

Mit Leidenschaft am »Produkt Einbeck« arbeiten

Vorhaben »ProEinbeck« startet am kommenden Donnerstag, 5. März / »Unsere Stadt wird noch besser« - unterstützt durch QIN

»Unsere Stadt wird noch besser«, dieses Ziel steht über der Aktion »ProEinbeck«, die in der kommenden Woche mit einer Auftaktveranstaltung im Alten Rathaus beginnt. Basis ist die Förderung über den QIN-Wettbewerb, wodurch das Projekt maßgeblich finanziell unterstützt wird.

Einbeck (ek). »Wir können auf etwas Gutem aufbauen«, ist Siegfried Kappey, Geschäftsführer der Werbegemeinschaft Einbeck, überzeugt. Der Handel stelle dabei eine Seite dar, wenn es drum gehe, Einbecks Innenstadt neu zu erleben. Beteiligt sind aber auch weitere Kräfte, die sich für die Weiterentwicklung des »Produkts Einbeck« einsetzen.

Nachdem im vergangenen Jahr der Einbecker Projektantrag für eine Standortgemeinschaft Innenstadt bei der Quartiersinitiative Niedersachsen (QIN) positiv beschieden wurde, war die finanzielle Basis für das Vorhaben gefestigt, das Einbeck im harten Wettbewerb der Standorte erfolgreich weiterentwickeln soll.

Zunächst wird es dabei darum gehen, Stärken und Schwächen herauszufinden, mit den Stärken weiterzuarbeiten und die Schwächen ins Visier zu nehmen, um sie zu verändern. Faktoren für das Produkt Einbeck seien Mensch, Raum und Ware, führte Daniel Schnödt von der Unternehmensberatung Team Scio aus, der das Vorhaben begleitet. Dazu werden beispielsweise Testkäufer in die Geschäfte geschickt, um Ist-Aufnahmen des aktuellen Zustands zu bekommen. Aber auch im Bereich Gastronomie/Tourismus wird eine Bestandsaufnahme gemacht. Aus diesem Bild, was sich daraus für Einbeck ergibt, sollen Handlungsempfehlungen abgeleitet werden.

»Wir wollen als Stadt für Bürger und Besucher das Bestmögliche bieten«, wünscht sich Walter Schmalzried als Vertreter des Einzelhandels. Die Aufenthaltsqualität für Gäste, Kunden und Einwohner in der Innenstadt soll von allen gemeinsam gestärkt werden. Deshalb werde umfassend getestet, das Erscheinungsbild von außen nach innen untersucht und anschließend neutral dokumentiert mit der Kernaufgabe: »Was kann verbessert werden?« Die Frage nach zeitgemäßer Präsentation der Ware wird da ebenso auftauchen wie nach freundlicher und qualifizierter Bedienung.

Wer sich an der Aktion beteiligt, wird das auch kenntlich machen können: mit dem »ProEinbeck«-Aufkleber am Geschäft: »Qualitätsoffensive - ich bin dabei« steht darauf. Zudem werden die Informationen aus der Untersuchung für jedes einzelne Unternehmen aufbereitet. »Jeder soll die Chance haben, sich zu verbessern.«

Wenn es darum geht, die Stadt voranzubringen, wird man auch beispielsweise über einheitliche Öffnungszeiten sprechen müssen. Die Mit-



Armin Jörns, Werbegemeinschaft, Siegfried Kappey, Werbegemeinschaft, Anja Barthel, »Initiative Einbeck«, Agneta Gläß, TourismusMarketing Niedersachsen, Walter Schmalzried, Einzelhandel, Dieter Linne, Tourist-Information, Thomas Franke, Werbeagentur connect, und Daniel Schnödt, Unternehmensberatung Team Scio - diese und einige weitere Beteiligte haben in einer Projektgruppe daran gearbeitet, Einbeck über die Aktion »ProEinbeck« besser zu machen. Was dazu getan werden soll, wird am kommenden Donnerstag, 5. März, bei der Auftaktveranstaltung zur Aktion im Alten Rathaus besprochen. Foto: Kondziella

glieder, die sich »ProEinbeck« anschließen, sollten bereit sein, sich an bestimmten Punkten genau zu definieren. Sie sollten sich fragen, ob sie bestimmte Qualitätskriterien erfüllen können und wollen - und dann die freiwillige Selbstverpflichtung eingehen. Profis wie Daniel Schnödt oder Agneta Gläß, bei der TourimusMarketing Niedersachsen GmbH zuständig für Servicequalität, helfen dabei, auf das angestrebte Niveau zu kommen. Alle Teilnehmer sollen sich als Teil der Standortgemeinschaft Innenstadt sehen.

Im Zusammenhang mit der Aktion steht auch ein Sonderkreditprogramm der Sparkasse Einbeck mit einem Gesamtvolumen von 2,5 Millionen Euro. Auf diese Weise soll der Einzelne Hilfe erhalten, wenn er darangeht, die Aufgaben zu erfüllen.

Es sei gut, dass Einbeck diese gemeinsame Linie verfolge, lobte Daniel Schnödt. »Wenn du Zukunft haben willst, schließ dich an«, das müsse die Botschaft sein«, ergänzte Walter Schmalzried. Für den Kunden bedeute die Beteiligung: »Hier ist Leistung spürbar.« Die Projektgruppe wünscht sich eine möglichst

breite Spanne an Handel und Dienstleistern bei diese Qualitäts- und Kompetenzoffensive von Stadt, Werbegemeinschaft, »Initiative«, Dehoga und Wochenmarkt.

Dass man das Projekt angehen wollte, auch ohne Förderung, sei schnell klar gewesen, berichten die Gruppenmitglieder. Die Ideen hätten schon länger gekreist, bevor der Wettbewerbsantrag im vergangenen Sommer eingereicht wurde. Dass es im Rahmen von QIN nun eine deutliche Unterstützung aus Hannover gebe, sei umso besser. Gemeinsam wolle man Leidenschaft für das Projekt entwickeln. Einstimmen wird die Teilnehmer dann am Donnerstag, 5. März, ab 19 Uhr im Alten Rathaus unter anderem Professor Dr. Claudius Schmitz, Köln, Fachmann für Handel und Marketing.

Die Umsetzung soll bis Mitte des Jahres erfolgen. Die Kosten belaufen sich auf gut 60.000 Euro. 27.135 Euro werden die Projektträger selbst aufbringen, 9.035 Euro kommen von der öffentlichen Hand, und mit 24.120 Euro beziehungsweise 40 Prozent der Projektkosten wird »ProEinbeck« über QIN unterstützt.