

Zum Artikel über die Wahl des Stadtmarketing vom 15.2.06

Nach 9 Monaten war es endlich soweit, wir haben ein neues Stadtmarketing. 19, in Worten neunzehn, Mitglieder wählten auf Vorschlag aus ihren Reihen einen Vorstand.

Bei der Bewertung dieser Wahl fällt auf, wie wichtig, bzw. welche Wertschätzung das Stadtmarketing für die Stadt, die Händler, die Dienstleister oder auch das Handwerk darstellt. Von der Stadt, Herr Palomba, in der Hierarchie nach dem Bürgermeister und dem Leiter des Stadtmarketing an dritter Stelle. Herr Lindner als Dienstleister seines Zeichens Rechtsanwalt.

Nun alle wollen eine neue Zielrichtung, ein neues Konzept oder auch Kunden in der Stadt halten. Hat das vorherige „Team“ innerhalb seiner Amtszeit keine oder nur unzureichende Ergebnisse erbracht, so ist dem neuen Team nach 9 Monaten nur die Wahl des Gremiums gelungen. Womit waren die Verantwortlichen den innerhalb dieses langen Zeitraumes denn beschäftigt?

Die Notwendigkeit des Stadtmarketings ist unbestritten, nur die Situation in Ennepetal ist so katastrophal, das es einer besonderen Kraftanstrengung bedarf um zumindest die Kurve der sinkenden Umsätze und damit der Kundenflucht zu verflachen.

Der Branchenmix aber auch die Umsätze in Ennepetal sind nicht einer Kleinstadt entsprechend vorhanden, die verschiedenen Interessengruppen agieren nicht abgestimmt und die Bevölkerung wandert nach Gevelsberg oder Schwelm ab. Ennepetal ist eine unattraktive Stadt, die im Umkreis ein, als auch bei der Bevölkerung, schlechtes Image im Hinblick seiner Einzelhandelstruktur hat. Den Gevelsbergern als auch Schwelmern kann es nur recht sein, denn durch die Ennepetaler Kunden haben diese Städte doch in der Kundenbilanz zumindest ein ausgeglichenes Konto.

Diesen Zustand zu überwinden hätte wohl eines hochkarätigeren Personenkreises bedurft.

Abgesehen davon, dass viele organisatorischen Voraussetzung nicht geschaffen wurden um zielführend für mehr Umsatz oder ein besseres Image zu sorgen.

In den letzten Jahren, und die Entwicklung hört nicht auf, wurden mehrere Discounter eröffnet, was durch die Stadt gefördert wurde; bringen sie doch der Stadt Gewerbesteuer in den Stadtsäckel, die aber letztendlich nur die kaufkraftschwachen Zielgruppen ansprechen. Ein Zuwachs an Läden für die kaufkraftstarken Zielgruppen wurde nicht registriert. So ist es nicht verwunderlich, dass mangels Angebote Konsumenten abwandern. Dies zu stoppen oder sogar umzukehren ist bei dieser Organisation und auch der personellen Ausstattungen nicht gewährleistet. Was haben die einzelnen ARGES oder IG´s denn für Ergebnisse vorzuweisen? die üblichen Stadtteilstellen, die zu einem besseren Nachbarschaftstreff geraten sind.

Was braucht Ennepetal?

Zuerst einmal ein Bewusstsein für die Notwendigkeit einer wesentlichen Veränderung.

Veränderungen und zwar mit allen Beteiligten, sei es die Verwaltung, die IG's die ARGE's die Händlerschaft, die Industrie und letztendlich auch die Bevölkerung als Konsumenten. Die auseinanderdriftenden Interessen der einzelnen Stadteile oder auch Gruppen sollten nicht als Hindernisse begriffen werden, vielmehr sollten diese als Chancen für unterschiedliche Ideengeber begriffen werden, die letztendlich zu einer faszinierenden und attraktiven Stadt führen könnte.

Als zweites braucht man eine vernünftige Organisation die die einzelnen Ideen auch aufgreift, egal woher sie kommen, um sie letztendlich zu einem Erfolg für die Stadt umzusetzen. Wesentliche und auch gute Ideen scheiterten an den Möglichkeiten der Ideengeber, wären hier hilfreiche und kompetente Hände, die übrigens vorhanden sind, bereit gewesen geeignete oder auch ergänzende Maßnahmen den Ideengebern und Initiatoren bereitzustellen, könnten diese Aktionen im Nachhinein als gelungen bezeichnet werden. Das Stadtmarketing könnte hier die Koordination oder auch das Monitoring übernehmen, eine Aufgabe von vielen. Aber, entweder waren die Initiatoren vom „falschen“ Stadtteil oder vom „falschen“ Netzwerk oder man hat die „Platzhirsche“ in der Stadt nicht befragt.

Als drittes braucht man eine gute Kommunikation, nach innen wie nach außen. Es ist schon verwunderlich wenn die einzige Bekanntmachungsfläche innerhalb der Stadt (Voerder, Ecke Friedrichstr.) an einem desolaten Gebäude hängt, das den Charme eines belgischen Industrievorortes entlehnt wurde. Es ist auch verwunderlich das die beiden Eisenbahnbrücken auf der B7 noch nicht für Werbezwecke von der Stadt angemietet wurden. Zu bemängeln ist auch, das am Ortseingang kein Begrüßungsschild und am Ortsausgang ein Verabschiedungsschild installiert wurden. Warum dort bis heute nichts getan wurde bleibt sicherlich ein Geheimnis der bis heute Verantwortlichen. Als weiteres Beispiel sei genannt, das im Beobachtungszeitraum alle Ereignisse vorher, d.h. vier Wochen, kein ausreichendes Spannungsfeld aufgebaut wurde. Abgesehen davon, dass diese Ereignisse nur innerhalb Ennepetals kommuniziert wurden und die Nachbarstädte außen vor blieben.

Dann die Nachbereitung der einzelnen Aktivitäten, hier hätten zumindest die Initiatoren und die Helfer lobend erwähnt werden sollen – stärkt das Wir Gefühl. Man sollte nicht alles damit abtun als wenn es eine Selbstverständlichkeit wäre etwas für seine Stadt zu tun. Wir sind in der Situation jedem ein Dankeschön mitzugeben der etwas für diese Stadt tut und sei es auch nur wenn er eine leere Zigarettenschachtel aufhebt und in den nächsten Müllbehälter expediert.

Zum Abschluss sei allen Beteiligten gesagt, wir haben eine wunderbare Stadt mit eine internationalen mittelständischen Industrie die weltweit agiert, herrliche Landschaften und Menschen die bereit sind anzupacken also Möglichkeiten die genutzt werden können, nur wenn diese Möglichkeiten nicht genutzt werden kann diese Stadt nicht attraktiver werden. Gevelsberg und Schwelm haben sich ihr Flair schon erarbeitet, Ennepetal muss noch zu einer eigenen Identität finden