

Mitgliederversammlung der Werbegemeinschaft Hennef

- Eine Kontroverse -

(ul) Beim gut besuchten Mitgliederaustausch vergangenen Mittwochabend in den Ratsstuben ging es nicht immer ruhig und besonnen zu: rege und konstruktiv diskutierten die anwesenden Geschäftsleute über die unterschiedlichsten Themen. Nach der Begrüßung durch die Vorsitzende Irmgard Graef, ließ man zunächst noch einmal die Podiumsdiskussion der CDU mit dem Titel "Einkaufserlebnis Hennef?!" in der Woche davor Revue passieren, um daran anschließend die Frage noch eingehender zu erörtern, was denn die Werbegemeinschaft zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses in Hennef beitragen könne. Unabhängig von besonderen Events oder Verkaufsoffenen Sonntagen, herrschte großes Einvernehmen hinsichtlich der Verschönerung vor allem des Marktplatzes: sei es eine ansprechende Bepflanzung oder mehr Farbe und Flair durch aufgespannte Sonnenschirme bis hin zu einem freundlichen Fassadenanstrich - hier müsse etwas verändert werden, um mehr Menschen an diesem Ort zum Verweilen einzuladen. Ein weiterer Punkt waren die samstäglichen Ladenöffnungszeiten: während der ein oder andere Einzelhändler der Meinung war, dass sich eine verlängerte Öffnungszeit der Geschäfte an diesem Tage nicht lohnen und auch nicht mehr Hennefer Bürger oder Leute von ausserhalb in die Stadt ziehen würde, wurde andererseits die Meinung vertreten, dass man durchaus mal einen Versuch, die Geschäfte bis 16 Uhr zu öffnen, gemeinschaftlich starten könne. In diesem Zusammenhang könnten sich zur Belebung des Markplatzes auch hier längere Standöffnungszeiten positiv auswirken und weitere, neue Stände - eventuell auch mit heimischen Produkten - das Angebot vielfältig ergänzen. Ein Hindernis könnten hierbei allerdings die Standgebühren auf dem Marktplatz darstellen. Ausserdem müsse eine derartige Änderung werbetechnisch gut angekündigt sein und kurzfristig betrachtet, dürfe man sich nicht zu viel Erfolg davon versprechen. Um alle, die mit dem Auto in die Stadt zum Einkaufen oder Bummeln fahren, noch mehr anzusprechen, haben einige Einzelhändler in der Hennefer Innenstadt schon eine Regelung für die Übernahme der Parkgebühren ihrer Kunden getroffen, so dass diese kostenfrei Parken können, wenn sie in deren Geschäften einkaufen. Um einen Entfall der Parkgebühren den Bürgern und Besuchern besser kommunizieren zu können, wäre es wünschenswert, wenn sich möglichst viele Geschäfte an einer derartigen Aktion beteiligen würden und man mit Flyern und einem einheitlichen Werbeaufkleber im Schaufenster darauf hinweisen könnte. Eine durchweg einheitliche Beschilderung der Stadt mit Hinweisschildern, wo welche Geschäfte, Hotels, Restaurants und vieles mehr zu finden sind, insbesondere an den Ortseingängen war ein weiterer Punkt, der an diesem Abend angesprochen wurde. Hinsichtlich des ersten Verkaufsoffenen Sonntages waren alle mit der Resonanz zufrieden: er sei ähnlich umsatzstark gewesen wie im vergangenen Jahr, wenn nicht sogar besser. Um aber gerade an solchen Verkaufsoffenen Sonntagen, die unter keinem besonderen Motto stehen, zukünftig noch mehr Menschen in der Region anzusprechen, kam die Idee auf, künftig Flohmärkte, die zur Zeit ausserhalb der Innenstadt veranstaltet werden, oder den Oldtimer - Teilemarkt, auf dem Marktplatz oder der Frankfurter Straße zu integrieren und mit den geöffneten Geschäften zu kombinieren. Oder in Anlehnung an die Konstellation

beim Stadtfest, wäre es auch denkbar, am Anfang und am Ende der Frankfurter Straße Flohmarkt- und Imbissstände oder andere "Publikumsmagneten" aufzubauen, damit die Besucher zwischen diesen entlang der Geschäfte flanieren könnten, würde man die Straße für den Autoverkehr einige Zeit sperren. Für die Europawoche in diesem Sommer wäre es wünschenswert, wenn die Beteiligung der einzelnen Geschäften hinsichtlich der Dekoration oder anderen Werbemaßnahmen in Zusammenhang mit dem Thema "Europa" wieder deutlich aktiver werde. Ein letzter Punkt war die Ernennung Hennefs zur Bundesgrillhauptstadt 2015. Von vielen leider nur am Rande in der Presse wahrgenommen, gingen auch zu diesem Thema und inwieweit es für Hennef werbetechnisch von Nutzen sein könne, die Standpunkte weit auseinander: während es bereits Einzelhändler in Hennef gibt, die aus dieser deutschlandweiten Besonderheit 2015 Kapital durch eigene Veranstaltungen geschlagen haben, hielten einige diese Auszeichnung für weniger relevant, während andere darüber diskutierten, wie und wann sich das "Grillen" für die unterschiedlichen Geschäfte am besten vermarkten lasse - ob zum Zeitpunkt der Deutschen Grill- und BBQ Meisterschaft am 25. und 26. Juli diesen Jahres oder besser in den Tagen oder Wochen davor? Einig war man sich dann jedoch wieder darüber, dass es wohl für die Stadt Hennef und für den Einzelhandel vorteilhafter sein könnte, wenn dieses Event direkt im Zentrum auf dem Heiligenstädter- oder Marktplatz etabliert worden wäre und nicht "ausserhalb" auf dem Gelände des Hennefer Schul- und Sportzentrums. So ging ein langer diskussionsreicher Abend mit dem ein oder anderen organisatorischen Hinweis zu Ende und einmal mehr mit der Feststellung, dass es nach wie vor unerlässlich sei, sowohl den Hennefer Bürgern selber als auch den Besuchern, die aus der Region in die Innenstadt kommen, noch mehr zu veranschaulichen, dass die Innenstadt Hennefs alles an Geschäften zu bieten hat, um seinen täglichen Bedarf zu decken, dass nur deutlicher gemacht werden müsse, wo die einzelnen Geschäfte zu finden sind.

[Stadtecho Hennef, 3. April 2015](#)