

„Lebendige und vitale Innenstadt ist kein Selbstläufer“

Jahreshauptversammlung der Werbegemeinschaft Waldkirch mit einigen neuen Gesichtern – 2024 steht das 50-jährige Jubiläum an

Waldkirch (db). Neben den Neuwahlen stand vor allem die umfassende Innenstadtdiagnose der IHK Freiburg im Mittelpunkt der kürzlichen Mitgliederversammlung der Werbegemeinschaft Waldkirch in der „Kandel-Kulinaria“.

Vorsitzender Uwe Klos und Vorstandsmitglied Bernhard Wintermantel blickten zu Beginn noch einmal auf die vielfältigen Aktivitäten und Aktionen 2022/23 zurück und betonten die gute und konstruktive Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung. Das erste informelle Gespräch mit dem neuen OB Michael Schmieder sei sehr vielversprechend und konstruktiv verlaufen, so das Fazit. Die Corona-Krise habe vieles schwieriger gemacht, auch im Einzelhandel, so Wintermantel, der die Neumitglieder vorstellte (u.a. Schwarzwald-Scheune, Dorfbäckerei Ritter, Orgelstiftung Waldkirch, Güterhalle Gutach-Bleibach). Neben vielen weiteren Top-Veranstaltungen sei auch die neue Aktion „Weihnachtslicht mit einem Glühweinstand und musikalischen Darbietungen auf dem Marktplatz sehr erfolgreich verlaufen. Am Ende konnten 1.000 Euro der Bergwacht überwiesen werden.

Beste Währung überhaupt

Es wiederhole sich alles, nur sei alles viel teurer geworden, resümierte Kassierer Bernhard Steinhart, der positive Zahlen verbunden mit soliden Rücklagen präsentieren konnte. Er dankte der Stadt für den 30.000-Euro-Zuschuss, sprach von einem „erfolgreichen Jahr 2022“ und streifte die Highlights wie den erfolgreichen Oldtimer-Sonntag, das Winter-Opening oder die (Online)-Gutscheine. Die Waldkircher Gutscheine, als „beste Waldkircher Währung“, hätten 2022 einen stolzen Umsatz von ca. 230.000 Euro eingebracht, so Steinhart. Nach dem Lob von Kassenprüfer Peter Kleiner (Sparkasse) wurden hiernach Kasse und Vorstand einstimmig entlastet. Ferner plane man vielfältige Verbesserungen im gesamten (Online)-Gutschein-System und man wol-



Die Vorstandsmitglieder begrüßten die neuen, jungen Strategiebeiräte.

Foto: Detlef Berger

le Fördermitglieder ganz neu in der Satzung mit aufnehmen, so Steinhart.

Lanze für das Bargeld

Es entwickelte sich in der Folge eine lebhafte Diskussion über die Barzahlung im Gutschein-Verkehr. Laut Wintermantel würden noch gut 50 Prozent der Einkäufe in Waldkirch bar abgewickelt. Clemens Dold (Waldgasthaus, Hotel Altersbach) brach eine Lanze für den Erhalt des Bargeldes im Einzelhandel und in der Gastronomie. Viele Schüler würden die Gutscheine nach wie vor mit Bargeld bezahlen, ergänzte Katja Gerspacher (Sport Armin). Es wurde seitens des Vorstandes erläutert, dass der Gutschein-Verkauf seit geraumer Zeit nicht mehr über die Banken, sondern über Bernhard Wintermantel sowie einigen Mitgliedsgeschäften abgewickelt werde. Die Versammlung genehmigte zudem einstimmig die neuen Prüfungsregularien für die Gutschein-Einzahlungen, einhergehend mit regelmäßigen Prüfungen.

