

# Neue Strukturen als Basis für eine erfolgreiche Entwicklung

## Das Stadtmarketing Schwetzingen feiert den zehnten Geburtstag und hat seither unter anderem mit großen Events auf sich aufmerksam gemacht.

Es war der Beginn einer neuen erfolgreichen Entwicklung für die Innenstadt: Am 20. Januar 2009 wurde der neue Stadtmarketingverein Schwetzingen (SMS) mit über 50 Gründungsmitgliedern und einer hauptamtlichen Geschäftsführung im Josefshaus aus der Taufe gehoben. Zum Vorsitzenden wurde Alexander Pfitzenmeier gewählt, ergänzt durch Elke Ackermann-Knieriem als stellvertretende Vorsitzende.

2008 wurde in Abstimmung von Stadt und Gewerbetreibenden viel gearbeitet, um alles professionell vorzubereiten. Eingeladen waren Vertreter von Handel, Hotellerie, Gastronomie, Banken und Wirtschaft, um unter fachlicher Moderation in sechs Lenkungskreissitzungen die neuen Strukturen des künftigen Vereins zu erarbeiten. Vertrauen dafür gibt es auch von Seiten der Stadt und des Gemeinderates, die SMS seit der Gründung jährlich mit einem Zuschuss auszustatten.

### „DER Schwetzingen“ informiert seit 2010

Thomas Janzer aus Weinheim war ab 1. Juni 2009 der erste Geschäftsführer und „Kümmerner“. Mit der Einführung der Kurfürstenskarte als attraktiver Geschenkgutschein wurde der erste Meilenstein gelegt. 2010 schlug in Kooperation von Stadt, SMS und Schwetzingen Zeitung die Geburtsstunde dieses Stadtmarketingmagazin: „DER Schwetzingen“. 2011 folgte Anne-Marie Ludwig als Geschäftsführerin nach. Ihr blieb es letztendlich vorbehalten, gemeinsam mit dem Vorstand in einem sehr heterogenen Umfeld über Jahre erfolgreich langfristige Strukturen für Events, Abläufe und Finanzen zu legen und neue Mitglieder zu gewinnen. Darauf wird auch Jens Rückert aufbauen können, der ab 1. Juni neuer Geschäftsführer ist.

### Gewerbeverein stieß an Grenzen

Was ging voraus? Über viele Jahre kümmerte sich der Gewerbeverein als Interessenvertretung vor allem der Händler engagiert und mit Herzblut um die Belange der Innenstadt. Konnte der Gewerbeverein 2003 noch sein

125-jähriges Jubiläum feiern, stand mit der letzten Mitgliederversammlung am 27. November 2007 die Auflösung des Vereins an. Die Gründe hierfür waren prinzipiell eine zu kleine Basis an aktiven Mitgliedern, die dadurch bedingte schwierige finanzielle Situation und die Erkenntnis, dass die immer komplexer werdenden Dinge nicht mehr allein im Ehrenamt zu leisten sind.

Dank gilt auch den nach wie vor ehrenamtlichen Vorsitzenden. 2011 folgte auf Alexander Pfitzenmeier Dr. Peter Hettenbach, der 2013 an Jens Rückert übergab. Elke Ackermann-Knieriem, die sich schon seit vielen Jahren sehr aktiv für den Schwetzingen Handel einsetzte, wurde im März zur neuen Vorsitzenden gewählt. **Wolfgang Leberecht**

## „Mehr Nähe“

Es ist ein Wechsel direkt an der Spitze des Stadtmarketings: Seit 1. Juni leitet Jens Rückert die Geschicke – und hat sich für die neue Aufgabe einiges vorgenommen. Im Interview spricht der Inhaber einer Agentur für Sports & Entertainment über die neue Geschäftsstelle und die Idee, eine Stadtmarke „Sport“ zu etablieren.

### Herr Rückert, welche Ziele haben Sie sich auf die Agenda gesetzt?

**Jens Rückert:** Mit der Einrichtung einer Geschäftsstelle in der Innenstadt – im Innenhof der Dreikönigstraße 17 – wollen wir wieder eine größere räumliche Nähe zu Unternehmen, Vereinen, Bürgern und der Stadtverwaltung herstellen. Außerdem möchte ich, gemeinsam mit dem Vorstand, die Mitgliederzahl weiter erhöhen. Wir haben mit unseren besucherstarken Großveranstaltungen wie dem Spargelsamstag, Schwetzingen Herbst und dem französischen Markt echte Marken geschaffen und hohe Maßstäbe gesetzt. Dies werde ich versuchen, trotz begrenzter personeller Kapazitäten und endlicher finanzieller Mittel erfolgreich fortzusetzen.



Jens Rückert, neuer Geschäftsführer des Stadtmarketing Schwetzingen e. V. Bild: Schwerdt

### Mit welchen Maßnahmen wollen Sie Schwetzingen als Einkaufsstadt voranbringen?

**Rückert:** Zuerst sollen es unter anderem eben diese Events sein, die Bürger und Besucher zum Einkaufen animieren. Auch in den Bereichen Kultur und Tourismus wird das Stadtmarketing mit der Stadtverwaltung künftig noch enger kooperieren. Wir haben thematische „Leuchttürme“ wie den Spargel, Mozart, das Schloss und den Schlossgarten „geschenkt“ bekommen – wir müssen sie im Sinne und im wirtschaftlichen Interesse unserer Mitglieder und lokalen Händler gewinnbringend vermarkten.

### Welche Potenziale lassen sich weiter ausschöpfen?

**Rückert:** Drei meiner thematischen Schwerpunkte sind die Unterstützung und der Ausbau der bestehenden Städtepartnerschaften, die stärkere Vernetzung und Interaktion mit lokalen Institutionen, der informelle Austausch mit Marketing-Vereinen und -Gesellschaften anderer Städte in der Metropolregion Rhein-Neckar sowie die Schaffung einer neuen Stadtmarke „Sport“. Hier spielen die örtlichen Vereine und ihre aktiven Mitglieder eine entscheidende Rolle. Auch sie können erfolgreiche Werbeträger und Markenbotschafter der Stadt sein und werden dadurch auch in die lokale Geschäftswelt positiv hineinspielen. Am Ende sind es gemeinsame Projekte und aufeinander abgestimmte Aktionen aller lokalen „Player“ und relevanter Interessengruppen, die eine erfolgreiche Vermarktung unserer attraktiven Stadt auch weiterhin möglich machen, nachhaltig gestalten und langfristig sicherstellen. Darauf freue ich mich!

  
**sms**  
 stadtmaking  
 schwetzingen e.V.