

City-Manager soll Einzelhandel retten

WIRTSCHAFT Der CIV sieht die Stadtverwaltung in der Pflicht, die Stadtverwaltung den CIV

Wie kann der Niedergang der Innenstadt am ehesten gestoppt werden: Durch einen „großen Zampano“ oder durch ein „Stadtmarketing-Konzept der kleinen Schritte“?

VON GERD ABELDT

WILHELMSHAVEN – Dem Einzelhandel in der Stadt steht das Wasser teilweise bis zum Hals. Die Einwohnerzahl sinkt, Kaufkraft und Nachfrage der Wilhelmshavener lassen zu wünschen übrig. Die Kaufleute passen ihr Sortiment der schwachen Nachfrage an – und verschärfen damit das Problem.

„Viele Produkte des gehobenen Bedarfs findet man bei uns in der City gar nicht mehr“, klagt Frank Frier, Inhaber eines Juwelier-Geschäfts in der Marktstraße. Frier und Parfümerie-Betreiber Bernd Kirchner sehen dringenden Handlungsbedarf, der Innenstadt notwendige Impulse zu geben. Kirchner: „Wir brauchen einen City-Manager.“

Der Einzelhandel stecke in einer tiefen Krise. Im Stadtnorden habe die Kaufmannschaft nicht mehr die Kraft, das beliebte Volksfest „F'grodin macht Spaß“ auf die Beine zu stellen, im Bereich Gökerstraße stünden etliche Geschäfte leer, aus der Nordseepassage seien eine Reihe von attraktiven Geschäfte abgewandert und auch in der Marktstraße seien die Umsätze rückläufig.

Aktionen in der Innenstadt könnten nach Ansicht von Kirchner und Frier das Einkaufs-Erlebnis deutlich erhöhen und damit Umsatz nach Wilhelmshaven zurück-



Die Fußgängerzone ist als Flaniermeile beliebt, doch in die Tüte kommt weniger, als den Kaufleuten lieb ist.

WZ-FOTO: GA-JÜ

holen. Gourmet-Meile, Auto-show, „Blühendes Wilhelmshaven“, „Fit in den Herbst“, „Fries'n Wies'n“, dazu ein attraktiver Weihnachtsmarkt – das sind nach einem von Kirchner ausgearbeiteten Konzept Aktionen, um die sich ein City-Manager kümmern müsste.

Die vorhandenen Institutionen im Rathaus, bei der Wilhelmshaven Freizeit & Touristik GmbH (WTF) oder auch der City-Interessenverein (CIV) können nach Überzeugung von Frier und Kirchner diese zusätzliche Arbeit nicht leisten. Dafür brauche man einen City-Manager.

Die Schlüsselfrage: Wer soll den Manager bezahlen?

Kirchner und Frier sehen zunächst die Stadt in der Pflicht, ein Zeichen zu setzen. Von dort erhoffen sie sich einen Zuschuss von 20 000 Euro im Jahr. Weitere 20 000 Euro müssten bei Sponsoren

„Ein City-Manager als großer Zampano wird es nicht bringen. Wir setzen auf ein Stadtmarketing der kleinen Schritte.“

ARNOLD PREUSS, PRESSESPRECHER DER STADT

wie Banken, GEW und Wirtschaftsförderung eingeworben werden. Hinzu kämen etwaige Überschüsse von den Veranstaltungen.

Sollte sich bei dem dann immer noch bescheidenen Etat nicht sofort eine externe Lösung der Personalfrage anbieten, so Kirchner, sei er

auch persönlich bereit, den Job zu übernehmen. Schließlich sei er seit über 30 Jahren in der Stadt selbstständig und habe viele Verbindungen zu Wirtschaft, Handel und Sport.

Im Rathaus verweist man auf die angespannte Haushaltslage der Stadt. Pressesprecher Arnold Preuß: „Wir sehen in erster Linie

den City-Interessenverein in der Pflicht.“ Doch auch dort winkt man ab. CIV-Vorsitzender Andreas Jacobs: „Wir haben das Geld nicht.“

Jacobs sieht den Vorstoß der CIV-Mitglieder Kirchner und Frier mit gemischten Gefühlen. Auf jeden Fall sei die Stadt in der Pflicht, etwas für

die City zu tun. Ob ein bezahlter Manager, der Veranstaltungen in die City bringt, der Weisheit letzter Schluss sei, bezweifelt Jacobs. „Der CIV organisiert schon jetzt eine Fülle von Veranstaltungen. Ehrenamtlich! Wenn Herr Kirchner und Herr Frier dabei mitmachen wollen, sind sie in unseren Arbeitsgruppen herzlich willkommen.“

Stadt-Sprecher Preuß setzt hingegen große Hoffnungen auf den neuen WTF-Geschäftsführer Raymond Kisbye, der die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure stärken, Aktivitäten abstimmen und bündeln soll. „Ein City-Manager als großer Zampano wird es nicht bringen“, ist Preuß überzeugt. „Wir setzen auf ein Stadtmarketing der kleinen Schritte.“