

Was braucht der Einzelhandel in Gunzenhausen

Zu diesem Thema hatte die SPD-Fraktion die beiden Experten Markus Jocher, Citymanager der Stadt Gunzenhausen von der Firma CIMA und Dieter Popp, Regionalmanager von der Firma FUTOUR, zuständig für Umsetzungsberatung für Tourismus und Regionalentwicklung, zu einem Informationsgespräch eingeladen. Außerdem folgte Erika Gruber, Einzelhandelsverbandsvorsitzende in Gunzenhausen, der Einladung. Nach der Begrüßung durch Fraktionsvorsitzende Angela Schmidt erläuterten die beiden ihre Einschätzung der Situation in Gunzenhausen.

Markus Jocher ist als Citymanager schon länger in Gunzenhausen tätig und hat schon einige seiner Ideen umsetzen können, wie Service Q, die Quartierspaten, die Eisbahn und den Kulturherbst. Außerdem ist unter seiner Ägide die Gründung des Stadtmarketingvereines von Gunzenhausen gelungen. Er ist nah an der Geschäftswelt und kennt genau die dort bestehenden Probleme und Schwierigkeiten.

Generell, so auch seine Einschätzung, sieht es in Gunzenhausen gar nicht so schlecht aus. Gunzenhausen ist eine lebendige Stadt. Man solle sich doch mal umsehen, dann könne man feststellen, dass es in anderen Städten der gleichen Größe wesentlich mehr Leerstände gibt und man uns dort nur beneiden kann. Er nannte vier Punkte, die die Stadt voranbringen könnte:

1. Wertschätzung der Kunden
2. Fit werden im Service,
3. Einbinden und Fortbilden des Personals und
4. Einzelhändler handeln nicht mehr Einzeln, sondern sie agieren gemeinsam.

Dieter Popp ist eher mit dem Regionalmanagement in Altmühlfranken beschäftigt. Er arbeitet eng mit dem Amt für ländliche Entwicklung zusammen in Verbindung mit den ILEK-Maßnahmen im Landkreis. Daher sein Ansatz: Inwieweit profitiert Gunzenhausen von seinem ländlichen Umfeld?

Seine Ideen und seine Erfahrungen hat er in einer Broschüre „Einkaufs- und ErlebnisWelt Gunzenhausen“ zusammengefasst. Man solle, so sein Rat, nicht zu sehr den Abfluss der Kaufkraft im Online-Handel im Fokus haben, denn auch schon früher gab es das gleiche Problem mit dem Warenangebot der Versandhäuser. Man solle sich besser überlegen, wie man den Kunden auch mit Angeboten im Internet, mit einem verbesserten Service und Beratung an das Geschäft vor Ort bindet. Dabei solle man besonderes Augenmerk auf einen freundlichen und kompetenten Umgang mit dem Käufer legen, egal ob Vollzeit- oder Teilzeitkraft. Dies kann der Online-Handel gerade nicht bieten.

Kulturherbst oder Eisbahn sind zwar Highlights, aber sie müssen durch fortwährende Aufmerksamkeiten in den Geschäften begleitet werden. Die Qualifikation über Service Q bietet die Gelegenheit sich immer wieder was Neues einfallen zu lassen. Und manchmal lohnt sich der Blick über den Tellerrand. In Arlon/Belgien gibt es eine Stilberatung, die man zum Einkaufen engagieren kann. Ebenso wie Eupen der Geheimtipp für die Kölner ist, weil sich dort nicht die großen Einkaufsketten finden lassen, sondern die kleine Stadt lebt vom individuellem Angebot, wie kleine Läden mit regionalen Produkten und z. T. mit einem ausgefallenem Sortiment. Gibt es vielleicht schon eine Gegenbewegung zum Internet-Handel? Man möchte wieder was zum Anfassen, Riechen und Schmecken. Das sollte man in sein Geschäftskonzept einplanen.

Eine lebhafte Diskussion schloss sich den Ausführungen der beiden Referenten an. Dabei ging es um die Aufenthaltskultur in der Innenstadt, die Verkehrsregelung, die Parkplatzsituation, die Fremdenverkehrsabgabe, ein besseres Personalmanagement und das fehlende Wir-Gefühl des Gunzenhäuser Einzelhandels.

Nach dem Willen der SPD-Gunzenhausens soll diese Gesprächsreihe auch konsequent fortgesetzt werden.