



Zahlreiche Veranstaltungen unter der Regie des Stadtmarketing-Teams gemeinsam mit den Händlern, hier der Fellbacher Herbst, locken Besucher.

Foto: Patricia Sigerist

# Mit Aktionen das Einkaufen attraktiv machen

**Fellbach** Der Verein Stadtmarketing ist auf Erfolgskurs. Zum Beispiel mit der Messe „Fellbach lädt ein“. *Von Gerhard Brien*

Mehr als 40 Betriebe werden sich Ende Februar in der Alten Kelter bei der Messe „Fellbach lädt ein“ präsentieren. So viele Teilnehmer waren es noch nie bei den Themenmessen, die der Verein Stadtmarketing gemeinsam mit den Stadtwerken Fellbach, den Gewerbe- und Handelsvereinen von Fellbach, Schmiden und Oeffingen sowie dem Verein Haus und Grund und der Stadt Fellbach regelmäßig organisiert. Mit der Messe schreibt das Stadtmarketing eine Erfolgsgeschichte – wie mit vielem, was das Team um Hannah Schröder-Klings anpackt.

Die Geschäftsführerin, in Personalunion auch Amtsleiterin für Wirtschaftsförderung im Fellbacher Rathaus, berichtete darüber kürzlich im Verwaltungsausschuss des Gemeinderats. Dessen Mitglieder zeigten sich durchweg erfreut darüber, dass der städtische Zuschuss von jährlich 108 000 Euro fürs Stadtmarketing ganz offensichtlich gut angelegt ist.

Schröder-Klings berichtete über zahlreiche Veranstaltungen unter der Regie des Stadtmarketing-Teams, das im Sommer aus dem Rathaus in neue Räume an der Cannstatter Straße umgezogen ist, etwa

über den Fellbach Hopf mit Rekordergebnis, über Maikäferfest, Fellbach Proms, WM-Aktionen, Lange Nacht, Leistungsschau im Gewerbegebiet, verkaufsoffener Sonntag im Oktober und unzähligen Aktivitäten in der Vorweihnachtszeit, um an den Adventssamstagen die Einkaufsstraßen zu beleben. Zufrieden ist man auch mit der Bilanz der Kunstseilbahn auf dem Kirchplatz, die das Stadtmarketing zusammen mit Stadt und Stadtwerken betreibt: Rund 4900 kleine und große Eislaufaffans tummelten sich von Anfang Dezember bis 6. Januar auf dem Eis, das ist kein Rekord, aber über dem Durchschnitt.



H. Schröder-Klings

Vorsitzender des Vereins Stadtmarketing ist seit dem vergangenen Jahr Friedrich Benz von den Fellbacher Weingärtnern. Der Verein hat derzeit 349 Mitglieder, 16 mehr als im Vorjahr. Er finanziert sich durch Mitgliedsbeiträge (etwa 75 000 Euro), Teilnehmerbeiträge und Sponsoring

(2014: rund 57 000 Euro) und den Zuschuss der Stadt. In diesem Jahr will die Geschäftsstelle des Stadtmarketings neben den etablierten Veranstaltungen diejenigen Händler mit „Baustellenmanagement“ unterstützen, die von Bautätigkeiten im Rahmen der Ortskernsanierung in Schmiden und am Wüst-Gelände in Fellbach betroffen sind. Zudem soll die Fellbach-Card ein neues Gesicht und ein anderes Konzept erhalten. Und das Branchenverzeichnis soll künftig zusammen mit einem Tourismus-Magazin erscheinen.

„Man spürt die Begeisterung und den Elan“, sagte der FW/FD-Fraktionsvorsitzende Ulrich Lenk, „das Stadtmarketing hat eine tolle Entwicklung genommen“. Aber der Präsident des TSV Schmiden wünscht sich auch eine bessere Einbindung der Vereine. Der CDU-Fraktionsvorsitzende Hans-Ulrich Spieth lobte, dass es gelungen sei, Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing zusammenzuführen, da gebe es große Schnittmengen. Lob gab es auch von der Grünen-Fraktionsvorsitzenden Agata Ilmurzynska für die Fülle an Aktivitäten, dem sich der AfD-Sprecher Andreas Zimmer anschloss: Das Stadtmarketing produziere „messbar positive Ergebnisse“, bei den Kennziffern seien „stolze

Wachstumsraten“ ablesbar. In der Tat zeigt sich der Einzelhandelsstandort Fellbach in den entsprechenden Einzelhandelsstudien der IHK Stuttgart vergleichsweise stark; im vergangenen Jahr ist die „Zentralitätskennziffer“, ein Maß für den Zufluss an Kaufkraft in die Stadt, erneut um 3,5 Prozentpunkte auf 138,4 gestiegen, der Einzelhandelsumsatz pro Einwohner hat um 2,4 Prozent zugelegt.

**Das Branchenverzeichnis soll künftig zusammen mit einem Tourismus-Magazin erscheinen.**

Dass in diesem Jahr das Einzelhandelsgutachten vom Büro Acocella fortgeschrieben werden soll, veranlasste den SPD-Fraktionsvorsitzenden Andreas Möhlmann zu einer Nachfrage zur Konzeption. Die Baubürgermeisterin Beatrice Soltys kündigte dafür eine öffentliche Diskussion mit den Beteiligten an, wobei auch der „ruhende Verkehr“, also die Parkplatzsituation, eine wichtige Rolle spielen werde.

**Info** In der Adventszeit hat das Stadtmarketing eine Weihnachtslotterie veranstaltet. Viele Gewinner haben sich immer noch nicht gemeldet. Die Liste mit den Gewinner-Losnummern ist unter [www.stadtmarketing-fellbach.de](http://www.stadtmarketing-fellbach.de) zu finden, die Gewinne können bis 3. Februar im Stadtmarketing-Büro Cannstatter Straße 40 abgeholt werden.