

# Klare Zielvorgaben für Stadtteilmanager

■ Bad Cannstatt: GHV-Chef Readwin hält städtisches Konzept für ausbaufähig

(uli) – Wirtschaftsförderer Klaus Vogt will den Einzelhandel in den Stadtteilen wieder stärken. Allerdings stieß seine Idee, eine Art Stadtteilmanager aus seinem Mitarbeiterstab mit dieser Arbeit zu betrauen, mangels Professionalität auf Kritik.

Ob Leerstand oder Ladenschwund, hohe Mieten oder städtebauliche Probleme, die Sorgen der Geschäftsleute in den Außenbezirken sind überall die gleichen, wenn auch unterschiedlich stark ausgeprägt. Grund genug jedoch für Wirtschaftsförderer Klaus Vogt, sich dieses Themas anzunehmen. Andrew Readwin, der zusammen mit seinen GHV-Kollegen der Neckarvororte am 15. Mai einen Termin bei Klaus Vogt hat, kennt zwar die Auswertung der Diplomarbeit zum Thema Stadtmarketing noch nicht im Detail, was er jedoch gehört und in den Zeitungen gelesen hatte, stimmt ihn

nicht ganz zufrieden. „Ein straff umrissener Aufgabenbereich fehlt mir“, sagt Readwin. Auch die Anregung, die junge Frau, aus deren Feder die Diplomarbeit stamme, als Stadtteilmanagerin einzusetzen, sehe er mit Skepsis. „Theorie und Praxis sind zwei Paar Stiefel.“

Die Frage, wo der Posten anzusiedeln sei, müsse geklärt werden. Allerdings hält Readwin den Bund der Selbstständigen nicht für den „richtigen Hafen“. Zum einen seien nicht alle Gewerbe- und Handelsvereine dort Mitglied. „Wegen bekannter Streitigkeiten sehe ich ebenfalls Probleme“, so Cannstatts GHV-Chef. Dennoch sei er natürlich froh darüber, dass sich die Rathaus-Verantwortlichen mit dem seit Jahren brach liegenden Thema endlich beschäftigen wollen.

Für das anstehende Gespräch mit Stuttgarts Wirtschaftsförderer hat er sich schon einige Themen notiert:

„Ohne die Arbeit von Citymanager Hans Pfeifer schmälern zu wollen – wir brauchen niemanden, der Events veranstaltet.“ Denn er denke, dass die Gewerbe- und Handelsvereine vor Ort dies schon „ordentlich hinkriegen“. Was jedoch fehle, sei Professionalismus bei Themen wie aktive Ansiedlungspolitik, Ladenmieten, Verkehrsproblemen mit negativen Auswirkungen für den Einzelhandel oder städtebaulichen Missständen.

Schnellen Handlungsbedarf sieht auch die SPD. Sie fordert die Verwaltung auf, ein „zukunftsträchtiges Stadtteilmarketing“ einzurichten. Keine Sachbearbeiterin, sondern eine ausgebildete Fachkraft von „Außen“, die ihre Arbeit sofort aufnimmt. Eine zweijährige Probezeit sei angesichts des Handlungsbedarfs viel zu lange. Wichtig ist den Sozialdemokraten, das Know-how der CIS zu integrieren.