

# Citymanager Markus Jocher suchte das Gespräch mit der Geschäftswelt

27. Mär 2014

## Austausch mit den Geschäftsleuten der Innenstadt

Wünschenswert wäre ein Gewerbeverband oder –verein. Dabei könne man aber nichts über's Knie brechen, so Jocher in der Stadthalle. Nach seiner Auffassung ist die Kommunikation sehr, sehr wichtig. Diese könne auch ohne Gewerbeverband funktionieren.

Zunächst soll die Innenstadt in Quartiere aufgeteilt werden, für die es jeweils einen Quartierverantwortlichen gibt. Der wäre dann für eine gewisse Zeit der Ansprechpartner für den Citymanager. Erfahrungen konnte Jocher in seiner Tätigkeit für die Städte Neuburg an der Donau und Wemding sammeln. In Neuburg dauerte es fast drei Jahre, bis sich eine Händlerorganisation gründete, die ein wesentlicher Faktor für ein selbstständiges Citymanagement sei. Der Verein bestehe mittlerweile seit zehn Jahren.

Das Entscheidende am Citymanagement besteht darin, dass die öffentliche Hand Initiativen zur Stärkung und Belebung gerade der Innenstadt fördert. Dafür gibt es einen jährlichen Projektfonds. Für 2013 enthält er 25000 €. Jocher führte Beispiele an, wie der Projektfonds funktioniert. Wenn man ein Gutschein- und Infoheft für Neubürger auflegen würde und es bei einer Auflage von 1.000 Stück für zehn Euro pro Stück verkauft, könnte man Einnahmen in Höhe von 10.000 € erzielen. Dieses Geld wäre dann der private Anteil und aus der öffentlichen Hand käme ein Zuschuss in gleicher Höhe. Das ist der gewollte Effekt bei einer öffentlich-privaten Partnerschaft.

Der Citymanager und seine Partner vor Ort bereiten bereits jetzt konkrete Projekte vor. Ob etwas geschieht und wie dies aussehen wird, beschließt dann der ISEK-Lenkungsausschuss. Danach muss der Stadtrat noch sein Plazet dazu geben. Die Regierung von Mittelfranken ist als Zuschussgeber in den Prozess eingebunden.

Dem Citymanager ist es wichtig, nichts über die Köpfe der Bürger und Geschäftswelt hinweg zu entscheiden. Die Projekte sollen den Bürgern und der Geschäftswelt nutzen und die Projekte sollen ihre Projekte sein.

Die Qualität beim Einkaufserlebnis und beim Aufenthalt in der Stadt schätzt er als sehr wichtig ein. Die „Marke Gunzenhausen“ gibt es laut Jocher bereits. Die Voraussetzungen bezeichnet Jocher als günstig. Es besteht eine Kundenkultur bei den Einheimischen und man hat die Möglichkeit ,von den konsumfreudigen Urlaubern profitieren.

Mögliche Projekte zur Imagebildung sind:

- Qualitätsmanagementsystem (Service Q)

- Generationenfreundliches Einkaufen
- Parkscheinrückvergütung

Es geht um die Bindung der Kaufkraft. In der anderen Richtung soll für den Kunden ein Mehrwert entstehen, wie z.B.

- eine monatliche Verlosungsaktion mit großer Jahresabschlussverlosung
- eine Kulturwoche in Verbindung mit einer „Shopping Night“
- ein scheckkartengroßer Einkaufs-/ Erlebnisführer.
- Vortragsabende in Gunzenhausen.

Markus Jocher besucht die Unternehmen, die als Partner in Frage kommen, besuchen wird. Über das Citymanagement entsteht eine kleine Informationsbroschüre. Sie soll an alle Haushalte verteilt werden. Jocher stellt sich vor, den Limes, der mitten durch die Stadt verläuft, deutlicher sichtbar zu machen. „Die Leute wollen was sehen, das ist was Einmaliges,“ so Jocher.

Bei der Beschilderung sieht Jocher dringenden Handlungsbedarf. Wer Gunzenhausen nicht kenne, fahre an der wunderschönen Innenstadt vorbei, ohne zu wissen, dass es sie gibt. Auch dieses Thema will er sich annehmen.

Das Beschilderungssystem gilt als bauliche Maßnahme. „Dafür ist auch weiterhin die klassische Städtebauförderung zuständig“, so Bürgermeister Joachim Federschmidt.