



Quadratisch und offenbar auch gut: „Würzburg macht Spaß“ (WümS) versucht, mit dem „Mitmachbuch“ die Interessen von 266 Betroffenen in der Kaiserstraße unter einen Hut zu bringen. WümS hat sich damit fürs Finale des Bayerischen Stadtmarketingpreises qualifiziert. FOTO: THERESA MÜLLER

MP 16.04.2011

„Würzburg macht Spaß“ im Finale

Mit dem „Mitmachbuch für die Kaiserstraße“ nominiert für Bayerns Stadtmarketingpreis

Von unserem Redaktionsmitglied
WOLFGANG JUNG

WÜRZBURG „Würzburg macht Spaß“ (WümS) ist für den Bayerischen Stadtmarketingpreis nominiert worden. Der Verein hat sich – bislang erfolgreich – mit seinem „Mitmachbuch für die Kaiserstraße“ beworben.

Die „Allerwelts-Einkaufsstraße“ (Stadtbaurat Christian Baumgart) wird, wie berichtet, in den kommenden zwei Jahren umgestaltet. WümS kümmert sich im Auftrag des Stadtrats um das Quartiersmanagement, um die Koordinierung der privaten und öffentlichen Interessen. WümS-Geschäftsführer Wolfgang Weier sagt, der Stadtmarketingverein habe von Anfang an alle 266 vor Ort Betroffenen – Hauseigentümer, Geschäftsleu-

te, Hausverwaltungen und Bewohnergemeinschaften – einbinden wollen. Zu diesem Zweck habe WümS das 48-seitige Mitmachbuch erstellt, nach Berliner Vorbild. Es enthält Informationen zur Kaiserstraße, zu den geplanten Sanierungsmaßnahmen und einen Katalog von 25 Ideen für Maßnahmen während und nach der Bauzeit, vom gemeinsamen Auftritt im Internet über Aktionen wie einer Kaiserstraßen-Tombola bis zur Gestaltung neuer Sitzmöbel.

Unter jeder Idee stehen vier Vorschläge zur Stellungnahme mittels Kreuzchen vor „Projekt umsetzen“, „Projekt nicht umsetzen“, „Projekt überarbeiten“ oder „weiß nicht“.

Weier sagt, ein Drittel der 266 habe mitgemacht. Wer nicht mitgemacht hat, dürfe sich nicht beschweren,

wenn ihm das Ergebnis nicht gefällt.

Initiatoren des Bayerischen Stadtmarketingpreises sind unter anderem das bayerische Wirtschaftsministerium und Cima, ein Beratungsunternehmen für Stadt- und Regionalentwicklung. In der zwölfköpfigen Jury, die über 41 Bewerbungen zu urteilen hatte, sitzen Vertreter des Ministeriums, des Bayerischen Städtetags und der Wirtschaft. Sie nominierten WümS für die Runde der letzten drei in der Kategorie der Städte mit über 100 000 Einwohnern. Hier hatten sich sechs Initiativen mit sieben Projekten beworben.

Die Jury schickt WümS ins Finale gegen Nürnberg und Ingolstadt, weil das „Mitmachbuch“ auf „innovative und sehr ansprechende Weise“ zeige, wie man über ein Quartiersmanage-

ment „frühzeitig agieren statt später nur reagieren“ könne. In der Begründung heißt es weiter, unterschiedliche Interessenlagen könnten so „detailliert ermittelt“ werden. Im Idealfall werde „die Basis für ein dauerhaftes konstruktives Engagement gelegt“. Das „Mitmachbuch“ stelle „die richtigen Weichen für einen erfolgreichen Beteiligungsprozess“.

Der Bayerische Stadtmarketingpreis wurde in diesem Jahr zum siebten Mal ausgeschrieben. Die Initiatoren preisen ihn in einer Pressemitteilung als „wichtiges Instrument der Innovationsförderung in den bayerischen Kommunen“. WümS gewann ihn 2010 mit der Qualitätsroute. 2008 erhielt die Initiative „Schaufenster Semmelstraße“ ein „besonderes Lob“.