Verjüngungsprozess

Einstimmig und in offener Wahl wurden die Vorstandsmitglieder Uwe Klos (Vorsitzender), Bernhard Wintermantel (2. Vorsitzender), Thilo Haas (3. Vorsitzender) und Bernhard Steinhart (Kassierer) wiedergewählt. „Frisches Blut“ wurde in des in den Strategiebeirat gewählt: Josephine Jaßlank-Groß, Vanessa und Sebastian Steinhart, David Eble und Christian Rudolf. Die Kassenprüfung überneh-

men traditionell Vertreter von Volksbank und Sparkasse. Natürlich blickte man bereits jetzt schon auf das Jubiläumsjahr 2024, in dem die Werbegemeinschaft ihr 50-jähriges Bestehen feiern wird. Wintermantel blickte auf die Jahresplanung 2024 mit vielen alten und neuen Aktionen und Veranstaltungen, sprach von „Aufbruchstimmung“ und natürlich dem großen Jubiläum. Auch 2023 gab es einige „runde“ Mitgliedsjubilare: Reformhaus Steinhart (40 Jahre), Brillen Optik Studio (30 Jahre), Büro für Grafik, Frank Gehring, Burger Druck (beide 20 Jahre), BSK Gäßler, Optik Weigel, Moto-Thek Kollnau (alle 15 Jahre), Esprit Partnership store und Weingut Moosmann (beide zehn Jahre).

Diskussion um Herzkreislaufklinik

Clemens Dold sprach explizit den neuen OB Michael Schmieder hinsichtlich der geplanten Belegung der ehemaligen Herzkreislaufklinik an. Hinsichtlich einer möglichen Flüchtlingsunterbringung an der Kandelstraße, sei indes „noch nichts entschieden“, so Schmieder. Er verwies auf die laufenden Gespräche zwischen RP Freiburg und dem Eigentümer Marseille-Kliniken Hamburg. Dazu sei eine Infoveranstaltung des RP am 19. Juli in der Buchholzer Festhalle geplant. Die Stadt habe dies nicht selbst in der Hand, aber man werde ständig über den aktuellen Stand der Verhandlungen informiert, so der OB, der im Hinblick auf eine großangelegte Flüchtlingsaufnahmestelle zu „Of-

fenheit und Toleranz“ aufrief. Es werde sich im Falle einer Flüchtlingsunterbringung in der ehemaligen Herzkreislaufklinik aber „einiges verändern in der Stadt“, so Schmieder. Dold wünschte sich im Falle eines Falles eine Kontaktperson, um mehr Klarheit zu erreichen, Gerüchten vorzubeugen und mögliche Ängste (vor Veränderungen) abzubauen zu können.

Guter Neustart

Schmieder blickte auf das erste Gespräch mit den Vorständen der Werbegemeinschaft zurück: „Wir hatten einen guten Start“. „Kurze Dienstwege, Miteinander reden“, fasste er zusammen und betonte das gute Miteinander auf dem Weg, „gute gemeinsame Lösungen zu finden“. Ihm sei es wichtig, gute und gerechte Regelungen für Großveranstaltungen zu finden. Die Gleichberechtigung aller Waldkircher Vereine, vor allem in Sachen Zuschüssen, liege im sehr am Herzen. Er wünschte den Veranstaltungen der Werbegemeinschaft eine ähnlich überragende Resonanz, wie zuletzt beim rekordverdächtigen Gartenfest in Siensbach.

Waldkirch steht relativ gut da

In „Zeiten der totalen Veränderung – auch im Handel“, so Wintermantel, begrüßte er zum Abschluss Thomas Kaiser (Referent Handel und Innenstadtberater der IHK Freiburg). Dieser hatte den Einzelhandel und die Gastronomie der Orgelstadt in den letzten Monaten mit einigen Mitstreitern genau unter die Lupe genommen und zusammen mit dem neu gegründeten Lenkungskreis einige Verbesserungen und Leitlinien auf den Weg gebracht. Im Zuge der Aktion „Innenstadt first“ stand die Stärkung des „Lebensraumes Innenstadt“ im Mittelpunkt der vielfältigen Aktionen. Waldkirch stehe nach der Corona-Krise im Gegensatz zu vielen anderen Städten in Südwestdeutschland noch relativ gut da und habe kaum Leerstände, so sein Urteil. „Waldkirch hat die Pandemie gut überstanden, eine vitale und lebendige Innenstadt ist aber kein

