

Ein Jahr Ausstellung

Die neue Ausstellung im Schiller-Geburtshaus ist am 2. Februar 2009 eröffnet worden. Rund 32 000 Besucher haben die Schau seither gesehen.

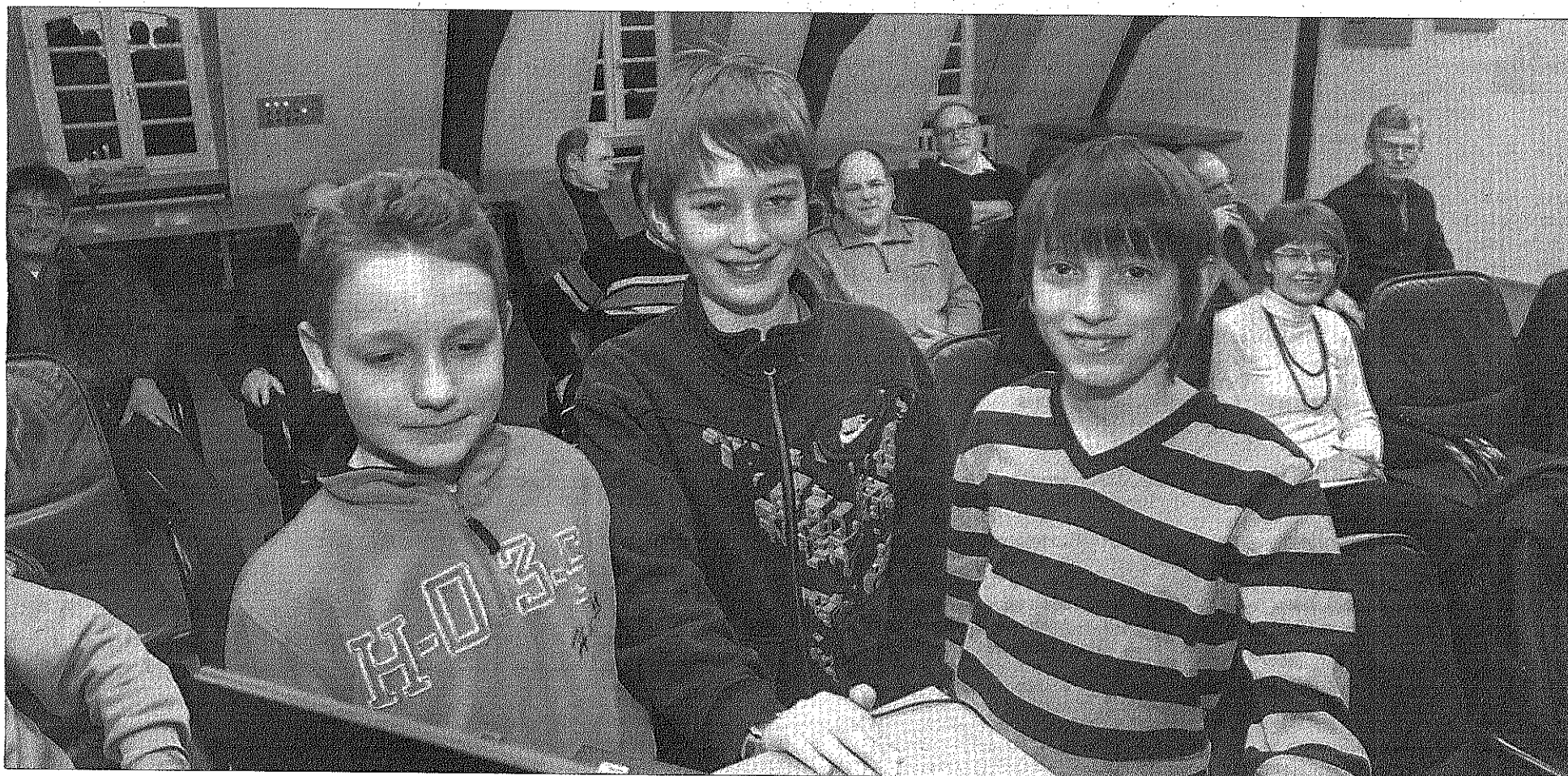
Seite IV



Marbach & Bottwartal



Donnerstag, 4. Februar 2010



Lukas Bonfert (von links), Henning Metzger und Matti Pantle haben die Ergebnisse ihrer Befragung zum Einzelhandel im Rathaus präsentiert.

