

Karierte Maiglöckchen vom Schnellboot

Stadtmarketing- und Gewerbeverein wirft kritischen Blick auf Veranstaltungen 2011 – „Alles uff die Gass“ ein „Kracher“

GELNHAUSEN (we). Um die Herausforderungen, die an den Einzelhandel in kleineren Städten wie Gelnhausen in Zeiten eines großen Angebotes im Internet und auf der „grünen Wiese“ gestellt werden, meistern zu können, bedarf es vor allem auch offener Selbstkritik der Handelstreibenden. Diese blieb bei der Mitgliederversammlung des Stadtmarketing- und Gewerbevereins Gelnhausen am Dienstagabend in der „Burgmühle“ (wir berichteten) nicht außen vor.

Der alte und neue Vorsitzende Dr. Alexander Möller sagte offen, welche Veranstaltungen gut gelaufen sind, welche nicht und wo noch dringend Hausaufgaben zu erledigen sind. Zum ganz schnellen visuellen Erfassen der Lage hatte er in seiner Power-Point-Präsentation einzelne Veranstaltungen mit Smiley in verschiedenen „Gemütslagen“ versehen.

Durchwachsen liefen 2011 die Einkaufssamstage, bis auf die Kürbisschnitzereien, die waren ein Erfolg. Bei der Shopping-Night, die zusammen mit dem Altstadtfest und den Air-Classics veranstaltet wurde, „haben wir uns Synergieeffekte erhofft. Die blieben leider aus“, urteilte Dr. Möller knapp. Der Einzelhandel konnte nicht von der Ak-



tion profitieren, die Gäste „verliefen“ sich auf den verschiedenen Aktionsplätzen. Schützenhilfe braucht noch die Aktion „Sternenpass“. „Und bei den Einkaufsgutscheinen müssen wir aufs Gas treten“, so Dr.

Möller. Innerhalb des Stadtmarketings sei deshalb bereits eine Arbeitsgruppe gegründet worden. Außerdem präsentierte der Vorsitzende einen Satz aus einer Zeitung, in dem der Autor bemängelte, dass samstags nach 13 Uhr kaum ein Geschäft mehr in der Innenstadt geöffnet habe, geschweige denn ein Café. In dem Artikel ging es zwar um Haßfurt am Main, „aber Sie sehen, Gelnhausen ist überall“, so Dr. Möller provokant. „Wir müssen unsere eigenen Unternehmungen noch stärker unterstützen“, appellierte er an die Gewerbetreibenden, „und vor allem: Mit unseren Pfunden wuchern. Die Altstadtkulisse ist unbezahlbar.“ Außerdem verglich er die Zentren auf der „grünen Wiese“ mit Tankern, den Einzelhandel in Gelnhausen mit Schnellbooten. Und die seien bekanntlich wesentlich wendiger... Zudem müsse man permanent dem Kunden und seinen Wünschen nachspüren. „Wenn er karierte Maiglöckchen will, dann besorgen wir ihm die“, so Dr. Möller.

„Wir müssen unsere eigenen Unternehmungen noch stärker unterstützen.“

Dr. Alexander Möller

Es gab am Dienstag aber auch viel Positives zu berichten. Ein „Kracher“ im Veranstaltungsreigen des Stadtmarketings, dessen Geschäfte Harald Steif führt, ist die kulinarische Einkaufs-

nacht, die auch dieses Jahr wieder stattfinden wird. Geplant ist hierfür der 8. September. Unangefochtene Königin der Veranstaltungen ist „Alles uff die Gass“ mit Antikmarkt und Kindererlebniswelt, dieses Jahr am 29. Juli. „Der Antikmarkt ist schon ausgebucht“, konnte Dr. Möller freudig vermelden.

Der Vereinschef konnte nicht verhehlen, dass sein Herz und das von Harald Steif für eine Neuerung im Terminkalender schlägt: das erste Musikfestival in Gelnhausen. Es soll am 3. und 4. August stattfinden, die Planungen laufen. „Wir mussten die Pläne gegenüber der Ursprungsidee ein bisschen verkleinern, aber wir wollen mit diesem Musikfestival vor allem ein Zeichen dafür setzen, dass wir nicht nur die Interessen des Einzelhandels vertreten, sondern das Stadtleben auch kulturell bereichern möchten“, so Möller. Eine „Baustelle“ des Stadtmarketings ist außerdem die Zertifizierung als Qualitätsstadt. Für 2012 sind noch Ziele festzulegen. Und auch zum Jahresabschluss bieten die Gelnhäuser Gewerbetreibenden ein Bonbon: Nach einem ziemlich langen Weihnachtswochenende (Heiligabend ist ein Montag, es winken mit dem Wochenende davor fünf freie Tage!) öffnen die Geschäfte am 29. Dezember zur „Shopping Night“ bis 1 Uhr nachts.

Der komplette Aktionsplan ist auf der Homepage einsehbar: www.stadtmarketing-gelnhausen.de