

Um gegen die ins Internet abwandernde Kaufkraft, zunehmende Leerstände und Konkurrenz der wachsenden Zahl von Malls oder Einkaufszentren in den Großstädten ein Zeichen zu setzen, hat Wiesloch im Jahr 2017 die Buy-local-Kampagne »ECHT. Wiesloch« ins Leben gerufen. Das Wiesloch Stadtmarketing e. V. bündelt die verschiedenen Maßnahmen, um die Innenstadt Wieslochs lebendig und attraktiv zu halten.

Wiesloch als Große Kreisstadt im Rhein-Neckar-Kreis nimmt hier im Süden der Metropolregion Rhein-Neckar die Funktion eines wichtigen Mittelzentrums ein. Mit einem umfassenden Angebot im schulischen, kulturellen, sportlichen, sozialen und kirchlichen Bereich lässt es sich in Wiesloch gut leben. Die Lage an der Südlichen Bergstraße am Übergang zum Kleinen Odenwald, zum Kraichgau und zur Rheinebene begünstigt Wiesloch als Wohn-, Schul-, und Gewerbestandort. Doch zu einer attraktiven Stadt gehört vor allem eine lebendige Innenstadt mit ansprechender Einzelhandelsstruktur und guter Gastronomie. All das kann Wiesloch bieten und versucht dies auch entsprechend zu positionieren. Dazu gehört natürlich in erster Linie ein attraktives Angebot an Dienstleistern, Banken, Ärzten und Einzelhandelsgeschäften im Branchenmix. Dazu gehört aber auch die Bereitschaft der Wieslocherinnen und Wieslocher in Wiesloch einzukaufen und ein Stück weit auf Käufe im Internet zu verzichten. Ein neuer Blick auf die eigene Stadt hat schon so manchem gezeigt, dass man nicht immer den Schritt in die Großstadt machen muss, um

viele Marken, ansprechende Produkte und tolle Angebote zu finden. Und dass die persönliche Beratung manchmal mehr zählt als der schnelle Klick. Dabei geht es nicht darum, mit den großen Städten im Umkreis von 15 bis 30 Kilometern, wie Heidelberg oder Mannheim in Konkurrenz zu treten, sondern darum, die Einzigartigkeit Wieslochs in erster Linie den Wieslocherinnen und Wieslochern und den Bewohnerinnen und Bewohnern des Umlandes zu präsentieren. Denn nur wenn sich die Einzelhändler auch langfristig halten können, kann die Innenstadt den einladenden Charakter bewahren, den sie heute hat.

Die Geschäfte und Dienstleister, die Teil von »ECHT. Wiesloch« sind, stärken durch die Teilnahme an der Initiative ihr Geschäft nachhaltig und präsentieren sich Stammkunden und Neukunden. Diese sollen gerne in Wiesloch einen Bummel machen und sich wohlfühlen. Persönliche Beratung und individuelle Angebote stehen für den Standort Innenstadt. Viele Spezialgeschäfte laden zu einem Einkaufsbummel ein. Die Werbekampagne »ECHT. Wiesloch« erzählt kleine Geschichten, die zeigen, wie attraktiv und einzigartig Wiesloch ist.

Zum Neujahrsempfang der Stadt Wiesloch im Jahr 2017 startete diese »Buy-local«-Kampagne, die Ideen der Stadtverwaltung, des Stadtmarketings e. V. und der Wiesloch Card e. V. zu einem gemeinsamen Projekt verbindet. Viele innenstädtische Einzelhändler, Apotheken, Gastronomen und Dienstleister beteiligen sich in einem ersten Schritt an dieser Aktion. Stück für Stück soll die Kampagne in den kommenden Monaten auf alle Angebote der Stadt ausgeweitet werden. Auch Ärztinnen und Ärzte, Handwerkerinnen und Handwerker sollen mit einbezogen und so das gesamte Wiesloch-Spektrum aufgezeigt werden.

