

„Etwas Einmaliges bieten“

Münchberg will „Kulcity“ werden und sich ein Alleinstellungsmerkmal geben. Handelsexperte Thorsten Becker findet die Idee zukunftsweisend, sieht aber auch Probleme.

Herr Becker, was halten Sie von „Kulcity“?

Alles, was Leben und Frequenz in die Innenstadt bringt, ist gut. Außerdem bin ich ein Fan davon, andere Wege zu gehen. Insofern ist das Konzept eigentlich gut.

Eigentlich?

Ich sehe ein Problem in den unterschiedlichen Ladenöffnungszeiten. Für einen Bäcker mit Café gelten andere Schließzeiten als für einen Textilhändler. Das Café darf sonntags öffnen, das Geschäft nicht. Die Frage ist also, wie können sich die Händler an Events beteiligen. Wenn Abends Konzerte oder Koch-Veranstaltungen stattfinden, werden die Geschäfte nicht von den Besuchern profitieren, weil sie geschlossen haben.

Interview



mit Handelsexperte Thorsten Becker

Und wenn die Events während der Öffnungszeiten stattfinden?

Der klassische Kunde, den es anzusprechen gilt, ist der Städte-Tourist. Er kommt nicht unter der Woche, sondern an den Wochenenden und will etwas erleben. Hier stellen die unterschiedlichen Öffnungszeiten ein Problem dar.

Wie wichtig ist das Erlebnis beim Einkaufen?

Unabhängigbar. Der Einzelhandel muss mehr bieten als reine Waren-Verfügbarkeit. Das kann das Internet auch. Aber nur der Einzelhandel kann das Drumherum schaffen, damit Shoppen Spaß macht.

Münchberg gibt das Thema „Genuss“ vor und alle Händler sollen mitmachen, kann das funktionieren?

Es kommt darauf an, wie sehr man Hilfestellung gibt. Wenn ein Händler mit dem Thema gar nichts am Hut hat, fällt es ihm schwer, es umzusetzen. Hier müsste sich ein Projektmanager Gedanken machen und Vorschläge bringen. Dann kann es durchaus klappen. Wer Textilien verkauft, will wahrscheinlich keine duftenden Speisen mit ins Programm nehmen, aber Bier-Verkostungen ließen sich dort realisieren. Bei uns in Bayreuth veranstaltet ein Lebensmittelhändler regelmäßig kulinarische Abende, sie sind immer ausgebucht.

Münchberg will sich ein Alleinstellungsmerkmal geben und national bekannt werden.

Wie realistisch ist das?

Es wird nur dann klappen, wenn die Stadt etwas Einmaliges zu bieten hat. Dann sollte man damit auch an der Autobahn werben: „Nächste Ausfahrt: Kulcity!“

Für welche Attraktion fährt man von der A9 ab?

Eine Idee könnte die „entspannte Pause“ sein. Hier ist die E-Mobilität interessant. Es dauert bis zu zwei Stunden, um ein Elektro-Auto aufzuladen. Will man die Zeit wirklich im Fast-Food-Restaurant verbringen? Oder lieber beim entspannten Bummeln in der Stadt der Genüsse? Dafür müssten die Ladestationen aber zentral liegen. Eine Anzeige an der Autobahn könnte darauf verweisen, wie viele Ladeplätze gerade frei sind. Die Nähe zur Autobahn bietet Potenzial, das man ausschöpfen sollte.

Mit dem „Kulcity“-Konzept will Münchberg nicht in erster Linie neue Händler anlocken, sondern die bestehenden unterstützen.

Ist das der richtige Weg?

Ja. Man sollte halten, was man hat, sich Interessenten aber dennoch nicht verschließen. Dabei ist es wichtig, genau zu überlegen, wer dazu passt. Von größeren Ketten würde ich abraten, lieber klein und individuell. Das liegt zurzeit im Trend, und damit kann sich eine Stadt wirklich ein Alleinstellungsmerkmal geben. Wenn ich zum Beispiel eine Kaffee-Rösterei-Kette nehme, die das gleiche Angebot in Bamberg bietet, muss ich



Eine Stadt, ein Thema: In Münchberg soll sich zukünftig vieles um Genüsse drehen.

Foto: Genussregion

Gut zu wissen

■ Beim Handelsverband Bayern ist Thorsten Becker Geschäftsführer für den Bezirk Oberfranken mit Sitz in Bayreuth. Der Handelsverband ist die Interessenvertretung des bayerischen Einzelhandels.

■ Im September hat Bürgermeister Christian Zuber verkündet, dass Münchberg mit einem revolutionären Konzept gegen Leerstände in der Innenstadt vorgehen will. Die Stadt will das Zentrum für Genuss und Kulinarik werden, der Arbeitstitel dafür lautet

„Kulcity“. Das Thema „Genuss“ soll sich wie ein roter Faden durch die Stadt ziehen. Denn Münchberg wurde im Vorjahr vom Freistaat zu einem von 100 Genusssorten in Bayern ernannt. Im Landkreis Hof ist man der einzige. Nun will die Stadt das Thema erlebbar machen. Die Vorschläge reichen von Kochevents mit Gastköchen bis hin zu Genussführungen durch Läden und Kneipen, von einer Bierothek bis zum Museum für Kulinarik.

■ Die Idee dazu stammt von den drei

Münchbergern Andreas Fickenscher, Tilmann Held und Hanns Bergmann. Das Trio holte den Bürgermeister mit ins Boot. Seit zehn Monaten haben die Ideengeber und die Stadt außerdem zwei Planungsbüros an der Seite. Sie griffen die Ideen auf, analysierten die Situation vor Ort und entwickelten ein Konzept. Der kreative Kopf unter den Planern ist Wilfried Weisenberg aus Fürth. Nun soll noch ein Projektmanager gefunden werden.

dafür nicht nach Münchberg fahren. Individualisierung ist das Stichwort.

Wie lautet Ihr wichtigster Tipp?

Die Planer sollten sich Gedanken über die Ladenöffnungszeiten machen. Wo und wann finden die Events statt? Man kann zum Beispiel abends in einem Geschäft Weinproben abhalten, wenn nur geladene Gäste kommen. Auf diese Weise könnte man Ideen umsetzen.

Kennen Sie ein vergleichbares Konzept wie „Kulcity“?

Im Bereich Kulinarik nicht, Münchberg hätte hier wirklich etwas Einmaliges. In Würzburg gibt es die Idee der Qualitäts-Route. 40 Händler haben sich zusammengeschlossen und bieten die gleichen Produkte wie ein Warenhaus – nur eben auf die Stadt verteilt.

Kann „Kulcity“ funktionieren?

Ich finde die Idee wirklich gut. Kleine Fachgeschäfte werden auch vermehrt gesucht, allerdings hängt es davon ab, was die Händler machen.

„Kulcity“ ist noch ein Arbeitstitel, würde er Ihnen gefallen?

Ich fände einen Namen besser, in dem etwas von Münchberg vorkommt. Ehrlich gesagt habe ich bei Kulcity zunächst an Kulmbach gedacht. Das Gespräch führte Claudia Sebert