

Augsburg kämpft um Kunden in der Innenstadt

Handel Die Marktsonntage sind ein Selbstläufer. Doch sonst kommen zu wenige ins Zentrum. Die Stadt lockt mit besonderen Aktionen

VON MONIKA SCHMICH

Der Ansturm ist enorm: Sobald die Geschäfte in der Augsburger Innenstadt ihre Türen ausnahmsweise sonntags öffnen, strömen Zehntausende ins Zentrum. „Es ist eben etwas Besonderes“, sagt Heinz Stinglwagner, Chef der City-Initiative Augsburg (CIA). Nur zwei Mal im Jahr – zur Michaeli-Dult im Herbst und im Frühjahr während der Europa-Woche – gibt es stadtweit das besondere Einkaufserlebnis. Zum nächsten Mal am Sonntag, 5. Mai.

Während sich dann vermutlich wieder die Massen in den Straßen und Geschäften drängen, ist das Bild an normalen Einkaufstagen ein anderes: Zwischen 3000 und 3500 Passanten laufen an einem durchschnittlichen Samstag pro Stunde durch die Fußgängerzone. „Für eine Großstadt ist das eigentlich zu wenig“, sagt Wirtschaftsreferentin Eva Weber. Doch Augsburg kämpft um seine Kunden. Vor rund drei Jahren hatte ein Einzelhandelsgutachten festgestellt, dass die Frequenz in den vergangenen zehn Jahren um zehn Prozent nachgelassen habe. Vor allem Menschen aus dem Umland blieben Augsburg fern. Seitdem wird auf vielen Ebenen diskutiert, wie man Kunden wieder stärker in die City locken könnte. Projekte wie das Rückvergütungssystem „Mobilo“ oder ein Gutscheineheft, das in dieser Woche erstmals verteilt werden soll, sind erste Mosaiksteine. Mit dem „SehrGutscheineheft“ sollen Kunden in vielen Läden Rabatte oder eine kleine Zugabe beim Einkauf bekommen. Doch bislang zünden die Versuche noch nicht richtig.

Keine Lösung für das eigentliche Problem der City

Markus Hilpert wundert das nicht. Der Geograf der Uni Augsburg begleitet die Bemühungen der Stadt wissenschaftlich. Er glaubt, dass man mit kleinen Zusatzangeboten für die Kunden auf einem „guten Weg“ sei. Hilpert warnt aber vor zu hohen Erwartungen: „Das eigentliche Problem des innerstädtischen Handels lässt sich damit nicht lösen.“ Es sei vor allem das veränderte

Konsumverhalten, das den Geschäften im Zentrum zu schaffen mache: Die Menschen wollen schnell und bequem einkaufen, erklärt Hilpert, sie zögen die gut erreichbaren Einkaufszentren auf der grünen Wiese dem Bummel in der Innenstadt vor. Ein Gutschein oder ein kleiner Rabatt für das Parkticket könnten da allenfalls „in der Summe einen gewissen Effekt erzielen“, so Hilpert.

Doch nicht einmal das gelang zuletzt. Schuld waren zum Teil die Händler selbst. Die Mobilo-Münzen, die sie den Kunden bei einem Einkauf geben sollten, damit diese Vergünstigungen beim Parken und im Nahverkehr bekommen, wurden nicht überall freizügig verteilt. „Bei kleinen und mittleren Geschäften funktioniert es ganz gut“, berichtet Stinglwagner. Bei den größeren Häusern und Ketten gäbe es mitunter „Hürden in Geschäftsabläufen“. Kunden berichten, dass sie erst auf Nachfrage die Münze bekämen. CIA und Stadt haben zuletzt verstärkt für einen kundenfreundlicheren Umgang geworben.

Bald schlucken auch Parkuhren den Mobilo

25 000 Mobilos sind derzeit im Umlauf, gut 70 Partner beteiligen sich. Einen Schub für das Projekt erhoffen sich die Verantwortlichen, wenn die Parkscheinautomaten in der Innenstadt umgerüstet sind und den Mobilo schlucken. Derzeit liefen die Arbeiten, berichtet Heinz Stinglwagner.

Wissenschaftler Hilpert rät den Händlern im Zentrum, neben Aktionen wie dem Mobilo oder dem Gutscheineheft noch mehr auf ihre Stärken zu setzen: auf den Erlebnischarakter, den sie beim Einkaufen bieten. „Das haben die Einkaufszentren weit draußen nicht.“ Die Atmosphäre beim Bummel, die Möglichkeit, sich zwischendurch in einem netten Café zu erholen: Auch der Marktsonntag am 5. Mai wird ein solches Erlebnis bieten. CIA-Manager Stinglwagner sieht den Tag auch als „Werbeveranstaltung“. Viele Menschen aus dem Umland würden kommen und sehen, dass Augsburg trotz Baustellen einen Besuch wert sei. »Kommentar



Im Vergleich zu anderen Städten kommen zu wenig Einkäufer nach Augsburg. Händler und Stadt möchten das mit Aktionen wie dem Mobilo oder Gutscheinen ändern. Foto: Anne Wall

Rund um den Marktsonntag am 5. Mai

- **Öffnungszeiten** Fast alle Läden, Passagen und Kaufhäuser in der Innenstadt werden am Sonntag, 5. Mai, von 13 bis 18 Uhr geöffnet sein. Auch der Stadtmarkt beteiligt sich am Marktsonntag. Laut City-Initiative Augsburg (CIA) werden in den Stadtteilen vermutlich nur die großen Häuser mitmachen.
- **Bühne** Auf dem Rathausplatz ist eine Showbühne aufgebaut. Oberbürgermeister Kurt Gribl wird den Marktsonntag hier um 13 Uhr eröffnen. Bis 18

Uhr gibt es verschiedene Tanzvorführungen, Bands treten auf. Um 14.30 und 16.20 Uhr wird ein EU-Quiz gespielt.

- **Aktionen** Etliche Geschäfte bieten zum Marktsonntag besondere Attraktionen. So ist zum Beispiel bei Galeria Kaufhof eine Vespa-Ausstellung zu sehen, in der City-Galerie kocht Fernsehkoch Ralf Zacherl (Samstag um 12.30 und 15 Uhr, Sonntag 13.30 und 15.30 Uhr), bei Mieder & Mode in der Jakobervorstadt gibt es eine Des-

sous-Show, die Jiu-Jitsu-Karate-Schule zeigt am Merkurbrunnen in der Maximilianstraße ihr Können.

- **Nahverkehr** Die Straßenbahnen verkehren am Sonntag wie werktags zwischen 12.30 und 18.30 Uhr im 7,5-Minuten-Takt. Auch die Busse der Linien 44, 45 und 29 fahren alle 15 Minuten.
- **Frühlingsfest** Bereits am Tag zuvor, am Samstag, 4. Mai, feiert der Integrationsbeirat von 11 bis 20 Uhr sein Frühlingsfest auf dem Rathausplatz.