

Merkur, 03.04.19

Fürstenfeldbruck Einheitliche Strategie beim Stadtmarketing



Beispielfoto vom Altstadtfest © Weber

Gewerbe und Tourismus in der Kreisstadt sollen künftig besser gefördert werden. Die Aktivitäten der einzelnen Akteure sollen dazu gebündelt und zentral koordiniert werden.

Fürstenfeldbruck – Der Kultur- und Werkausschuss hat deshalb beschlossen, einen externen Berater zu beauftragen. Er soll sowohl ein ganzheitliches Stadtmarketing schaffen als auch eine zentrale Interessengemeinschaft etablieren.

Die bisherigen Aktivitäten zur Belebung der Wirtschaft kann man als Flickerteppich bezeichnen. Neben dem Gewerbeverband und der Arbeitsgruppe „FFB ist besser“ beschäftigen sich auch Gewerbetreibende aus Handel, Gastronomie und Dienstleistung sowie die Stadtverwaltung mit dem Thema.

Auf Einladung von Stadt und Gewerbeverband trafen sich im vergangenen Oktober in der Innenstadt ansässige Gewerbetreibende zu einem Runden Tisch. Ziel war es, auszuloten, ob aus den vielen Akteuren ein gemeinsames größeres Ganzes entstehen kann, um die Aktivitäten gemeinsam zu steuern und neue Maßnahmen für eine lebendige und attraktive Innenstadt zu entwickeln. Es wurde die Idee diskutiert, wie eine Zusammenarbeit aller Akteure in Zukunft möglicherweise aussehen könnte.

Um die vielen verschiedenen Interessen unter einen Hut zu bringen und die Maßnahmen zu koordinieren, soll jetzt die imakomm Akademie aus dem baden-württembergischen Aalen beauftragt werden. Sie hat sich mit ihrem Angebot gegen mehrere andere Bewerber durchgesetzt, bei denen die Stadt angefragt hatte. Die Verwaltung hebt vor allem den gesamtstädtischen Ansatz hervor. So soll sich die Arbeit nicht nur auf die Innenstadt konzentrieren, sondern auch auf die Buchenau. Zudem sei die Beteiligung aller Akteure „logisch, umfangreich

und sinnvoll“. Auch die 20 Gewerbetreibenden, die sich aktiv an der Interessengemeinschaft beteiligen wollen, sprachen sich für die imakomm Akademie aus.

Im Kultur- und Werkausschuss wurde die Initiative überwiegend wohlwollend aufgenommen. Christian Stangl (Grüne) regte allerdings an, zu überlegen, ob man den Fliegerhorst in die Planungen mit einbeziehen sollte. „Das könnte ein drittes Zentrum werden“, so Stangl.

Klaus Quinten (BBV) wies auf das geänderte Kaufverhalten der Menschen hin. Man müsse versuchen, gerade junge Leute wieder zum Einkaufen in die Stadt zu bringen. Deshalb sei die Schaffung einer Interessensgemeinschaft ein wichtiger Schritt. Philipp Heimerl (SPD) gab zu bedenken, dass die Impulse nicht von der Stadt sondern von den Geschäftsleuten kommen müssten.

Läuft alles nach Plan, könnte bereits im April mit einem Basiskonzept begonnen werden. Ende des Jahres könnte es dann im Stadtrat die Abschlusspräsentation geben. (tog)

Quelle: <https://www.merkur.de/lokales/fuerstenfeldbruck/fuerstenfeldbruck-ort65548/einheitliche-strategie-beim-stadtmarketing-12098808.html>, abgerufen am 17.04.19

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