

## Appell von Ronald Krötz

Lkw-Verbot auch auf der K1889

VON UNSEREM REDAKTIONSMITGLIED  
 JÖRG HINDERBERGER

### Alfdorf.

In Abstimmung mit Vertretern des Landratsamtes und der Gemeindeverwaltung wurde vereinbart, dass zwischen Leineckmühle und Alfdorf die zulässige Höchstgeschwindigkeit auf 30 km/h begrenzt wird. Ferner sind die Anbringung einer Schutzplanke zwischen der Haarnadelkurve und der Leineckmühle sowie weitere Markierungsarbeiten geplant. Hierzu wird eine eintägige Straßensperre notwendig. Der Zeitpunkt der Maßnahme wird noch bekanntgegeben.

Darüber hinaus ist ein Verkehrsverbot für Lkw ab 3,5 Tonnen auf der Kreisstraße 1889 zwischen Alfdorf und der Einmündung zur K 1888 für die Zeit des bestehenden Bauabschnitts in Kraft getreten.

Alfdorfs Bürgermeister Ronald Krötz sagt: „Diese Maßnahmen dienen zur Verbesserung der Verkehrssituation. Das Landratsamt Rems-Murr-Kreis und die Gemeindeverwaltung werden die Straßen- und Verkehrssituation weiter genau beobachten. Es kann auch nicht ausgeschlossen werden, dass bei Eintritt von stärkeren Regenfällen oder mit dem Eintreten von Eis- oder Schneeglätte im Winter eine komplette Sperrung des beschriebenen Straßenabschnitts notwendig wird. Dies soll natürlich das letzte Mittel sein, kann aber unter Umständen notwendig werden. Ich appelliere an alle Autofahrer, auch andere Verkehrswege zu nutzen. Weiter möchte ich betonen, dass die offizielle Umleitungsstrecke über Lorch, B 29 und Mutlangen besteht, die insbesondere von überörtlichen Verkehrsteilnehmern genutzt werden sollte.“



Umleitung über Leinecksee.



Verbot für Lkw. Fotos: Jörg Hinderberger

## Wir gratulieren

**Samstag, 26. September**  
**Welzheim:** Siegfried Ewest zum 80. Geburtstag.  
**Alfdorf:** Maria Wahl zum 90. Geburtstag.  
**Althütte:** Burgi Marauhn zum 70. Geburtstag.  
**Rudersberg:** Heiderose Bauer zum 80. Geburtstag; in **Schlechtbach** Stefan Fronius zum 85. Geburtstag; in **Zumhof** Karl Holzwarth zum 85. Geburtstag.

# Mit Corona die Innenstadt beleben

Wie muss sich das Stadt-Marketing mit Corona aufstellen, damit Kommunen wachsen? Ettlingen und Welzheim im Vergleich!

VON UNSEREM REDAKTIONSMITGLIED  
 JÖRG HINDERBERGER

### Welzheim.

„Das City- und Stadtmarketing muss zur freiwilligen Pflichtaufgabe werden.“ So ein zentrales Ergebnis der imakomm-Studie „Zukunftsfeste Standorte“ der imakomm Akademie GmbH Aalen/Stuttgart. Denn: Nicht zuletzt mit dem Inkrafttreten des coronabedingten Lockdowns im März 2020 mussten Sofortmaßnahmen her, um zumindest ansatzweise zu einem Überleben von Handel und Gastronomie in den Innenstädten beizutragen – meist Aufgabe des City- bzw. Stadtmarketings. „Wir arbeiten hier im Team mit unseren Experten für Tourismus seit Jahren eng zusammen, und unser Sommerspaziergang in Welzheim war eine gute Lösung, um die Corona-Vorschriften einhalten zu können und dennoch die Innenstadt zu beleben“, sagt Welzheims Bürgermeister Thomas Bernlöhrl.

Beim Wiederhochfahren der Standorte parallel zu den Lockerungsmaßnahmen zeigten sich besonders schmerzhaft die alten Probleme des City-/Stadtmarketings: noch mehr uneinheitliche Öffnungszeiten der Betriebe; ein fehlendes gemeinsames Auftreten aller Betriebe, verbunden mit der Trittbrettfahrer-Problematik. Fehlende Qualität und Professionalität einzelner Betriebe, ein bisher zögerliches Angehen der notwendigen Digitalisierung bei der Kundenansprache und vieles mehr.