Das Motto: ECHT.nachhaltig

Vermehrt regen die Einzelhändler der Innenstadt an, gemeinsam eine Lösung zu finden, um mehr Kaufkraft in Wiesloch zu binden und die attraktive Innenstadt mit Gastronomie und Einkaufsangeboten zu bewerben und nachhaltig zu stärken.

In einem Arbeitskreis zum Thema »Stadtmarketing« wurde die Idee zu »ECHT.Wiesloch« geboren. Die so genannte »Buy-local«-Kampagne hat das Ziel, lokales Einkaufen zu stärken und nachhaltig attraktiv zu machen. Gleichzeitig sollen die Vorzüge der Stadt präsentiert werden. Die Idee hinter der Kampagne will aber mehr als bloßen Absatz und Fre-

quenz generieren. Sie möchte das Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher, in erster Linie Bürgerinnen und Bürger der Stadt, schärfen, warum sich ein Einkauf in der Innenstadt doppelt lohnt: Jeder Euro, der in Wiesloch ausgegeben wird, trägt zur Lebensqualität bei. Der Mehrwert des individuellen Einkaufs ist nachhaltig auch im kulturellen, sozialen oder gesellschaftlichem Leben unserer Stadt spürbar. Qualifizierte Ausbildungs- und faire Arbeitsplätze werden geschaffen und der Erhalt eines attraktiven, vertrauensvollen und individuellen Einkaufs- und Freizeitangebots sorgt für eine gute Atmosphäre.

Entstanden ist ein Werbekampagne mit echten Wieslocherinnen und Wieslochern (so genannte Testimonials), die die Vorzüge der Einkaufsstadt Wiesloch auf humorvolle Art und Weise in kleinen Dialogen kurz und prägnant darstellen und Lust auf Einkaufen in den Wieslocher Geschäften machen. Soweit es möglich war, wurden und werden alle Dienstleistungen rund um die Kampagne ebenfalls in Wiesloch vergeben. So sind Fotograf, Grafiker und Webdesigner echte Wieslocher.

Außerdem wurde die Online Plattform www.echt-wiesloch.de kreiert. Hier entstand ein Online-Einkaufsführer mit vielen Informationen zur Innenstadt wie Angeboten, Events und Serviceleistungen. Momentan liegt der Schwerpunkt auf der Wieslocher Innenstadt. Das Teilnehmerfeld soll aber sukzessive ausgebaut werden.



Leitmotive spiegeln Wieslochs Angebot

Zum Start der Initiative wurden Leitmotive entwickelt, die zeigen sollen, was Wiesloch bietet.

ECHT.persönlich

Viele Inhaber geführte Geschäfte in der Innenstadt und im gesamten Stadtgebiet, ebenso die vielen Filialisten die den Branchenmix vervollständigen, haben seit Jahren einen treuen Kundenstamm. Wer einmal zufrieden war, kommt gerne wieder. Dies gilt für die modische Beratung im bekleidungstechnischen Bereich, viele Verkäuferinnen und Verkäufer begrüßen seit Jahren, ja Jahrzehnten die Kundinnen und Kunden, aber auch für alle anderen Branchen. So locken gerade in der Wieslocher Innenstadt nette Spezialgeschäfte, die es nur hier gibt, mit kulinarischen Köstlichkeiten, Kaffee- und Tee- Spezialitäten, einem breit gefächertem Spirituosen- und Wein-Angebot, ganz persönlichen Deko- und Einrichtungs-Accessoires. Mit der WieslochCard kann man am besten punkten. Für jeden Einkauf in einem Mitgliedsgeschäft werden auf einem Konto Punkte gut geschrieben, wer schön sammelt, kann diese dann wieder einlösen.