Selbstläufer“, so Kaiser. Er erläuterte die einzelnen Bereiche und die vorläufigen Ergebnisse der Analysen (u.a. Marktbesucher- und Passanten-Befragung, Stadtpaziergänge, Schaufensterdoktoren, Digitalisierungsscheck) und verlieh der Stadt in seinem aktuellen Zustandsbericht die Note „2,8“. Ende Juli endete seine Analyse in Waldkirch und er werde in Richtung Elzach weiterziehen, so Kaiser. Als wesentlicher Kritikpunkt und verantwortlich für das eher durchschnittliche Ergebnis, sei indes ein zentraler Punkt, so Kaiser: Die fehlende Schutzmechanismen für einige relevante Branchen in der Innenstadt (Abwanderungsgefahr, fehlende Einzelhandels- und Schutzkonzepte). Sonst wäre die Note deutlich besser ausgefallen, so Kaiser. Mit über 40 Prozent sei der Einzelhandel bei 134 registrierten Geschäften überdurchschnittlich hoch vertreten. Das Thema „Shopping“ stehe unangefochten an der ersten Stelle, gefolgt vom Bereich „Tourismus“. Er lobte den hohen Anteil von Cafés, Gaststätten, Kultureinrichtungen und Eisdielen in der Kandelstadt und betonte die sehr niedrige Leerstandsquote von drei Prozent (vier Leerstände) in Waldkirch. Natürlich würden die vielen und bestens etablierten Leuchtturmveranstaltungen der Werbegemeinschaft zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt maßgeblich beitragen. Er befürworte die Beibehaltung des Lenkungskreises für die zukünftigen Herausforderungen.

In anderen vergleichbaren Städten liege die Leerstandsquote als Nachwirkung der Corona-Krise nicht selten über 20 Prozent. Wer daran zweifelt, kann sich gerne auch mal die Innenstädte z.B. von Triberg, Neustadt, Schramberg, Calw, Friesenheim oder Herrenberg anschauen. Der „Verlust“ von „Sport Armin“ (jetzt im Industriegebiet) sowie der Volksbank habe sich natürlich in der Innenstadt bemerk-

bar gemacht, so Kaiser. Das größte Innenstadt-Magnet seien nach wie vor die Wochenmärkte, so Kaiser.

Werbegemeinschaft macht Stadtmarketing

Hinsichtlich der Zukunftsprognosen (bis 2030) sei für 62 Prozent aller geprüften Geschäfte und Firmen „alles im grünen Bereich“. Für 45 Waldkircher Betriebe sei die Situation eher fraglich und kritisch und das Bestandsrisiko relativ hoch. Kaiser nannte die vielfältigen Zukunftsherausforderungen wie z.B. Nachfolgeplanung, demografischer Wandel, Digitalisierung und die Folgen, Klimawandel/Fahrradverkehr, Preiserhöhungen, hohe Inflationsrate. Für die gefährdeten Betriebe müsse man dringend Ideen und Lösungen finden, sonst könnte im schlimmsten Fall „der ganze Standort kippen“, so der Experte. „Die Werbegemeinschaft macht Stadtmarketing“, befand Kaiser, der eine Lanze für gelebte Netzwerke und eine „Kultur des Miteinanders“ brach. Er rief zum Miteinander von Handel, Tourismus und Stadt auf. Waldkirch habe, wie das gesamte ZTL, eine sehr hohe Aufenthaltsqualität zu bieten, damit dass so bleibe, dürfe man aber auch die vielen Details nicht vernachlässigen. Hier warb er u.a. für eine Aufwertung der Seitenstraßen (u.a. Schusterstraße). Auch zeigte er mögliche neue Potenziale auf. Dies könnten z.B. die einheitliche Gestaltung der Geschäftseingänge (Wiedererkennungsmerkmale), die Elzufergestaltung oder ein aktives Flächenmanagement in der Innenstadt sein. „Mehr Liebe zum Detail“, so sein Aufruf. Auch die Erreichbarkeit der Innenstadt für alle Verkehrsteilnehmer (u.a. Parkraumbewirtschaftung), sei eines der entscheidenden Themen, so Kaiser. Die ganzen Analysen, Leitlinien und geplanten Einzelmaßnahmen will er im Herbst im Stadtrat im Detail vorstellen.