



Auf großes Interesse war die Einladung zur Gründungsversammlung des Förderkreises „Würzburg macht Spaß“ beim Würzburger Handel, aber auch bei einigen Stadträten gestossen, so daß der Barbarossasaal des Maritim gut gefüllt war. Unser Bild zeigt Oberbürgermeister Dr. Klaus Zeitler bei seiner vielbesprochenen Ansprache. Foto: Galvagni

20 Jahre „Chef“ der Werbegemeinschaft Schlier will Amt in jüngere Hände legen

Dank der Kaufleute und des Oberbürgermeisters

20 Jahre lang hat Kurt Schlier (61), Inhaber des Textilkonjunktors in der Domstraße, die Werbegemeinschaft Einkaufsstadt Würzburg als ihr Vorsitzender geleitet. Nun will er das Amt in jüngere Hände legen. Der Bezirksvorsitzende des Einzelhandelsverbandes Ulrike Franke, Hannes Dieppisch, und Oberbürgermeister Dr. Klaus Zeitler nahmen die Gründungsvorsitzung des Förderkreises „Würzburg macht Spaß“ im Maritim zum Anlaß, Kurt Schlier für seine langjährige Tätigkeit im diesem Amt zu danken.

Dieppisch nannte Schlier einen idealen Sachwalter der „Würzburger Kaufleute“, der sich mit Mut und persönlichem Engagement für die Werbegemeinschaft Einkaufsstadt Würzburg eingesetzt und dafür nicht immer Dank geerntet habe. So habe er mit dazu beigetragen, „daß unsere Stadt lebendiger wurde“, sagte Dieppisch und überreichte Kurt Schlier „im Namen aller Würzburger Kaufleute“ eine wertvolle Originalgrafik der Domstraße aus dem vorigen Jahrhundert.

Oberbürgermeister Dr. Zeitler würdigte Schlier als einen vorbildlichen Kaufmann, der „durch Arbeit und Tradition ein gut Teil der erfolgreichen Kaufmannschaft Würzburgs repräsentiert“. Als Zeichen dieser Wertschätzung übergab der Oberbürgermeister Kurt Schlier den Abdruck einer vor 230 Jahren geprägten Silbermünze mit der Ansicht der Stadt Würzburg.

Schlier selbst war zuvor anfänglich seines bevorstehenden Abschieds vom Vorsitzendenamt der Werbegemeinschaft - er wird nicht noch einmal kandidieren - auf einige Probleme eingegangen, mit denen Würzburg fertig werden müsse, wenn es als Einkaufs- und Fremdenverkehrsstadt weitere Attraktivität hinzugewinnen wolle. So sei festgestellt worden, daß der objektive Markt

kurzfristig merkbarer Missetzung die Mischung des Angebots in der Stadt zu verschlechtern und damit die Anziehungskraft Würzburgs zu verringern.

Nach wie vor hält Schlier die Beachtung des individuellen Verkehrs in der Stadt für vorrangig. Wörtlich sagte der scheidende Vorsitzende der Werbegemeinschaft: „Wenn man einmal



Kurt Schlier

70 Prozent der Umsatz...

Werbegemeinschaften ziehen jetzt an einem Strick

Die Anziehungskraft der Stadt soll gemeinsam gestärkt werden

Großes Interesse für Gründungsversammlung des Förderkreises „Würzburg macht Spaß“

„Gemeinschaftswerbung ist Imagewerbung; Gemeinschaftswerbung hat aber auch den konkreten Auftrag, mit den Mitteln wirksamer Verkaufsförderung die Zielgruppe an den Ort des Angebots - in unserem Falle also in die Stadt Würzburg bzw. deren Geschäfte und sportlichen sowie kulturellen Einrichtungen und Veranstaltungen - zu bringen.“ Dies ist einer der Kernsätze aus einem umfangreichen Werbekonzept, mit dem der neugegründete Förderkreis „Würzburg macht Spaß“ die bisher sehr zersplitterten Werbeaktionen des einheimischen Handels zusammenfassen will.

Da auch der Stadtrat und damit die Stadtverwaltung den Förderkreis tatkräftig unterstützt, erhofft man sich eine tiefgreifende Wirkung zur Steigerung der Anziehungskraft Würzburgs als Einkaufs-, Fremdenverkehrs- und Kulturstadt.

Kreisvorsitzende des Würzburger Einzelhandelsverbandes, Günter Seewald, in seinen Eröffnungsworten, sei dringend erforderlich, wenn man

auch wenn man darüber die großen Außenbezirke nicht vergessen dürfte.

Der Oberbürgermeister warnte vor dem Beispiel verödeten Fußgängerzonen in anderen Städten, woran nicht zuletzt zu hohe Mieten die Schuld trügen. „Die Tendenz geht von der Quantität zur Qualität. Die Menschen wollen heute ganz anders umhertreiben werden als früher“, meinte Dr. Zeitler und sprach sich dafür aus, die Würzburger Belange „positiv, optimistisch und, wenn nötig, aggressiv“ zu vertreten. Man dürfe nicht missempfindlich sein und müsse endlich

Der Kommentar

Guter Start

Der neue Förderkreis „Würzburg macht Spaß“ hat sich im Zeichen dieses recht griffigen Slogans von durchaus professioneller Qualität auf einen langen Weg gegeben. Da saß wohl niemand am Mittwochabend im Barbarossasaal, der geglaubt hätte, mit ein paar lustigen Gags fündiger Werbefachleute sei das Bild der Einkaufsstadt Würzburg ruck, zuck aufzupolieren.

Aber so simpel wollen die Autoren der Zweiseitigen Fleißarbeit einer wohlüberlegten Werbe-Konzeption auch gar nicht verstanden werden. Ihre „Creative Strategie“ geht vielmehr davon aus, daß nur steter Tropfen einen Stein höhlt. Klare Voraussetzung: Auch eine noch so optimistische Sympathie-Kerna-