

Baustellen sollen den Handel nicht stören

Fellbach Gemeinderat ist zufrieden mit der Arbeit des Vereins Stadtmarketing. Nur Eisbahn wird kritisiert. *Von Gerhard Brien*

Selbstbewusst präsentierte Hannah Schröder-Klings den Jahresbericht des Vereins Stadtmarketing im Verwaltungsausschuss des Gemeinderats. In den Kassen der Einzelhändler kommt 40 Prozent mehr Umsatz an als die Fellbacher Bevölkerung an Geld zum Einkaufen zur Verfügung hat, das hat eine Studie der IHK Region Stuttgart gezeigt, berichtete die Geschäftsführerin: „Die Steigerung der Attraktivität des Standortes auch über die Stadtgrenzen hinaus ist damit nachgewiesen“. Alle Akteure bei Projekten und Veranstaltungen einzubinden verspreche also auch weiterhin Erfolg auf dem Weg zu mehr Standortqualität.

Genau dafür organisiert das Stadtmarketing rund ein Dutzend Veranstaltungen im Jahr, wobei zu den großen Traditions-Events wie Maikäferfest, Lange Nacht, Fellbach Hopf oder der verkaufsoffene Sonntag am Fellbacher Herbst zuletzt mit großem Erfolg viele Aktionen an den Advents-Samstagen auf die Beine gestellt wurden. Vor allem in Zusammenhang mit Verkehrseinschränkungen in Stuttgart sollen die Werbemaßnahmen darauf ausgerichtet werden, die Kunden von einem stressfreien und bequemen Einkaufserlebnis in Fellbach zu überzeugen.

In diesem Jahr soll erneut ein Versuch gestartet werden, „Fellbacher Qualität“ mit einer Leistungsschau in einem Gewerbegebiet zu zeigen – bei einer Umfrage unter Betriebsinhabern des Gewerbegebiets Süd-Ost hätten 9 von 14 angeschriebenen Firmen „positiv reagiert“, berichtete Schröder-Klings. Zur Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien will das Stadtmarketing jene Mitgliedsbetriebe mit einem WM-Flyer



Rund um das Wüst-Areal will das Stadtmarketing die Einzelhändler mit Baustellenmanagement unterstützen.

Foto: Gerhard Brien

unterstützen, die Spiele übertragen – größere Public-Viewing-Aktivitäten sind nicht vorgesehen, zumal die Spiele jeweils recht spät beginnen.

Für Einzelhändler, die im Bereich des Wüst-Areals in der Stadtmitte und bei der Ortskernsanierung in Schmiden von Bauarbeiten in der Nachbarschaft betroffen sind, will das Stadtmarketing unterstützend tätig werden im Rahmen eines Baustellenmanagements wie im Rathaus-Carrée. Auch die Weiterentwicklung der Fellbach-Card steht in diesem Jahr auf der Agenda. Schröder-Klings erwartet zudem positive Impulse für den Handel durch Kooperationen mit dem F3-Bad und die geplanten kulturellen und touristischen Aktivitäten.

„Tourismus und Stadtmarketing gehören eng zusammen“, sagte der FW/FD-Fraktionsvorsitzende Ulrich Lenk, der dem Stadtmarketing eine wichtige Rolle bei dem wachsenden Ge-

meinschaftsgefühl in der Stadt zusprach. Ins Lob aus allen Fraktionen für die Arbeit des Stadtmarketings mischten sich hier und da auch Kritik und Wünsche. So regte der CDU-Fraktionsvorsitzende Hans-Ulrich Spieth an, auch für Oeffingen einen verkaufsoffenen Sonntag zu organisieren, eventuell angelehnt an Aktionen in Schmiden oder Fellbach.

Die Grünen-Fraktionsvorsitzende Agata Ilmurzynska freute sich über die Zusammenarbeit mit dem Stadtseniorenrat bei der Zertifizierung seniorenrechtlicher Geschäfte, da tue man etwas für eine wachsende Kundengruppe. „Auch ein Kindermodengeschäft kann sich zertifizieren lassen“, sagte Ilmurzynska, schließlich wolle auch die Oma fürs Enkele einkaufen. Die CDU-Stadträtin Simone Leberherz vermisst Verkaufsstellen für das Fellbach-Ticket und Informationen darüber. Der FW/FD-Stadtrat Knut Matzen hätte gerne wieder eine Tribüne beim Wettbewerb Glatze-Locke am Neujahrstag an der Eisbahn, und der SPD-Fraktionsvorsitzende Andreas Möhlmann Informationen über die Finanzlage des Vereins Stadtmarketing.

Die sind seit Jahren stabil, versicherte die Geschäftsführerin: Ein Zuschuss der Stadt decke die Personalkosten ab, Projekte und Aktionen würden durch Beiträge der 330 Mitglieder und weitere Einnahmen finanziert. Für die Besucher an der Eisbahn stellte Oberbürgermeister Christoph Palm in Aussicht, dass nächstes Jahr wieder eine Tribüne aufgebaut werde, allerdings kleiner als früher. Das Verhältnis von Aufstel-

lungskosten zur Nutzungszeit stehe „außerhalb aller Verhältnisse“, sagte Palm, aber ein Sponsor stehe wohl schon bereit.

Dass man rund um die Eisbahn im Matsch steht, wie der CDU-Stadtrat Erich Theile monierte, dürfte aber wohl so bleiben. Unter dem Kirchplatz liegt die Rathaus-Tiefgarage, da lässt sich am Belag nicht viel

machen. Für das Glatze-Locke-Duell muss es nach Ansicht des OB außerdem nicht so perfekt sein: „Die Atmosphäre lebt auch von der Improvisation.“

// Das Stadtmarketing informiert über bevorstehende Aktivitäten und über seine Mitglieder unter der Internet-Adresse www.stadtmarketing-fellbach.de



In diesem Jahr gibt es wieder eine Tribüne für die Eisbahn.