

Aktionen ohne Nutzen

Moosburgs Altstadtförderer sind vom Engagement der Marketing-Genossenschaft nicht restlos begeistert

Von Alexander Kappen

Moosburg – Im Prinzip haben die Altstadtförderer kaum Grund zur Klage. Die Mitgliederzahl (88) bleibt nahezu konstant, die bewährte Führungsmannschaft um die Vorsitzende Daniela Eiden wurde jüngst im Amt bestätigt, die neue Homepage ist online, und die Veranstaltungen des Vereins im vergangenen Jahr waren gut besucht. Wenig begeistert ist die Vorsitzende jedoch von den bisherigen Aktivitäten der Moosburger Marketing-Genossenschaft (eG), bei der die Altstadtförderer selbst Mitglied sind. Eiden spricht von teilweise „populären Aktionen ohne Nutzen für die Bürger“.

Man habe die Gründung der Genossenschaft unterstützt und werde das auch weiterhin tun, sagt Eiden. Nur hoffe sie, dass sich einiges ändere. Dass die Genossenschaft sich darum bemüht, den Moosburger Wochenmarkt wieder attraktiver zu machen, begrüßen die Altstadtförderer genauso wie die Umwandlung der früheren Gewerbeschau in eine „Messe

Moosburg“. Als „Verschwendung von Manpower“ betrachtet Eiden jedoch die Organisation und Betreuung einer Aktion wie der „Guten Fee“, eines Hilfsangebots für Kinder in kleinen, alltäglichen Notsituationen: „Dies wäre eine klassische Aufgabe für den Gewerbeverein.“ Zum Thema Bayernrundfahrt „möchte ich mich nicht äußern“, sagt Eiden. Das Etappenrennen für Radprofis endet am 29. Mai in Moosburg. In die Organisation der Großveranstaltung ist auch die Genossenschaft eingebunden.

Sorge bereitet den Altstadtförderern das Ladenleerstandsmanagement in der Innenstadt, um das sich die Genossenschaft ebenfalls kümmert. Dass es dabei nur schleppend vorangeht, betrachtet Eiden als „Anlaufschwierigkeiten“. Sie sei zuversichtlich, „dass die Effizienz sich verbessern wird“. Im Juni soll dem Verein nach die erste Mitgliederversammlung der Marketing eG abgehalten werden. Dabei erhoffen sich die Altstadtförderer so manchen Impuls für die Zukunft. Womöglich kommt auch der als

Werbemittel eingesetzte Imagefilm der Genossenschaft zur Sprache. Dieser soll nach Eidens Wunsch mit einem Kapitel über das Kulturleben in Moosburg ergänzt werden: „Kultur und Kulturreichtungen sind immerhin ein maßgeblicher positiver Standortfaktor.“

Ladenleerstand in der Innenstadt ist weiter ein Problem

Das Thema Kultur haben sich die Altstadtförderer ohnehin groß auf die Fahne geschrieben, es ist eine ihrer Kernkompetenzen. So lockte ihr 14. Kunstwochenende im Juni 2010 rund 400 Besucher an. Die Ausstellung des Tierbildhauers Franz Weickmann im Rahmen der Moosburger Festspiele sahen im Juli und August mehr als 2000 Besucher. Als Erfolg werten die veranstaltenden Altstadtförderer auch die zweite Auflage der „Offenen Ateliers“ im Oktober. In 20 Ausstel-

lungsräumen und Ateliers präsentierten rund 40 Künstler ihre Werke.

Für sein großes Engagement auf dem Gebiet der Kulturförderung bekam der Verein bereits im März 2010 von Landrat Michael Schwaiger einen mit 1500 Euro dotierten Anerkennungspreis verliehen. Das Geld steckten die Altstadtförderer in den Aufbau ihrer neuen Homepage, die Günther Strehle und Sebastian Eiden produzierten. Neben Veranstaltungsterminen soll es auf der Homepage künftig auch eine Art Leserbriefsparte geben, in der sich auch Nicht-Vereinsmitglieder zu aktuellen Themen in der Stadt äußern können. Als erstes Diskussionsthema ist die „Gestaltung und Nutzung des Plans“ geplant.

Bei der Umsetzung ihrer Ziele können die Altstadtförderer in den kommenden zwei Jahren auf ihr bewährtes Führungsteam zählen. Neben Eiden wurden bei der Mitgliederversammlung jüngst auch Zweite Vorsitzende Karin Linz, Schriftführerin Thea Band und Kassier Klaus Reichel im Amt bestätigt.