Foto: Werner Kühnle

Marbacher shoppen gern in Ludwigsburg

Marbach Studenten und Schüler haben mit einer Feldstudie den Einzelhandel in der Schillerstadt untersucht. Von Christian Kempf

Um eines gleich vorwegzunehmen: Die Studie, die Geographie-Studenten der Pädagogischen Hochschule (PH) Ludwigsburg und Sechstklässler des Marbacher Friedrich-Schiller-Gymnasiums zum Einzelhandel in der Schillerstadt erstellt haben, ist nicht repräsentativ. Gleichwohl zeigt sie interessante Trends auf. Das vielleicht wichtigste Ergebnis der Analyse lautet, dass viele Marbacher zum Shoppen mit Vorliebe nach Ludwigsburg und mit Abstrichen nach Stuttgart pendeln – weil ihnen das Sortiment in der eigenen Stadt in bestimmten Bereichen nicht attraktiv und umfangreich genug ist. Diese Entwicklung spiegelt sich auch im sogenannten Kaufkraftindex wider, der in Marbach nur bei etwas über 50 Prozent liegt. Den Rest ihres zur Verfügung stehenden Geldes geben die Bürger eben vor allem in Ludwigsburg, teilweise auch in Stuttgart aus. Auch Steinheim bekommt ein ver-

gleichsweise großes Stück vom Kuchen ab – das Kaufland lässt grüßen.

Defizite sehen die von Schülern Befragten bei Sportartikeln und Elektrowaren, in erster Linie aber in punkto Oberbekleidung. Um sich mit Hemden oder Pullis einzudecken, nehmen die Schillerstädter eher eine Fahrt nach Ludwigsburg oder ins Breuningerland auf sich, als ihr Glück vor Ort zu probieren. „Ludwigsburg ist das Maß der Dinge“, resümierte Peter Kirchner, Professor für Geographie an der PH, am Dienstag bei der Präsentation der Ergebnisse im Bürgersaal des Marbacher Rathauses.

Seine Studenten hatten sich im Rahmen eines Geländepraktikums mit der Situation des Marbacher Einzelhandels auseinandergesetzt. Die Anregung dazu kam von Kirchners Kollege Armin Hüttermann, Schillerstädter und Vorsitzender des Tobias-Mayer-Vereins. Angetan von diesem Vorhaben zeigte sich auch Friedemann

Sorg, Vorsitzender der Interessengemeinschaft der Marbacher Selbstständigen (IGS). Es sei zwar klar gewesen, dass die Erkenntnisse „nicht eins zu eins umgesetzt werden sollen“. Allerdings habe man sich durchaus den ein oder anderen Impuls erhofft, sagte Friedemann Sorg. Würde man eine Gesellschaft mit einer solchen Analyse betrauen, müsse man zudem viel Geld in die Hand nehmen. Die Studenten forschten hingegen zum Nulltarif.

Das galt auch für die Klasse 6h des Friedrich-Schiller-Gymnasiums, die sich an dem Projekt beteiligte und kurz vor Weihnachten insgesamt 160 Passanten in Marbach zu ihrem Einkaufsverhalten befragte. Der Kontakt zu der Klasse von Holger Knauf war über Rolf Kutzke zustande gekommen, der ebenfalls am Institut für Geographie arbeitet und dessen Sohn die 6h besucht. Sein Sohnemann war es auch, der mit zwei weiteren Schülern und den Studenten die Ergebnisse der Studie vortrug.

Der Marbacher Bürgermeister Herbert Pöttsch, der zu den Zuhörern gehörte, lobte das Engagement aller Beteiligten. Die Resultate der Untersuchung überraschten

ihn freilich ebenso wenig wie Friedemann Sorg. In der beengten Altstadt sei es nunmal nicht möglich, einen Supermarkt in den heute gewünschten Ausmaßen unterzubringen. Auch für einen Kleiderladen, der mit dem Angebot in der Ludwigsburger Wilhelmgalerie oder dem Breuningerland konkurrieren könne, fehle der Platz.

„Wie kann man den Trend aber umdrehen?“, fragte Rainer Krause, Vorsitzender des Stadtmarketingvereins, den Projektleiter Peter Kirchner. Der Professor wies darauf hin, dass sich die Aufgabe der Studie in einer Bestandsaufnahme erschöpft habe. Man müsse sich jedoch die Frage stellen, wie der Standort grundsätzlich attraktiver gemacht werden könne. Sprich: Es sind Angebote vonnöten, von denen der Einzelhandel „als Trittbrettfahrer“ profitieren kann. Der Spielball liege aber jetzt bei den Händlern und Verantwortlichen vor Ort, die diskutieren sollten, wie es weitergehen muss. Wobei aus der Studie auch hervorgehe, dass in den vergangenen Jahren zumindest keine weitere Kaufkraft abgewandert ist. Dieser Prozess müsse irgendwann davor in Gang gekommen sein.