

Neue Ideen für die Innenstadt

Stadtmarketingverein verjüngt sich und formuliert klare Vorstellungen

VON KAI A. STRUTHOFF



Sie wollen Bad Hersfeld voranbringen: Der erweiterte Vorstand des Stadtmarketingvereins (von links) Laura Seelen, Friedhelm Großkurth, Jörg Markert, Thomas Walkenhorst, Achim Kniese, Markus Pfromm, Daniel Knauff, Matthias Laufer-Klitsch, Marc Hannes, Arno Seelen und Florian Michl. Foto: Kai Struthoff

Bad Hersfeld – Alle an einem Tisch und gemeinsam für die Zukunft der (Innen)-Stadt arbeiten: Bei der Jahreshauptversammlung des Bad Hersfelder Stadtmarketingvereins (SMV) am Montagabend in der Stadthalle hat das gut geklappt. In der täglichen Zusammenarbeit zwischen der Interessenvertretung von Einzelhandel, Gastronomie und Gewerbetreibenden mit Stadtverwaltung und Politik sind deutliche Verbesserungen eingetreten.

Das soll sich nach dem Willen aller Beteiligten aber noch weiter verbessern. „Ein direkter Dialog zwischen Handel, Verwaltung und Politik ist immer besser als Kommunikation über mehrere Ecken“, sagte Jörg Markert und bot der Stadtpolitik die volle Unterstützung des Stadtmarketingvereins an. Der Manager der Bad Hersfelder City-Galerie wurde einstimmig zum neuen Vorsitzenden des SMV gewählt.

Er löst in dieser Funktion Achim Kniese ab, der künftig 2. Vorsitzender ist. „Dieser Wechsel ist sinnvoll, denn ich bin Gastronom, aber die Weiterentwicklung der Innenstadt ist vor allem ein Thema des Einzelhandels“. Deshalb sei Markert der richtige Mann. Kniese will sich künftig stärker um die Tourismuswerbung kümmern.

Rund 40 Teilnehmer hatten sich zur Jahreshauptversammlung an einem Tisch eingefunden – deutlich weniger als die 163 Mitglieder, die der SMV zählt und für Kniese deshalb auch Grund zur Selbstkritik an der Arbeit des Vereins. Auch Bürgermeisterin Anke Hofmann, Vertreter von CDU, SPD und Grünen waren anwesend. Die Bürgermeisterin verwies in ihrem Grußwort auf die zahlreichen Aktivitäten und Events, die die Stadt im vergangenen Jahr organisiert hat – an-

gefangen mit Veranstaltungen in der Schilde-Halle über den neuen Frühlingsempfang der Bürgermeisterin bis hin zum Workshop zur Innenstadt und publikumsstarken Veranstaltungen wie die Museumsnacht und „Tourist in der eigenen Stadt. „Wir wollen mit dem Stadtmarketingverein an einem Strang ziehen und ein offenes Ohr für andere haben“, sagte Hofmann.

Die Umsetzung der Ideen zur Innenstadtentwicklung, die bei dem Workshop gesammelt wurden, sollen im Februar in einer nächsten Runde konkretisiert werden. Bis dahin soll dann auch der neue City-Manager die Arbeit aufgenommen haben und als Mittelsmann zwischen Gewerbetreibenden, Immobilienbesitzern, Verwaltung und Politik fungieren.

Die Bürgermeisterin berichtete von „einen guten Austausch“ mit der Gewerkschaft Verdi über die verkaufsoffenen Sonntage. Hofmann kündigte an, die Stadt plane im kommenden Jahr vier große Termine – ein Frühlingserwachen mit Streetfood-Festival, einen Festspiel-Aktionstag, natürlich zum Lullusfest, aber auch einen Wintermarkt zwischen den Jahren – die der Einzelhandel als Anlass für verkaufsoffene Sonntage nutzen könnte.

Einig war man sich, dass der Handel an einheitlichen Öffnungszeiten arbeiten müsse, damit sich gerade am Samstag der Besuch in der Kreisstadt lohne und Kunden nicht vor verschlossenen Türen stünden. „Wir wollen ein einheitliches Bild schaffen“, sagte Jörg Markert. Ziel sei zunächst ein Samstag mit verbindlichen Öffnungszeiten, der mit städtischen Veranstaltungen wie etwa Musik flankiert werden soll.

„Es ist nicht fünf vor zwölf, sondern bereits Viertel nach zwölf“, mahnte Markus Pfromm, der für die Hersfelder Zeitung im Stadtmarketingverein sitzt. Er machte zugleich klar, dass ein Verein mit ehrenamtlichen Mitgliedern nicht die Aufgaben der Stadt übernehmen könne, wohl aber gern als Partner mit Expertise unterstützend tätig sei.

Bad Hersfeld sei für eine Stadt dieser Größe bei Veranstaltungen gut aufgestellt. Die Stadt habe daher kein Mengenproblem, allerdings habe der Stadtmarketingverein als Lobbyist der Gewerbetreibenden auch klare Erwartungen. „Jede Investition in die Sauberkeit, Sicherheit und Infrastruktur prägt den Eindruck von Besuchern“, sagte Pfromm.

Er regte zudem an, sich bei der Umsetzung der vielfältigen Ideen zur Transformation der Innenstadt professionelle Hilfe zu holen, wie es beispielsweise die Nachbarkreisstadt Eschwege tut. „Wir müssen nicht alles neu erfinden, sondern gute Strukturen schaffen, um die Innenstadt der Zukunft vorzudenken.“