

CUXHAVEN STADT & LAND



Nach wie vor gibt es Kunden, die an einem Sonnabendvormittag mit prall gefüllten Einkaufstüten durch die Cuxhavener Fußgängerzone schlendern. Nichtsdestotrotz macht die Sogwirkung der benachbarten Oberzentren und vor allem die Konkurrenz im Internet den hiesigen Einzelhändlern zu schaffen.

Fotos: Koppe

Einkaufsstandort benötigt Impulse

Ausschuss vermisst Geschlossenheit des lokalen Einzelhandels, der wiederum auf kundenfreundlichere Rahmenbedingungen dringt

Von Kai Koppe

CUXHAVEN. Nicht genug damit, dass die junge, kaufkräftige Klientel in Cuxhaven weniger stark vertreten ist als anderswo. Der Boom der Online-Konkurrenz gräbt dem örtlichen Einzelhandel zusätzlich das Wasser ab: Kaufleute klagen nicht ohne Grund über Kunden, die ihre Produkte probieren, um sie dann zum Discountpreis im Netz zu bestellen. Doch was leistet die Geschäftswelt, um Käufer in der Cuxhavener „City“ zu halten? „Wir tun mehr als wir eigentlich können“, betonen die Werbegemeinschaften. In Sachen Selbstdarstellung erkennen Teile der Politik allerdings noch viel Luft nach oben.

Nicht am selben Strang ziehen die ortsansässigen Geschäftsleute nach Auffassung des Ausschusses für Wirtschaft, Häfen und Tourismus, der sich am vergangenen Mittwoch des Themas „Einzelhandel in Cuxhaven“ annahm. Jörg-Peter Knochen, beratendes Ausschussmitglied, bezifferte dabei das Fehlen einheitlicher Öffnungszeiten im Innenstadtbereich als ein „Riesenproblem“ und schlug vor, eine für ganz Cuxhaven zuständige Werbegemeinschaft aus der Taufe zu heben.

Solch ein Schritt würde die Zahl der Ansprechpartner verringern, an der sich andere reiben. Dass es „viel Zeit und Nerven“ koste, mit den ver-

» Aus der Kaufmannschaft wird keine Initiative erwachsen, die zur Attraktivität und Geschlossenheit in der Nordersteinstraße beiträgt. «

Uwe Santjer, stellv. Ausschussvorsitzender

Interessengemeinschaften zu verhandeln, hob Oberbürgermeister Ulrich Getsch in besagter Mittwoch-Sitzung hervor. „Für uns ist es günstiger“, so Getsch im Namen der Stadtverwaltung, „die Agentur für Wirtschaftsförderung mit Mitteln auszustatten, die es uns erlauben, ein bisschen was zu machen.“

Dass diese Mittel für die Einrichtung einer für den Einzelhandel zuständigen Stabsstelle gemeint sein könnten, wie sie die SPD-Ratsfraktion unlängst in einem Interview mit unserer Zeitung forderte, hatte Wirtschaftsförderer Jürgen von Ahnen allerdings gleich zu Beginn der Ausschussdiskussion in Abrede gestellt. „Die Agentur für Wirtschaftsförderung wird kein Stadtmarketing machen“, erklärte von Ahnen: Aus personellen wie monetären Gründen sei daran nicht zu denken.

So war am Mittwoch zunächst einmal von „Maßnahmen“ die Rede, die nach dem Verständnis des stellvertreten-

den Ausschussvorsitzenden Uwe Santjer „von außen“ an die Einzelhändler herangetragen werden müssen. „Ich nehme erneut zur Kenntnis“, so Santjer, „aus der Kaufmannschaft wird keine Initiative erwachsen, die zur Attraktivität und Geschlossenheit in der Nordersteinstraße beiträgt.“ Ungeachtet solcher Einschätzungen bemüht sich

die örtliche Wirtschaftsförderung darum, die Gewerbetreibenden mit ins Boot zu holen. Ganz konkret soll in den nächsten Monaten zum Beispiel ein Einzelhandelsführer aufgelegt werden, der das Einkaufsangebot in Cuxhaven darstellt. Durch

Gespräche hoffe man ferner mit-helfen zu können, „dass sich die Stimmung innerhalb der Werbegemeinschaften „aufhellt“, sagte von Ahnen und spielte damit auf die Situation der Interessengemeinschaften Lotsenviertel und „Cuxhaven activ“ an. Unverblümt hatten die Vorstände dort im Frühjahr dieses Jahres über die

Möglichkeit einer Selbstaufflösung nachgedacht. Hintergrund ist die Tatsache, dass Arbeit, Aufwand und Kosten (sei es für eine Weihnachtsillumination der Geschäftsstraßen, für Spiel-feste oder Werbeaktionen an nur Wenigen hängen bleibt.

„Wir machen das alles ehrenamtlich“, rief Ralf Duderstadt, Vorsitzender der Werbegemeinschaft „Cuxhaven activ“, in Erinnerung. In der Hauptsache habe er einen Laden zu betreuen, der seine Familie ernähre. Anderenorts, so der Vorsitzende weiter, würden Marketingaufgaben aus eben diesem Grund professionellen Dienstleis-

» Wir machen das wohl gemerkt alles ehrenamtlich. Mehr können wir beim besten Willen nicht leisten. «

Ralf Duderstadt, Vorsitzender „Cuxhaven activ“



Eines von 22 Leerstandsobjekten, die es laut Wirtschaftsförderung im Innenstadtbereich gibt: Das Ladenlokal in der unteren Nordersteinstraße, in dem früher mit Edelmetallen gehandelt wurde, ist zu vermieten.

tern übertragen. Auch das Duhner Promenadenfest, so fügte Duderstadt, um ein Beispiel zu nennen, hinzu, sei zwar eine Veranstaltung des Verkehrsvereins Duhnen, letztendlich aber die Leistung einer dafür bezahlten Agentur. Geht es darum, den örtlichen Einzelhandel mit seinen immerhin 2000 Beschäftigten voranzubringen, sieht das Präsidiumsmitglied des Handelsverbands Nord-west auch die Stadt in der Pflicht – etwa, wenn es um kundenfreundlichere Parkgebühren, Kinderspiel-Möglichkeiten in der „City“ oder um Fragen der Ausschulderung geht. Duderstadt: „Wir müssen es den Menschen von auswärts so einfach wie möglich machen, in unsere Innenstadt zu gelangen.“ Entsprechende Forderungen verhalten nach seiner Auffassung – auch weil die örtlichen Werbegemeinschaften zu wenig Mitglieder haben.

Während deren Vorsitzende wie Ralf Duderstadt und Thorsten Larschow (IG Lotsenviertel) also mit dem mangelnden Engagement der breiten Masse von Händlerkollegen hadern, ärgert man sich auf Verwaltungsebene über die Ignoranz einiger Immobilienbesitzer. Im Rahmen eines Leerstandsmanagements hatte die Agentur für Wirtschaftsförderung die Eigentümer von aktuell 22 brachliegenden Geschäften im Innenstadtbereich angeschrieben. Es soll darum gegangen sein, Quadratmeterzahlen zu erheben und gegebenenfalls Hilfestellungen bei der Suche nach Nachnutzern zu leisten. Die Resonanz fiel offenbar dürrig aus.