

Medium: Der Neue Tag

Datum: 07.07.2018



Die Vorsitzenden des Stadtmarketing-Vereins bestimmen die Mitglieder im Alten Rathaus noch mit Handzeichen, da es keine anderen Bewerber gibt. Die Wahl der Beisitzer erfolgt geheim. Bild: Luber

Drei kommen, einer geht

Das gab es seit Jahren nicht mehr. Für den Vorstand des Stadtmarketing-Vereins gibt es mehr Bewerber als Plätze. Einer muss also gehen. Der Verein hat viele Ideen für die Zukunft, doch manchen geht es nicht schnell genug.

Weiden. (blu) 177 Mitglieder wählten wie alle zwei Jahre einen 13-köpfigen Vorstand. Zwei Beiräte verabschiedeten sich aus zeitlichen Gründen: Konrad Meier von Samhammer und Juwelier Jussuf Kabakulak. Gleich drei Neue ließen sich auf die Liste setzen: Goldschmied Stefan Gruhle, Jürgen Frischholz von Apollo-Optik und Dieter Weiss vom gleichnamigen Schuhhaus. Die Mitglieder wählten zum ersten Mal seit Jahren wieder geheim, denn auf 9 Beiratsplätze kamen 10 Bewerber. Rechtsanwalt Rouven Colbartz bekam die wenigsten Stimmen, nahm seinen Ausstieg jedoch sportlich. Martin Rumpler von Witt und Rechtsanwalt Stephan Wanningen bleiben Vorsitzende.

Mit diesem neuen Team plant Geschäftsführerin Andrea Schild-Janker viele neue Projekte, etwa das tradi-

tionelle „Weiden träumt“ am Freitag, 20. Juli, das hartem Konkurrenzkampf ausgesetzt sei. Stelzenläufer-Trupps sollen das Fest attraktiver machen. „Außerdem sind sie ganz leise“, betonte Schild-Janker und reagiert damit auf Beschwerden von Ursula Pöllmann-Macha, deren Juwelier-Geschäft während des Bürgerfests zu stark beschallt werde.

Christina Oertel von der Wirtschaftsförderung der Stadt berichtete von geplanten Aktivitäten wie einer neuen Stadt-Homepage, Hinweisschildern auf Weiden an der Autobahn und einem Gutscheinsystem.

Bei dem letzten Punkt hakt besonders der Chef des Einzelhandelsverbands, Tobias Sonna, nach. Ihm geht das Projekt nicht schnell genug voran. Seit zwei Jahren liege die Idee in der Schublade. „Wir werden immer wieder vertröstet.“ Er wünscht sich „nicht wieder eine neue App-Funktion, die vom Kunden nicht angenommen wird“. Oertel und Schild-Janker verweisen auf Ideen zusammen mit der Sparkasse, die sich jedoch auch auf eine Handy-App verknüpft mit einem Bezahl-System beziehen.

OB Kurt Seggewiß unterstützte den Vorstoß: „Amerikaner zahlen nicht

bar.“ Auch die Zahl der „Bargeld-Menschen“ aus Deutschland und Tschechien nehme immer mehr ab. Sonna erinnerte weiterhin an das Versprechen der NOC-Betreiber, die Altstadt in ihr Marketing-Konzept einzubeziehen. Auch hier sei noch nichts passiert. „Das muss vor der Eröffnung geschehen, nicht drei Monate danach“, forderte Sonna.

Zu der Baustellensituation des NOC erklärte der Oberbürgermeister, dass das in Regensburg und München auch nicht anders sei und stellte fest: „Ich kann die Kräne auch nicht wegzaubern.“



Der Vorstand des Vereins Stadtmarketing hat sich erneuert. Neu mit dabei sind: Stefan Gruhle (hinten, rechts), Dieter Weiss (hinten, Dritter von links) und Jürgen Frischholz (Mitte, links). Bild: Luber

„ICH MOCH DE“

Ein neues Event taucht im Kalender des Stadtmarketings auf. „Weiden, ich moch de – Freunde feiern“ am 22. September will die Partnerstädte und die internationale Freundschaft feiern. Die Vielfalt der Nationen soll sich im Kulinarischen, im Warenangebot und im Bühnenprogramm niederschlagen. (blu)