Die Kommunen sehen laut Befragung selbst die Notwendigkeit zu einem neuen Miteinander. Wie ein solches aussehen könnte, versucht derzeit die baden-württembergische Stadt Ettlingen in der Metropolregion Karlsruhe umzusetzen.

Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund dürften die 134 im Mai 2020 befragten Kommunen im Rahmen der imakomm-Studie „Zukunftsfeste Standorte“ angegeben haben, dass sie ein City- bzw. Stadtmarketing künftig mehr denn je für zwingend erachten (gaben 69 Prozent aller befragten Kommunen an).

### Folgender Zehn-Punkte-Plan kam als Ergebnis der Studie heraus

1. Abkehr von der immer noch oft vorhandenen reinen Handelsfokussierung bei der Innenstadtbelebung. Vielmehr Etablierung einer tatsächlich multifunktionalen Innenstadt. Dazu nötig: Bearbeitung unterschiedlichster Belegungspotenziale.
2. Eintrittsbarrieren senken, beispielsweise einfaches Parkraumkonzept, logische Kundenführung, Vernetzung der unterschiedlichsten Mobilitätsarten.
3. „Local attachment“ als Ansatz viel stärker in den Fokus rücken, also eine Ausrichtung der Marketingmaßnahmen auf Alleinstellungsmerkmale der Kommune und damit auf lokal Begründetem.
4. Bestehende Marketingstrukturen überdenken oder zumindest ergänzen, indem einerseits Aufgaben viel klarer definiert und verteilt werden (Split-Modell), gleichzeitig müssen aber auch habhaft Anreize für mehr Mitspieler und für mehr Qualität aufgebaut werden.
5. Speziell die Standortgemeinschaften benötigen eine Überprüfung ihrer Ausrichtung (Vergleich Satzung, tatsächliche Aktionen) anhand der Frage nach dem Nutzen für bestehende und künftige/weitere Mitglieder. Die Basis muss zudem verbreitert werden.
6. Aus der Erfahrung der Corona-Krise lernen und einen Notfallplan Innenstadt (Kommune und Standortgemeinschaften) aufbauen. Denn: Die nächste Krise (gemeint ist bei weitem nicht allein eine etwaige zweite Corona-Welle) kommt bestimmt.
7. Das Thema Online-Strategie muss – parallel und ergänzend zu einer Qualitätsoffensive im Offline-Bereich! – nun endlich angegangen werden. Zu suchen ist eine effiziente Online-Strategie, die eine professionelle digitale Sichtbarkeit der Betriebe und des Gesamtstandortes fokussiert. Eine Shop-Funktion ist eben nicht das größte Ziel dabei!
8. Die Weiterentwicklung von Inhalten und Strukturen muss fester Bestandteil



Welzheim war zwar nicht Teil der Studie „Zukunftsfeste Standorte“, aber viele Ergebnisse werden bereits umgesetzt oder sind in der Planung, um die Welzheimer Innenstadt attraktiv zu gestalten. Wichtig ist, dass die Menschen den Einzelhandel und die Gastronomie annehmen. Foto: Benjamin Büttner

des Marketings sein. Hierzu zählen Stichworte wie ein Querdenker-Kreis, Beirat oder Ähnliches. Die Weiterentwicklung muss also institutionalisiert sein. Das ist keine Theorie, sondern echte Praxis!

9. Langfristig muss eine Innenstadt also Elemente eines „neuen Systems“ aufbauen, beispielsweise ein starkes Geflecht aus Anreizen zum Investieren und Mitmachen.
  10. Ein City-/Stadtmarketing ist dazu angehalten, Erfolge im Sinne der aufgeführten Punkte – nicht allein die Zahl von Events! – gegenüber der Kommunalpolitik zu kommunizieren. City- und Stadtmarketing sind für Kommunen, unabhängig von deren Größe, freiwillige Pflichtaufgaben.
- Auch in der Innenstadt von Ettlingen (Mittelzentrum, ca. 39 500 Einwohner, Metropolregion Karlsruhe, Baden-Württemberg) sind – wie in allen deutschen Städten – die Auswirkungen der Corona-Krise spürbar. Insbesondere für die stationären Betriebe sind durch die wochenlangen Schließungen und die Auflagen sowie Einschränkungen bei der Wiedereröffnung große Herausforderungen, vor allem auch finanzieller Art, entstanden.

