

Oasen in der hübschen Perle schaffen

Referenten im Gespräch (5): Josefine Schreck hat vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten

Moosburg. Marketing ist ein vielschichtiger Begriff in Nachfolge der „Absatzwirtschaft“. Eine klar definierte Stellenbeschreibung hat Josefine Schreck, seit Juni 2008 Marketingreferentin des Stadtrats, daher nicht. Aber sie habe viele Gestaltungsmöglichkeiten und sehe sich als Bindeglied zwischen Stadtverwaltung, Bürgern und Geschäftsleuten. Schreck möchte, dass Menschen, die nach Moosburg kommen, erstaunt und erfreut sind, welch „Perle zwischen Isar und Amper“ die Dreirosenstadt ist.

Was kann Schreck, die ihre Aufgabe als eine „gesamstädtische“ inklusive Neustadt, Degernpoint und Ortsteile und ohne auf die Innenstadt beschränktes „Spartendenken“ sieht, nun als Marketingreferentin konkret bewirken? Sie mache das, „wo ich mich einbringen kann und wo man mich sucht.“ Das könne etwa eine bessere Radwegebeschilderung in die Stadt hinein und wieder heraus sein. Beides habe Mängel. Wünschenswert seien auch eine Beschilderung der Sehenswürdigkeiten, eine Beschreibung der Wege dorthin oder ein Businesshotel zur Stärkung Moosburgs in der Flughafenregion.

Große Hoffnungen setze sie in das Bildschirm-Terminal vor dem Rathaus. Hier könnten Betrachter städtische und kommerzielle Infos einsehen. In anderen Gemeinden liefen Terminals bereits erfolgreich.

Ein Problem sei, dass viele Geschäfte mittags geschlossen hätten. Darauf habe bereits das 2007 fertiggestellte CIMA-Gutachten hingewiesen. Wann man öffne, sei aber immer noch die unternehmerische Entscheidung der Geschäftsinhaber und könne nicht verordnet werden. Allerdings suchten sie und die Marketing eG diesbezüglich kontinuierlich das Gespräch etwa mit dem Handels- und Gewerbeverein.

Moosburg sei „hübscher“ geworden, so Schreck. Dazu hätten viele Hausbesitzer im Festspieljahr beigetragen. Aber auch die Stadt habe kleine, aber effiziente Leistungen eingebracht: die öffentliche Begrünung, bemalte Mülleimer oder die Aschenbecher. Anpacken will sie zusammen mit dem Umweltreferenten demnächst das Thema Fahrradständer. Die bisherigen wiesen in Optik und Funktionalität erhebliche Mängel auf.

Es gebe leider auch diverse „Schandflecken“ in Form heruntergekommener Häuser. Ein Renovie-

rungszwang über eine Gestaltungssatzung sei schwierig. Zum einen könnte diese nicht rückwirkend gelten. Zum anderen wäre diese für das Erscheinungsbild zwar wünschenswert, könne wegen des Zwangscharakters aber schnell zu atmosphäri-

schon Störungen führen. Viele Läden sind ungünstig zugeschnitten und so zur Anmietung uninteressant. Als Referentin seien ihr hier die Hände gebunden, so Schreck. Sie könne nur anregen, diesen Nachteil in Mietverträge einzupreisen.

Durchgänge von Geschäft zu Geschäft, das Zusammenlegen von Leerständen oder die Aktivierung der oft reizvollen Hinterhöfe zu „Oasen“ könnten die Innenstadt ebenso beleben wie mehr Außenbestuhlung. Hier hänge aber alles

von der Fertigstellung der Westtangente ab: Bei jedem angedachten Thema komme man sofort auf den Zusammenhang mit der Verkehrs-entlastung. Einen kleinen Erfolg habe man bereits jetzt erreicht: Die großen Firmen wiesen auf ihren Lieferscheinen den Schwerlastverkehr auf die Umgehung der Innenstadt hin.

Schreck legt große Hoffnungen auf das ISEK-Projekt. In dieses seien auch Verkehrsplaner eingebunden, die eine innerstädtische Parallelplanung während der Westtangente-Bauzeit durchführen könnten. Erfolge der Planer habe sie jüngst in Ebersberg erlebt, wo eine schwierige Verkehrsführung entzerrt worden sei, indem man alles auf den Kopf gestellt habe.

Die ins Wasser gefallene mediterrane Sommernacht hätte Händlern unabhängig von ihrer Größe Stände eingeräumt. In diesem Ambiente hätten sich auch Fremde und Kunden von Degernpoint wohlgefühlt. Es sei eine wichtige Aufgabe, die dort zahlreichen Kunden mit Lands- huter und Erdinger Kennzeichen zu motivieren, anschließend das innerstädtische Flair und Einkaufsangebot zu genießen.

Probleme mit drei verkaufsoffenen Sonntagen sieht Schreck als Betriebsrätin nicht. Es gebe genug Möglichkeiten, Anreize für Mitarbeiter zu schaffen und eine Linie zu finden, mit der alle leben könnten.

Da die Zusammenarbeit mit der Marketing eG und der Stadtverwaltung „super“ klappe, könnte sie sich im Falle ihrer Wiederwahl eine Fortsetzung ihrer Referententätigkeit vorstellen. Dann könnte Moosburg so proper wie Wangen im Allgäu oder einige Bodenseestädte werden, die ihr als Vorbilder einfielen.

Niko Firnkees

Info

Der Tätigkeitsbericht der Marketingreferentin kann auf der Homepage der Stadt nachgelesen werden. Wer sich über den kostenfreien Hinweis auf die Umgehung für den Schwerlastverkehr informieren will, kann www.moosburg-marketing.de anklicken.



Josefine Schreck möchte, dass Moosburg attraktiver wird

(Foto: fi)