

Angebote für die Bevölkerung sollen besser kommuniziert werden

Walldorf könnte bald einen Stadtmarketing-Verein bekommen – Neue Stelle soll zwischen Bevölkerung und Stadt vermitteln – Veranstaltungen für die Innenstadt

Walldorf. (arb) Walldorf hat viel zu bieten, kommuniziert es aber nicht ausreichend. So lautet eine der Botschaften, die eine Analyse des Planungsbüros „Stadtmanufaktur“ aus Hamburg ergeben hat. Zwischen Oktober und Dezember haben die Stadtplanerinnen Sophie May und Laura Ebeling ein Stadtmarketingkonzept für die Astorstadt erarbeitet.

Das Ergebnis stellte May kürzlich dem Gemeinderat vor, mit einer deutlichen Empfehlung: Das Stadtmarketing sollte professionalisiert werden, und zwar durch eine neue gleichnamige Stelle, die federführend das Profil der Stadt stärken und deren Innenstadt beleben soll. Diese ist, so die Verwaltung, bereits im Haushaltsplan vorgesehen.

Zentral soll die Kommunikation sein. In zwei Workshops hätten sich die Teilnehmer gewünscht, dass die Angebote, die da sind, besser kommuniziert werden. „Wir empfehlen eine Stelle, die sowohl die Geschäftsführung für die Stadt übernimmt als auch im Stadtmarketing-Verein.“ Die Gründung eines solchen schlage man vor, so May, um die verschiedenen Interessensgruppen aus allen Netzwerken zusammenzuführen und dann über die neu geschaffene Stelle mit der Stadt zu kommunizieren.



Wenn es nach der Stadt geht, soll die Drehscheibe schon bald zu einem belebten Ort werden. Foto: Helmut Pfeifer

„Sie haben eine sehr gute Grundlage, machen schon viel und engagieren sich“, lobte sie die Stadt für Angebote in den Bereichen „Familienfreundlichkeit“, „Freizeitangebote“ und „Kultur, Events und Kulinarik“. Dazu zählten Angebote wie „Urlaub ohne Koffer“, das Jugendzentrum Jump und der laufende Seniorenbus, mit denen alle Generationen abgedeckt würden – aber auch das Aqwa oder die SG Walldorf Astoria.

Aufgefallen sei ihnen, dass die Bildsprache auf Plakaten der verschiedenen Akteure noch wenig einheitlich sei. „Das ist farblich ein ziemliches Durcheinander. Man sollte schauen, ob nicht die Stadt, die anderen Akteure und Vereine unter einer gemeinsamen Bildsprache arbeiten können.“ Vorstellbar wäre sogar eine gemeinsame Plattform zur Übersicht über alle Angebote.

Handlungsbedarf sah sie auch beim Zusammenleben in der Stadt. „Ziel ist es, dass man als Arbeits- und Wohnstandort aufeinander zugeht und voneinander profitiert.“ Derzeit würden diejenigen, die dort arbeiten und die, die dort wohnen, nicht zusammenkommen.

Die Angebote sollten so ausgerichtet sein, dass alle Menschen einbezogen werden. „Wir wollen nicht nur ein Angebot für Erwachsene, sondern auch gucken, haben wir alle Gruppen berücksichtigt.“ Das

schließe etwa die internationale Gemeinschaft ein, oder diejenigen, die neu in Walldorf seien.

„Viele haben gesagt, die Belegung der Drehscheibe und des Marktplatzes ist uns ein großes Anliegen“, informierte May. Sitzgelegenheiten und ein grüner Raum täten Stadtzentren immer gut, aber vor allem auch Veranstaltungen. Sie stärkten nicht nur die Gemeinschaft, sondern belebten die Innenstadt.

Mögliche Veranstaltungen

> **Ein Bürgertisch** könnte ein Mal im Jahr stattfinden, mit Tischen zum Verzehr selbst mitgebrachter Speisen und Getränke; möglicherweise ergänzt durch Livemusik, Aufführungen oder die Angebote von Gastronomen.

> **Ähnlich könnte ein Flohmarkt** gestaltet sein, ebenfalls jährlich und von einer Rahmenveranstaltung begleitet. Beide Maßnahmen würden mit jeweils bis zu 3000 Euro veranschlagt.

> **Auch an die Kinder wurde gedacht:** Für sie könnte es eine Spielkiste geben, möglicher Kostenpunkt: 250 Euro. Sie befände sich beispielsweise im Jump oder der

Stadtbücherei und enthielte Spielzeug zum Ausleihen für den Innen- wie auch den Außenraum.

> **Bis zu fünf Spielinseln** könnten fest in der Innenstadt installiert werden. Gemeint seien Hüpfspiele mit Zahlen auf dem Boden oder aufgemalte Parcours. Sie sollten sich an sicheren Orten befinden und gut erreichbar sein. Bei 10 000 Euro fingen hier die Kosten an.

> **Die Drehscheibe** könnte regelmäßig zum Veranstaltungsort werden; zum Beispiel an jedem dritten Donnerstag im Monat mit einer gastronomischen Veranstaltung oder einem Konzert. Hierfür sieht „Stadtmanufaktur“ ein jährliches Budget von 10 000 Euro vor.

> **„After work“-Veranstaltungen** sollen diejenigen, die in Walldorf vor Ort arbeiten, und die, die dort leben, zusammenbringen, möglichst monatlich. Das Angebot, so die Agentur, könnte nicht nur das Gemeinschaftsgefühl stärken, schließlich seien auch nicht alle Arbeitenden aus Walldorf, sondern auch Walldorf als Arbeitsort selbst attraktiv erscheinen lassen. Jedes Jahr könnten dafür 24 000 Euro anfallen.