

Rhein Zeitung, 30.06.2022

IHK lud ein – Mutige Ideen für Innenstädte gesucht

Quelle:

https://www.rhein-zeitung.de/region/aus-den-lokalredaktionen/kreis-altenkirchen_artikel,-ihk-lud-ein-mutige-ideen-fuer-innenstaedte-gesucht-arid,2423298.html



Dass die Buchstaben im Namen der legendären Popgruppe ABBA etwas mit zukunftsfesten Innenstädten gemeinsam haben könnten, lässt sich nur schwer vorstellen. Spätestens seit Dienstagabend dürfte das anders sein. Zumindest für die zahlreichen Besucher des Impulsforum „Innenstadt“, zu dem die Industrie- und Handelskammer (IHK) Koblenz ins Horhausener Kaplan-Dasbach-Haus eingeladen hatte.

Peter Markert, Geschäftsführer der imakomm Akademie GmbH machte hier deutlich, welche Bedeutung die Initialen der vier schwedischen Musiker für lebendige Innenstädte haben können. Laut des Experten seien nämlich auf dem Weg, die Innenstädte wieder zu beleben, agile Strukturen, Belegungspotenziale, Besonderheiten auszubauen und der Ausbau resilienter Strukturen wesentliche Inhalte.

Nicht nur seit der Corona-Pandemie wisse man: „Innenstädte können auch Krise.“ Und nicht nur Covid habe die Innenstädte existenziell bedroht. Auch der Klimawandel und somit immer mehr Hitze in den Zentren, der Fachkräftemangel oder die Nachfolgethematik seien Probleme, vor denen größere und kleinere Städte und Dörfer stünden. Und genau hier liefere das „ABBA-Prinzip“ Lösungsansätze. „Jede Stadt hat Besonderheiten, die sich als Marke, als Identität erlebbar machen lassen“, so Markert. Für den, der auf der Suche nach Lösungen sei, habe er eine klare Botschaft: „Mach es anders. Hol andere Leute mit ins Boot und lass sie anpacken und machen.“

Und genau das sprach auch der Altenkirchener Landrat Peter Enders an. „Die Menschen gehen nicht nur in die Stadt, um einzukaufen. Wir müssen Dörfer und Innenstädte umgestalten und neue Mischungen ermöglichen. Die Innenstadt ist mehr als die Summe ihrer Nutzung.“

Doch um etwas zu verändern, braucht es nicht nur Ideen, Mut und guten Willen. „Dies ist eine Gemeinschaftsaufgabe von Land, Kommunen, Wirtschaft und der IHK“, sagte der Landrat des Kreises Neuwied, Achim Hallerbach. Starre Planungsstrukturen seien hinderlich. „Wir müssen dynamischer und flexibler werden“, so Hallerbach.

Inwieweit die Landesregierung dies unterstützen kann, machte die rheinland-pfälzische Ministerin für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, Daniela Schmitt, deutlich. „Wir wollen die Städte neu gestalten. Die Stadt ist Erlebnis- und Begegnungsort, kann also mit Optik, Haptik und Emotionen das alles bieten, was der Onlinehandel nicht kann“, so Schmitt. Die Frage sei, was wir uns für die Zukunft für die Innenstädte vorstellen könnten. Als Stärken stellte die Ministerin Lebendigkeit, Regionalität, Genuss und Kultur heraus. Ziel sei es, Lust zu machen, dass sich die Menschen wieder gerne in der Stadt aufhalten. Und dazu müssten die Themen Handel und Wohnen, Arbeiten, Kultur und Tourismus kooperieren. „In der Landesregierung haben wir einen breiten Förderkasten gebaut. Jetzt gilt es zu sehen, was Sie anpacken wollen und was gefördert werden soll“, richtete sich Schmitt an die anwesenden Vertreter der Kommunen, die Mitglieder der Werbegemeinschaften und an die Händler und Gastronomen.

Unter dem Motto „Erlebnisraum Fußgängerzone – Auslaufmodell oder Chance für eine lebendige Innenstadt“ traten denn auch mit der Ministerin Akteure aus der Touristikbranche, dem Handel und der Gastronomie aus Neuwied, Wissen und Betzdorf in einen Dialog. Anhand verschiedener Beispiele machten sie deutlich, wie sie die Herausforderungen der Corona-Pandemie und die der Zukunft gemeistert haben und meistern wollen.

Da berichtete beispielsweise der Geschäftsführer des Food Hotels in Neuwied, Jörg Germandi, dass man einen digitalen Check-in für die Hotelgäste und einen Onlineshop eingerichtet habe. Die digitalen Medien hat beispielsweise auch die Inhaberin des Geschäftes Lady Chic in Wissen, Nicole Häusler-Diehl, für sich entdeckt. Während der Pandemie hatte sie entschieden, die sozialen Medien stärker zu bespielen. Mittlerweile seien Beiträge auf Instagram, Facebook oder Whatsapp feste Bestandteile in ihrem Alltag. „Wir können über die sozialen Medien Emotionen transportieren, viel über unsere Produkte erzählen. Hierin steckt viel Potenzial, unsere Kunden zu binden.“ Stefanie Stieler, Inhaberin der Schankwirtschaft SiegLinde in Betzdorf, hob unter anderem das Engagement der Betzdorfer Aktionsgemeinschaft hervor.

Fazit einer spannenden Veranstaltung: „Es braucht Mut zur Veränderung und Menschen, die einfach anpacken.“



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