Aktion manch einen zum Nachdenken anregt, der innerhalb dieser gemeinsamen Zeiten sein Geschäft schließt." Die Gettorfer Kunden sollen künftig sicher sein: Innerhalb dieser Zeiten stehen ihnen die Geschäfte in der Ortsmitte offen.

Auch zum Thema Leerstand will die cima aktiv werden. "Wir haben im Ausschuss empfohlen, die wenigen vorhandenen Leerstände mit Dekoration oder Zwischennutzungen zu beleben. Nun hat sich Herr von Gersdorff bereit erklärt, mit uns gemeinsam seinen Leerstand in der Eichstraße zu beleben. Da werden wir in den kommenden Wochen eine Gestaltung umsetzen." kündigt Regina Schroeder an.

"Wir haben noch ein paar weitere Ideen für Gettorf, die wir noch in diesem Jahr angehen wollen, um die versprochenen Impulse zu setzen. Aber wir erwarten auch, dass alle Beteiligten an einem Strang ziehen. Es reicht nicht, Budgets bereit zu stellen. Wenn Gettorf voran kommen soll, dann wird das nur gemeinsam funktionieren. Wir werden unseren Teil dazu beitragen" verspricht Regina Schroeder.

V.i.S.d.P. Regina Schroeder, CIMA Beratung + Management GmbH