### Fördertopf als Schutzschirm ist in Welzheim bereits eingerichtet

Die Stadt Ettlingen möchte diese Kernaufgabe angehen. Ziel ist es, den weiteren Auswirkungen der Corona-Pandemie proaktiv zu begegnen und letztlich solide aus dieser epochalen Krise hervorzugehen. Neben beispielsweise städtebaulichen und verkehrlichen Maßnahmen sind dafür innerstädtische Betriebe mit ansprechendem Angebot unerlässlich.

Verlässliche Kernöffnungszeiten sowie das Signal zur Solidarität mit der Gemeinschaft sind hierbei Schlüsselpunkte. Das Konzept „Zukunftssichere Innenstadt Ettlingen“ umfasst drei zentrale Elemente: 1. Eine klare Positionierung der Innenstadt, die für den Kunden wichtig und spürbar ist, 2. Ein Fördertopf in 2020 und ein ab 2021 aufzubauender Schutzschirm für finanzielle Soforthilfen für Betriebe, 3. Ein Leistungsversprechen zwischen Stadt, Werbegemeinschaft und innerstädtischen Betrieben für ein noch besseres Kundenerlebnis. Einen ähnlichen Fördertopf hat Welzheim auch eingerichtet, nämlich den Welzheimer Soforthilfe-Fonds.

### „Innenstadt muss Einladungs- und Aufenthaltscharakter haben“

Was in Ettlingen anhand der Studienergebnisse gemacht wird, lebt also auch Welzheim als weiteres Beispiel vor. Bürgermeister Thomas Bernlöhrl hat die aktuelle Studie zwar nicht gelesen, doch seine Ansatzpunkte stimmen sehr oft mit dem guten Beispiel von Ettlingen überein, und es gibt für Welzheim sogar noch weitere gute Ideen, um die Corona-Krise in der Innenstadt zu überstehen.

„In erster Linie ist es unsere Hauptaufgabe, die Welzheimer Innenstadt klassisch zu stärken, nämlich durch eine gute Stadtsanierung. Die Innenstadt muss einen Einladungs- und Aufenthaltscharakter haben. Diesen Rahmen können wir als Kommune gestalten, was zum Beispiel mit dem neuen grünen Band oder dem neuen Spielplatz rund um die St.-Gallus-Kirche gemacht wird“, sagt Bernlöhrl. Natürlich gehöre es auch dazu, in der Innenstadt Veranstaltungen, Events oder die klassische Hockette anzubieten. „Das ist unter Corona-Bedingungen nicht mehr so einfach möglich, aber unser Sommerspaziergang hat gezeigt, dass es Lösungen gibt. Denn man kann entweder die Menschen räumlich oder zeitlich während einer Veranstaltung trennen. Beim Sommerspaziergang war es zeitlich geregelt, da sich die Menschen von Stand zu Stand bewegen konnten“, erklärt Bernlöhrl. Ob es auch einen Welzheimer Weihnachtsmarkt gibt im Jahr 2020, sei noch nicht definitiv zu beantworten. „Wir beraten noch immer intensiv, denn es muss ja auch für die Standbetreiber attraktiv sein, und das Hygienekonzept muss dennoch eingehalten werden“, sagt der Schultes. Für Bernlöhrl stehe aber fest, dass, sobald ein Impfstoff da ist, es auch wieder Feste, zum Beispiel in einem Festzelt, geben sollte. „Das darf man den Menschen nicht auf Dauer verbieten“, so Bernlöhrl.

