

## Punktlandung im neuen Ratssaal

Wirtschaftsminister Ernst Pfister beim Ebersbacher Stadtgespräch



Der Ebersbacher Bürgermeister Edgar Wolff ist zufrieden: Wirtschaftsminister Ernst Pfister (re) ist pünktlich und wird von den Vorsitzenden des Stadtmarketingvereins, Susanne Kreisinger und Christoph Kunze (li.), begrüßt. Foto: Giacinto Carlucci

Premiere im neuen Bürger- und Ratssaal von Ebersbach: Zwei Tage nach Eröffnung des Rathauses war Wirtschaftsminister Ernst Pfister zu Gast beim zweiten Ebersbacher Stadtgespräch des Stadtmarketingvereins.

KARIN TUTAS

**Ebersbach** Es ist ein Auftakt nach Maß für den neuen Bürger- und Ratssaal, einen Tag nach Eröffnung des Ebersbacher Rathausanbaus: Die Mikrophone funktionieren, warm ist es auch, und ein gut gelaunter Minister gibt ein Ständchen auf der Mundharmonika zum Besten. Den Marsch hat Wirtschaftsminister Ernst Pfister den Ebersbachern jedoch nicht geblasen. Aber ein paar Tipps in punkto Stadtmarketing hat er mitgebracht.

"Geben Sie uns Hausaufgaben", bittet Susanne Kreisinger, Vorsitzende des erst vor knapp einem Jahr gegründeten Vereins für Stadtmarketing, der zum zweiten Ebersbacher Stadtgespräch geladen hatte und mit dem Thema Stadtmarketing eine Punktlandung hinlegte. Dass der Minister ausgerechnet vier Tage vor dem Bürgerentscheid zum umstrittenen Projekt auf dem Kauffmann-Areal in Ebersbach ein Plädoyer für die Stärkung der Innenstädte und des Handels hält, sei aber purer Zufall, betonte Bürgermeister Edgar Wolff. "Der Termin stand schon lange fest, bevor wir überhaupt wussten, was ein Bürgerentscheid ist."

Indes war das Thema Kauffmann-Areal stets präsent. Denn gerade in Zeiten wie diesen sei es besonders wichtig, "die Attraktivität der Innenstadt als Standort für Handel und Dienstleister zu steigern", erklärte Pfister. Ein Ziel, das sich auch der Stadtmarketingverein auf die Fahnen geschrieben hat, wie Susanne Kreisinger betonte. Stadtmarketing sei ein unerlässliches Muss auf diesem Weg, betonte der Wirtschaftsminister: "Alle städtischen Akteure müssen ins Boot geholt werden, um die Attraktivität des Lebensraums Stadt zu steigern", erklärte Pfister. Angesichts eines Kaufkraftabflusses von 43 Prozent in Ebersbach und eines härteren Wettbewerbs unter den Kommunen sei es notwendig, der Stadt ein unverwechselbares Gesicht zu geben. "Die Stadt muss über die Stadt hinaus eine Marke sein", formulierte es Susanne Kreisinger. Wie dies gelingen kann, dafür - das zeigte die anschließende Diskussion - gibt es kein Patentrezept. Punktuell hat der Stadtmarketingverein schon mit einigen Aktionen Akzente gesetzt. "Aber, um ein Image neu zu gestalten, braucht es einen langen Atem", sagte Bürgermeister Edgar Wolff.

Erscheinungsdatum: Freitag 12.12.2008

Quelle: <http://www.suedwest-aktiv.de/>

SÜDWEST AKTIV - Copyright 2002-2008 Südwest Presse Online-Dienste GmbH  
Alle Rechte vorbehalten!

← [zurück zum Artikel](#)

← [zurück zur Ressort-Übersicht](#)