ECHT.praktisch

Wiesloch ist gut erreichbar: Egal ob per Fahrrad, Auto, per Bus oder zu Fuß, ruck zuck ist man mittendrin. Alle Parkhäuser und Outdoor-Parkplätze sind in der Nähe oder direkt im Innenstadtbereich. Wer unter der Woche zum Wieslochbummeln kommt, muss natürlich ein paar Münzen opfern, bekommt aber einen abtrennbaren Quittungsabschnitt. Dieser kann am selben Tag bei einem Einkauf in einem der Wiesloch-Card-Geschäfte gegen 30 WieslochPunkte eingetauscht werden. Samstags parken Besucherinnen und Besucher in allen öffentlichen Parkhäusern kostenlos. Wer mit »den Öffentlichen« kommt, kann an zwei zentralen Bushaltestellen, an der Ringstraße und am Schillerpark, aussteigen. Vor dort aus geht es auch jeweils weiter in die Ortsteile, die umliegenden Orte oder zum Bahnhof Wiesloch-Walldorf. Hier besteht am Omnibusbahnhof ein bequemer Übergang zur S-Bahn Rhein-Neckar sowie zum Regional- und Fernverkehr der Deutschen Bahn. Mit dem Stadtbus Wiesloch-Walldorf ist man noch mobiler. Hier wird ein dichter Taktverkehr, mit Einbindung aller Stadtteile, als attraktiver Stadtverkehr angeboten. Im Liniennetz des Stadtverkehrs Wiesloch/Walldorf liegen auch die beiden Weltkonzerne Heidelberger Druckmaschinen und die Software-Firma SAP.



ECHT.lecker

Neben verlockenden Einkaufsmöglichkeiten, kann man in Wiesloch auch echt lecker schlemmen. Egal ob italienisch, rustikal, alternativ, gut bürgerlich, chinesisches, griechisch oder oder oder ... das Angebot kann sich sehen lassen. Über 50 Restaurants, Bars und Cafés laden Besucherinnen und Besucher herzlich ein.

ECHT.herzlich

Die Veranstaltungs-Highlights in Wiesloch sind vielfältig. Der Wieslocher Frühlingsmarkt lockt mit verkaufsoffenem Sonntag und dem überregional bekannten Weinfestival im PALATIN. Beim Wieslocher Stadtfest beleben die Wirte am ersten Juli-Wochenende gemeinsam die wunderschöne Innenstadt mit ihren Künstlerbrunnen und Plätzen und bieten an drei Tagen beste musikalische Unterhaltung, gewürzt mit raffinierter Gastronomie. Auf fast einem Dutzend Bühnen präsentieren an die 30 Bands die vielfältige regionale Musikszene. Am Freitag- und Samstagabend darf bis 1 Uhr nachts gefeiert werden. Am Sonntag lockt der vielfältige Einzelhandel mit einem verkaufsoffenen Sonntag ab 13 Uhr. Die Wieslocher Vereine präsentieren sich zusätzlich auf der städtischen Bühne und überall warten ruhige, aber auch rockige Plätze darauf, entspannende Stunden zu bieten. Das Kurpfälzische Winzerfest Ende

August bietet an 10 Tagen ein buntes Unterhaltungsprogramm für Jung und Alt, am ersten Wochenende lockt ein Weindorf, am zweiten zusätzlich die Traditionsveranstaltung »Wein und Markt« zehntausende Besucher in die Weinstadt. Beim Wieslocher Herbstmarkt mit verkaufsoffenem Sonntag zeigen dann lokale und überregionale Händler wieder ein buntes Warenangebot. Der traditionelle Wieslocher Weihnachtsmarkt, der »Weihnachtszauber«, setzt festliche Akzente in der Innenstadt. Die einladenden Verkaufsbuden gruppieren sich auf dem Evangelischen Kirchplatz und dem Marktplatz sowie der Verbindung beider Plätze. Abwechslung bringen dabei wechselnde Hüttenbetreiber und dazu einmalig in der Region: das umfassende Event-Rahmenprogramm des PALATIN im modernen und beheizten Veranstaltungszelt mit Bühne. Alles wird vom Stadtmarketing Wiesloch e. V. organisiert