„In erster Linie ist es unsere Hauptaufgabe, die Welzheimer Innenstadt klassisch zu stärken, nämlich durch eine gute Stadtsanierung. Die Innenstadt muss einen Einladungs- und Aufenthaltscharakter haben. Diesen Rahmen können wir als Kommune gestalten, was zum Beispiel mit dem neuen grünen Band oder dem neuen Spielplatz rund um die St.-Gallus-Kirche gemacht wird“, sagt Bernlöhrl. Natürlich gehöre es auch dazu, in der Innenstadt Veranstaltungen, Events oder die klassische Hockette anzubieten. „Das ist unter Corona-Bedingungen nicht mehr so einfach möglich, aber unser Sommerspaziergang hat gezeigt, dass es Lösungen gibt. Denn man kann entweder die Menschen räumlich oder zeitlich während einer Veranstaltung trennen. Beim Sommerspaziergang war es zeitlich geregelt, da sich die Menschen von Stand zu Stand bewegen konnten“, erklärt Bernlöhrl. Ob es auch einen Welzheimer Weihnachtsmarkt gibt im Jahr 2020, sei noch nicht definitiv zu beantworten. „Wir beraten noch immer intensiv, denn es muss ja auch für die Standbetreiber attraktiv sein, und das Hygienekonzept muss dennoch eingehalten werden“, sagt der Schultes. Für Bernlöhrl stehe aber fest, dass, sobald ein Impfstoff da ist, es auch wieder Feste, zum Beispiel in einem Festzelt, geben sollte. „Das darf man den Menschen nicht auf Dauer verbieten“, so Bernlöhrl.

### Einkaufen in der Innenstadt ist klimafreundlicher als im Internet

Ein weiterer Welzheimer Ansatzpunkt für ein gutes Stadtmarketing ist das Belegungsmanagement. „Wir besitzen zwar nicht viel Eigentum, aber wir können mit Eigentümern sprechen und ihnen unsere Ideen vorschlagen, wo es zum Beispiel sinnvoll ist, ein Geschäft aufzumachen. Es ist unsere städtische Aufgabe, hier mit den Eigentümern oder Investoren zu sprechen“, sagt Bernlöhrl. Am Beispiel des Geschäftshauses am Feuersee, das gerade gebaut wird, zeigt sich, dass manche Gespräche zwar länger dauern, doch wenn das Ergebnis dann für die Welzheimer eine größere Auswahl an Geschäften in der Innenstadt bedeute, lohne es sich zu reden.

„Denn im Vergleich zum Online-Shopping ist das Einkaufsmanagement in der Innenstadt klimafreundlicher. In der Innenstadt kann ich zu Fuß fünf Einkäufe auf einmal erledigen, ohne dabei mit einem Pkw fahren zu müssen. Und ich kann auch noch ein gutes Restaurant besuchen“, hebt Bernlöhrl die Vorzüge der Welzheimer Innenstadt hervor. Besonders das Zusammenspiel von Einzelhandel und Gastronomie sei wichtig.

„Und wenn es uns gemeinsam noch gelingt, genau diese tollen Möglichkeiten noch bekannter in der Öffentlichkeit zu machen, dann sind wir auch in der Corona-Krise auf einem sehr guten Weg. Nur wer weiß, was es alles in der Innenstadt gibt, der kommt auch gerne nach Welzheim“, erklärt der Schultes.



Bürgermeister Thomas Bernlöhrl und sein Team wollen Welzheim bekannter machen. Foto: Palmizi

## Die große Herbstaktion

gültig bis 2. Oktober 2020

# 20%

jetzt auf alle DAMEN- und HERREN-JEANS

MIRACLE OF DENIM

Der Umwelt zuliebe

MIRACLE OF DENIM

bis zu 90 % Wassereinsparung – WASSER SPAREN  
 Nano-Bubble Technologie – ÖKOLOGISCH  
 Ozon-Technologie / Null Emissionen – ENERGIE SPAREN  
 vielfältige neue Waschungen – INNOVATION

Jeans Markt

Öffnungszeiten:  
 Mo – Fr 9 – 19 Uhr  
 Sa 9 – 18 Uhr

Mutlangen · In der Breite Nord  
 Tel. 07171-9986933 · www.jeansmarkt.com

PIONEER

GANG

CECIL

PLEASE

Blue Monkey

SmilthSmil

wigglesteps

Kenny S.

VITTOZZI

ANGELS

ZERRES

HERNICH

Hier macht einkaufen Spaß!

Find us on Facebook