

„Das Internet ist nicht mehr zu ignorieren“

GT
24.6.2014

STADTENTWICKLUNG Verkehrsverein wertet Workshop-Prozess als positives Signal / Idee: Virtueller Laden und Lieferservice

GELNHAUSEN (ka). Als „sinnvollen Prozess“ bezeichnet Heinz Pahlich vom Verkehrsverein Gelnhausen die aktuellen Bemühungen, neue Impulse für die Innenstadtentwicklung zu generieren. Allerdings, so der Vorsitzende des Vereins, der sich vor allem um die kulturellen und städtebaulichen Entwicklungen der Stadt Gedanken

Interview

mit Heinz Pahlich
(Verkehrsverein Gelnhausen)

macht, seien die durch die Münchener Cima GmbH moderierten Workshops nur ein Anfang. Gefragt sei beispielsweise der Einzelhandel, der sich in einem sehr schwierigen Marktumfeld positionieren und eine Alleinstellung für sich herausarbeiten müsse.

GT: Wie bewerten Sie diesen nun

gestarteten Prozess? Ist das gut investiertes Geld?

Heinz Pahlich: „Der gestartete Prozess macht in jedem Falle Sinn, damit bekommt man doch strukturierte Informationen und hoffentlich auch neue Erkenntnisse zur derzeitigen Situation und Entwicklung. Anmerken möchte ich noch, dass `Cima` vor Jahren schon mal beauftragt war, dieses Thema für die Stadt zu analysieren. Es ging um Wegeplan, Parkleitsystem und ähnliches. Was daraus geworden ist, ist mir allerdings nicht bekannt.“

Welche Vorschläge hat der Verkehrsverein zum Thema Innenstadtentwicklung zu machen?

Pahlich: „Es ist nicht einfach, Vorschläge zu machen, die nicht in einem Gesamtzusammenhang zu sehen sind. Hier denke ich besonders an die Positionierung jedes Einzelnen: Bürger, Einzelhandel, Verwaltung. Wir hatten

ja im Frühjahr die Aktion ‚Kaufe ein in Deiner Stadt, damit sie eine Zukunft hat‘ beworben. Die Resonanz war sehr eindrucksvoll, aber es hat ja lediglich auf die Problematik hingewiesen. Es war ein Aufruf zur Solidarität. Im Prinzip ist der Einzelhandel gefragt, sich im sehr schwierigen Marktumfeld selber zu positionieren und eine Alleinstellung für sich herauszuarbeiten; sei es durch Service, Produktqualität, Innovation, Gestaltung der Geschäftsräume.

Nicht zu vergessen und zu vernachlässigen ist das gesamte elektronische Umfeld. Das Internet ist einfach nicht mehr zu ignorieren, man sieht es ja an den stetig steigenden Verkaufszahlen durch das Internet. Also, es sollte eine zweite Schiene des Verkaufs über Internet aufgebaut werden. Das könnte erfolgen als Einzelmaßnahme oder durch den Zusammenschluss eines virtuellen Ladens mit der Gesamtvielfalt aller Produkte und Dienstleistungen. Dies könnte bereichsorientiert geschehen,

also beispielsweise Altstadt, Ziegelturn oder Bahnhof.

Der Bereich Service ist mit Blick auf die Altersstruktur unserer Bürger unbedingt mit eigenem Lieferservice für gekaufte Produkte zu erweitern.“

Welche Ergebnisse müssten aus Ihrer Sicht am Ende auf dem Tisch liegen, um das Projekt als Erfolg bezeichnen zu können?

Pahlich: „Wie kann man Erfolg messen? Hierzu sind Benchmark-Informationen nötig, die erst aufzubauen sind. Mein Vorschlag hier wäre zunächst bei jedem öffentlichen Event wie Shopping night oder bei kulturellen Veranstaltungen Befragungen der Besucher vorzunehmen. Jedenfalls ist Erfolg messbar, wenn die Stimmung in der Bevölkerung, beim Einzelhandel und die allgemeine Zufriedenheit kommuniziert wird. Das ist zwar sehr abstrakt, aber es wäre das positive Signal nach draußen.“