Ein Markenzeichen Wieslochs ist in der gesamten Stadt allgegenwärtig: die Kunst. Durch die umfangreichen Aktivitäten des »Kunstkreises Südliche Bergstraße Kraichgau« und der »Bürgerstiftung Kunst für Wiesloch e. V.« hat besonders die Kunst im öffentlichen Raum eine starke Dynamik erhalten. Drei historische Stadteingänge sind jeweils mit einer Großplastik markiert. Die Innenstadt birgt etliche künstlerische Zeichen aus der Stadtgeschichte, besonders augenfällig sind jedoch die Skulpturen und Brunnen des 20. und 21. Jahrhunderts. Sie stehen im öffent-



Starke Kooperationspartner mit im Boot

Der **Stadtmarketing Wiesloch e. V.** ist ein Zusammenschluss von Unternehmen aus Einzelhandel, Dienstleistungsunternehmen, freien Berufen, Handwerk, Ärzten, Apotheken, Banken, Gastronomie, Kultur und Tourismus. Durch eine starke Gemeinschaft ist der Verein in der Lage, viele Veranstaltungen, Events und Aktionen in Wiesloch durchzuführen, die einzelnen Unternehmen zu stärken, sowie den Standort Wiesloch für Besucher attraktiv zu gestalten.

Die **WieslochCard** ist ein Bonussystem der Wieslocher Gewerbetreibenden aus Handel, Dienstleistung und Handwerk. Die Karte ist mit einem Chip ausgestattet, auf dem die Kunden bei ihren Einkäufen Bonuspunkte gebucht bekommen, die »WieslochPunkte«.

»Das **PALATIN**« Kongresshotel und Veranstaltungszentrum liegt im Herzen der WeinStadt Wiesloch. Das 1992 gegründete 4-Sterne-Businesshotel, das über 115 Zimmer verfügt, wurde 2012 um das gegenüberliegende Boardinghouse mit 14 Studios, drei Juniorsuiten und zwei Suiten erweitert. Das angrenzende Kongresszentrum verfügt über 16 Veranstaltungsräume für bis 1276 Personen, mit neuen Raum-Konzepten wie der »Denkwerkstatt«, dem »Geistesblitz« oder der »DenkBar«, Seminare und Tagungen in innovativem, ansprechendem Format ermöglichen und völlig neue Möglichkeiten eröffnen. (www.palatin.de)

lich zugänglichen Raum, in öffentlichen Gebäuden und Grünanlagen. Mehr als 70 Objekte verschiedener Künstler verschönern das Stadtbild. Mit der »Kunstsammlung Lamerdin« erhielt die Stadt als Stiftung eine umfangreiche Sammlung von Gemälden, Graphiken, Skulpturen, antiken Möbeln und Porzellan, auf die man besonders stolz ist.

ECHT.smart

Im Wieslocher Stadtzentrum kann kostenfrei ein öffentlicher Internetzugang vom Marktplatz bis zum Adenauerplatz genutzt werden. Intelligente Straßenlaternen machen dies möglich. Im Rahmen eines Pilotprojekts modernisiert die Stadt die kommunale Infrastruktur und setzt dabei auf eine Neuentwicklung der EnBW Energie Baden-Württemberg AG. Dabei sollen entsprechende Nutzererfahrungen

mit dem öffentlichen WLAN-Netz gesammelt und die Technik weiter verfeinert werden.

ECHT.Wiesloch geht weiter

Auch nach dem für zwei Jahre angelegten Projektzeitraum soll die Initiative fester Bestandteil des Wieslocher Einkauf-Angebots sein und über aktuelle Angebote informieren und den Suchenden eine möglichst umfassende Informationsquelle, für die in Wiesloch beheimateten Geschäfte, Dienstleister, Gastronomen, Handwerker und Ärzte sein.

Anschrift der Autorin:
Ines Adam
Stadtverwaltung Wiesloch
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Stadtmarketing, Tourismus
Marktstraße 13
69168 Wiesloch