

Meckenheim soll „Marke“ werden

Ausschuss gibt Konzept für Standortmarketing in Auftrag. Werbetafeln und mehr Grün für den Neuen Markt

Von Dominik Pieper

MECKENHEIM. Die Stadt Meckenheim will ihr Image aufpolieren. Möglich machen soll es ein Standortmarketing-Konzept, das der Bau- und Wirtschaftsförderungsausschuss am Dienstag in Auftrag gegeben hat. So sollen Neubürger, Firmen und Investoren angelockt werden. Die Stadt soll aber auch in ihrer Aufenthaltsqualität aufgewertet werden.

In seiner bislang einjährigen Amtszeit hat Wirtschaftsförderer Dirk Schwindenhammer eine Analyse Meckenheims erstellt, auf deren Grundlage nun die Agentur Meid, Meid und Partner das Standortmarketingkonzept erarbeiten soll. Geschäftsführer Dirk Meid kündigte die Bildung sogenannter Fokusgruppen an, in denen beispielsweise Vertreter von Politik, Gewerbe und Landwirtschaft mitreden. Im Februar und im April werden erste Ergebnisse präsentiert. Als positive Merkmale Meckenheims nannte Schwindenhammer unter anderem die



Der Neue Markt in Meckenheim soll 2012 durch Hinweistafeln besser präsentiert und durch Bäume verschönert werden. ARCHIV/FOTO: HENRY

hohe Zahl an Arbeitsplätzen, die gesunde Wirtschaftsstruktur und die hohe Kaufkraft. Zu den Minuspunkten gehörten die zurückgehende und alternde Bevölkerung, die Konstellation mit zwei

Zentren sowie das Image der Stadt, das immer noch durch Jugendkriminalität belastet sei. Auch habe er den Eindruck, dass sich viele Bürger nicht mit Meckenheim identifizierten, so Schwindenhammer.

Bürgermeister Bert Spilles untermauerte das: „Das trifft auf einen überdurchschnittlich hohen Anteil der Bevölkerung zu“, sagte er.

Am Ende des Prozesses soll ein Corporate Design stehen, ein Logo und/oder Slogan, mit dem sich Meckenheim besser verkaufen kann. Weil der Ausschuss diese Diskussion abwarten will, stellte er einen Antrag der SPD zurück: Sie hatte vorgeschlagen, Meckenheim den offiziellen Zusatztitel „Apfel- und Rosenstadt“ zu geben.

Vom Standortmarketing soll nicht zuletzt der Neue Markt profitieren, dessen Situation ebenfalls von der SPD auf die Tagesordnung gebracht worden war. Einerseits wegen der geplanten Nahversorger in Steinbüchel. Andererseits wegen aktueller Leerstände und des Wegzugs der Zulassungsstelle des Rhein-Sieg-Kreises 2013, dem sich wohl auch die Kennzeichengeschäfte anschließen. „Die Leerstandsquote bewegt sich auf einem normalen Niveau“, sagte Schwindenhammer. Er räumte aber ein, dass der Neue Markt durch die Aufwertung des Stand-

orts Steinbüchel Kunden verliere. Dort soll 2012 ein Edeka eröffnen, zudem ist ein Aldi geplant. Die Auswirkungen sind jetzt schon spürbar: „Die Geschäftsleute am Neuen Markt, aber auch Interessenten, warten die Entwicklung in Steinbüchel ab“, so Schwindenhammer. Als „Sofortmaßnahmen“ kündigte er für 2012 großzügige Werbetafeln und mehr Grün für den Neuen Markt an. „Ich bin skeptisch, ob uns der große Wurf gelingt“, sagte Thomas Radermacher (UWG). Barbara Heymann (SPD) war optimistischer: „Es geht darum, ein Zentrum, das für die Bedürfnisse der 70er Jahre geplant war, zeitgerecht zu gestalten.“

Grünes Licht für Edeka

Der Bau- und Wirtschaftsausschuss hat am Dienstag mehrheitlich den Bauantrag von Edeka in Merl-Steinbüchel genehmigt. Die Eröffnung ist für 2012 vorgesehen. Zudem billigte der Ausschuss, dass das Gebäude die vorgesehenen Baugrenzen leicht überschreitet. pd